

“Esta industria se ha convertido en un referente para otras latitudes, gracias al consistente proceso de evolución que, en las últimas décadas, permitió la colonización de nuevos mercados, con la apertura de centros comerciales en ciudades donde aún no había presencia”.

Carlos Hernán Betancourt Sanclemente

Director de la Asociación de Centros Comerciales de Colombia (Acecolombia) y Presidente de la Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales (CLICC)

La industria colombiana de centros comerciales sigue avanzando y se proyecta que, en los próximos años, con aperturas y remodelaciones, siga el crecimiento de este mercado con alto potencial en el país. Esto, gracias a los esfuerzos de organizaciones como la Asociación de Centros Comerciales de Colombia (Acecolombia) y Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales, (CLICC), que trabajan por el desarrollo de la industria, mediante estrategias, fomento a la inversión, profesionalización, diálogo con los gobiernos, entre otras acciones. Este año Acecolombia completó 31 años de trabajo interrumplido en favor del desarrollo y fortalecimiento de la industria colombiana de centros comerciales. Actualmente, opera en seis Capítulos que congregan a 207 centros comerciales ubicados en 54 ciudades del país, lo que representa el 80% de los complejos existentes en Colombia. Como gremio, defiende y representa los intereses de la industria en escenarios públicos-privados a fin de promover mejores condiciones para el crecimiento y desarrollo de los centros comerciales. Además, brinda acceso a información y estudios sectoriales, aporta a la optimización de recursos de los centros comerciales a través de alianzas y convenios, capacita a los equipos administrativos de la industria y promueve el relacionamiento y la integración entre todos sus miembros.

Por su parte, la CLICC, fue creada en 2022 con el propósito de representar los intereses y fomentar el desarrollo de los más de 2 mil 400 centros comerciales que operan en la región, con actividades que contribuyan a la consolidación de la industria y el impulso de la actividad comercial. Actualmente, tiene representación en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Puebla (México), Panamá, Perú, Puerto Rico, Paraguay, Uruguay y Venezuela, siendo que, con más de 800 miembros, adelanta proyectos que apuntan al cumplimiento de cuatro líneas de acción que son: el fomento del conocimiento, la gestión de información, el networking y el reconocimiento a la excelencia

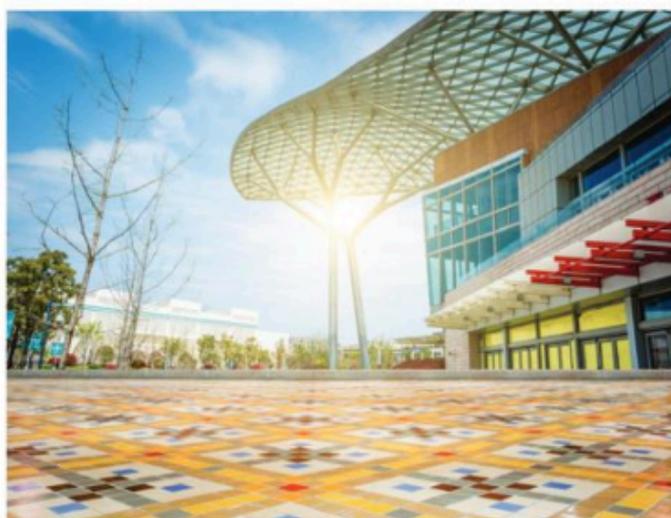


en la industria. Es por ello que este año, lanzó el Primer Estudio de Caracterización de la Industria Latinoamericana para identificar indicadores claves en cada país, además del Primer Congreso de Centros Comerciales de Latinoamérica, que tuvo lugar en Cartagena con más de 900 asistentes, y una serie de conversatorios en línea sobre importantes temáticas para la industria.

“En 2024, entre otras gestiones, desde la CLICC, realizaremos la segunda versión del Congreso de Centros Comerciales de América los días 26, 27 y 28 de junio en São Paulo, Brasil, así como la primera edición de los Premios CLICC, un esquema propio para reconocer a las más destacadas iniciativas y proyectos de los centros comerciales en la región en cuatro categorías: Marketing; ESG; Tecnología e Innovación, y Arquitectura”, adelantó en exclusiva para EQUIPAR Carlos Hernán Betancourt Sanclemente, Director de Acecolombia y Presidente de la CLICC, quien en una nutrida conversación compartió información de gran relevancia en tono a este mercado colombiano.

