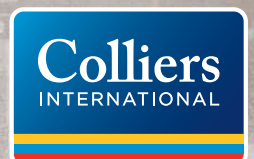


# Ciudad de México

## Reporte de Mercado Retail

1S | 2015

Accelerating success.



# CONTENIDO

---

<b>INTRODUCCIÓN</b>	
Panorama económico	2
General	2
<b>OFERTA</b>	
Inventario	3
Aperturas 2015	3
Construcción y nuevos proyectos	5
Centros comerciales en construcción Junio 2015	7
Nuevos proyectos	9
Ocupación	10
Ciclo de mercado	11
<b>ANTAD</b>	12
<b>FIBRAS</b>	13
Índice de confianza del consumidor	13
<b>NOTICIAS RELEVANTES DEL SECTOR</b>	13
<b>APERTURAS Y EXPANSIONES</b>	14
<b>NUEVOS</b>	14
<b>REDUCCIONES</b>	15
<b>PRECIOS</b>	
Precios de locales a la calle	16
Key money	17
Espectativas y Tendencias	17
<b>GLOSARIO</b>	19

MERCADO DE RETAIL

# PANORAMA ECONÓMICO 1S 2015

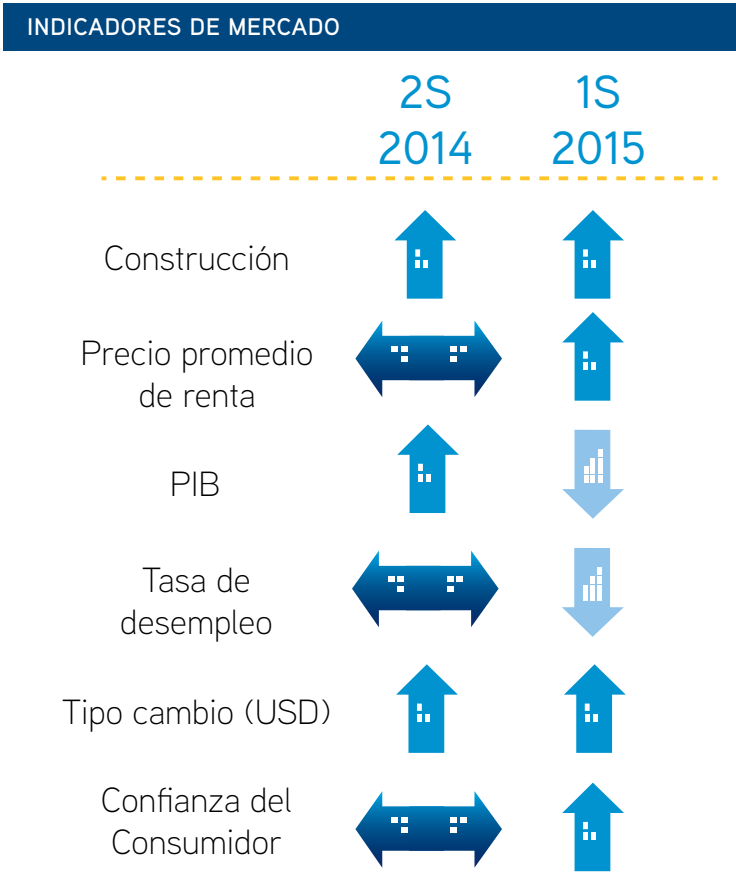
Mexico continúa siendo un polo atractivo para el desarrollo de nuevos empleos, industria y una plataforma creciente para inversionistas nacionales e internacionales. Sin embargo, la economía mexicana enfrenta dificultades financieras originadas por la fuerte apreciación del dólar americano, lo cual baja las expectativas de crecimiento para este año. Los organismos internacionales como el FMI, la OCDE, EL Banco Mundial y la CEPAL han reducido la estimación de crecimiento para México a 2.9% para este año y 3.5% para 2016, donde el riesgo principal para el crecimiento económico seguirá siendo la posible volatilidad derivada de cambios en la política monetaria de Estados Unidos. (Tasas FED).

Debemos destacar que durante los últimos meses se venía preparando elecciones para varias posiciones en el país, mismo que fueron culminados en la primera semana de Junio. Nuevo León tendrá un nuevo gobernador de partido independiente, marcando un cambio importante en el país.

El tipo de cambio ha cambiado de manera abrupta en el año, por diferentes situaciones ajenas a México, incrementando de 13 a 16 pesos por USD. Esto, ha sido ocasionado por diversas situaciones: un crecimiento importante del empleo en EU, una expectativa de incremento de las tasas de la Reserva Federal y en menor medida los problemas de la zona Euro.

Durante el segundo trimestre de 2015, la inflación en Mexico mostro un ligero ajuste a la baja de un punto porcentual comparado con diciembre de 2014 (4%), se espera que para finales del año, el índice continúe en niveles cercanos al 3%.

Pese a los precios bajos del petróleo, las nuevas licitaciones están captando interés de inversionistas por las recientes reformas en el sector energético. La OCDE asegura que el impulso proveniente de la acelerada economía de Estados Unidos, la mejora del sector de la construcción y el reciente paquete de reformas estructurales impulsará la inversión en México.



FUENTE:  
1 BBVA  
2 Banco de México  
3 CNN