INDICADORES

Respecto al crecimiento del segmento de centros comerciales en Colombia, Carlos Hernán Betancourt explicó: “La industria se ha convertido en un referente para otras latitudes, gracias al consistente proceso de evolución y crecimiento que, en las últimas décadas, permitió la colonización de nuevos mercados, con la apertura de centros comerciales en ciudades donde aún no había presencia”.



Precisó que, a la fecha, el país cuenta con 262 centros comerciales con áreas arrendables superiores a los 5 mil m², lo que totaliza 6.4 millones de m² de GLA y posibilita la generación de 300 mil empleos directos en 61 ciudades colombianas. En lo que se refiere a tráfico de visitantes, dijo que los centros comerciales en el país reciben aproximadamente mil 50 millones de visitas anuales. Por su parte, informó que, al cierre del primer semestre de 2023, el indicador de desocupación de locales comerciales regresó a un solo dígito y se ubicó en el 9.6% de locales vacantes, lo que indica una recuperación de la ocupación en 0.9 puntos porcentuales respecto al cierre de 2022, por lo que se espera, al cierre de 2023, alcanzar los niveles de ocupación prepandemia.

NUEVOS CENTROS COMERCIALES

Según el Director de Acecolombia y Presidente de la CLICC, luego de un muy dinámico ciclo de crecimiento en el desarrollo de nuevos centros comerciales en Colombia en la década comprendida entre 2010 y 2019, cuando se desarrolló casi el 50% del total del inventario nacional existente al cierre de 2019, se evidenció una disminución en el lanzamiento de nuevos proyectos, lo que indicaba desde entonces, el inicio de una etapa de consolidación, donde los próximos años estarían dedicados a absorber la nueva oferta de áreas y consolidarla.

“Partiendo de esta lectura y sumando los efectos que la pandemia tuvo sobre el desarrollo de nuevos proyectos comerciales, entre el 2020 y el 2023, se han abierto seis propiedades en el país que suman 276 mil 970 m² al GLA nacional, estas son: Paseo Villa del Río y Avenida en 2020; Nuestro Bogotá y Parque Fabricato en 2021, y Parque



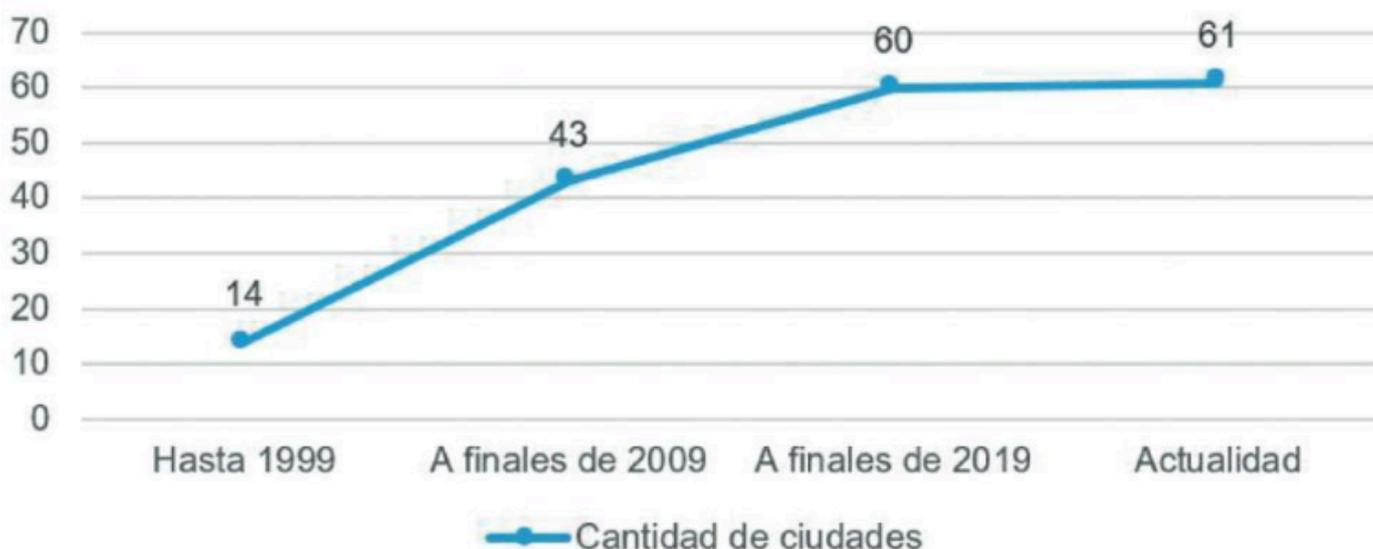
Alegre y Plaza 90 en 2022, mientras que, por primera vez en la historia de la industria, en 2023 no se registró apertura de proyectos comerciales con GLA superiores a 5 mil m², y en su lugar se ha evidenciado la planeación y desarrollo de numerosos proyectos de ampliación y remodelación en los centros comerciales existentes”, señaló.

PROYECCIONES

El entrevistado expuso que la industria continúa consolidándose de manera importante. “Por un lado, el sector ha avanzado en la recuperación de su indicador de ocupación de locales. Al cierre de 2020, éste se ubicó en el 18.5% por los efectos de la pandemia y al culminar el primer semestre de 2023, logró ubicarse en el 9.6%, lo que muestra índices muy cercanos a los de 2019”.

Indicó que en lo que se refiere a la intención de desarrollo,

Cantidad de ciudades con presencia de centros comerciales



se evidencia que este no se está concentrado de manera principal en la construcción de nuevos centros comerciales, sino especialmente, en el desarrollo de proyectos de ampliación y remodelación de los complejos existentes. "Son 58 centros comerciales de 23 ciudades del país los que se encuentran proyectando inversiones para intervenir, ampliar y/o modernizar sus instalaciones". Por otro lado, argumentó que considerando que el tiempo de desarrollo de un nuevo proyecto ha tomado, en promedio, para las últimas aperturas cerca de seis años entre su lanzamiento y su inauguración al público, y siendo consecuentes con el proceso de consolidación de la industria, "podemos pensar que, con un inventario de 12 proyectos en curso, es probable que al cierre de 2029 se registren cerca de 20 nuevas aperturas en toda la década".

TENDENCIAS EN LAS PROPIEDADES

Los centros comerciales se han convertido en escenarios multipropósito donde además de adquirir bienes y servicios, las familias van a compartir y a pasar tiempo de calidad, convirtiéndolos en destinos experienciales, como explicó el entrevistado. "Es por ello que, los procesos de revitalización y expansión de espacios ocupan la agenda de los complejos existentes, mediante la incorporación a su oferta de novedosos conceptos gastronómicos, así como nuevas áreas para el ocio que incrementan la permanencia de los visitantes y aportan a la generación de experiencias. Asimismo, la inclusión de servicios, así como los usos mixtos, responden a la necesidad de facilitar la vida de las personas logrando que encuentren todo en un solo lugar y deban emplear menos tiempo en desplazamientos".

En cuestión de tecnología y sustentabilidad, comentó que la industria de centros comerciales en Colombia viene trabajando de manera consistente en la ejecución de estrategias de sostenibilidad que aportan al desarrollo social y la preservación del medio ambiente. "Entre las iniciativas se destaca que cerca del 22% de los centros comerciales en el país está generando energías limpias, la existencia de protocolos para el uso, disposición y vertimiento responsable de aguas; programas de gestión integral de residuos sólidos, implementación y migración hacia tecnologías para uso eficiente de los recursos y actividades pedagógicas para los visitantes. Además, se avanza en el compromiso con la electromovilidad, disposición de parqueaderos para bicicletas y estaciones de carga para vehículos eléctricos".

Indicó que desde Acecolombia se ha venido apoyando esta gestión y por ello desde el año pasado cuentan con el Reconocimiento Ambiental para Centros Comerciales, inspeccionado por ICONTEC, donde las propiedades se postulan voluntariamente a la evaluación de sus procesos de gestión ambiental, incitando a su mejora continua.



RETOS

Carlos Hernán Betancourt Sandclemente destacó que los desafíos existen para que la industria de centros comerciales en Colombia se siga desarrollando, tenga mayor competitividad y cumpla con las necesidades de usuarios, gestores, propietarios, inversionistas y por supuesto, los requerimientos medioambientales. "Como todas las actividades económicas, el desarrollo de los centros comerciales está sujeto, en gran medida, a la posibilidad de contar con condiciones que favorezcan la inversión y dinamicen el gasto de los hogares, en ese sentido, el comportamiento de las variables macroeconómicas son claves para lograr la competitividad".

No obstante, agregó que "los planes de expansión de las marcas, la inversión extranjera en la adquisición de complejos, y el ingreso de reconocidas firmas internacionales al país continúan evidenciándose en el sector, con lo cual se demuestra su enorme potencial y la credibilidad en la actividad que, a este punto, mediante los procesos de renovación y ampliación, está respondiendo a las nuevas demandas del mercado no solo en materia comercial y de infraestructura, sino también en modelos de gestión más eficientes y amigables con el entorno".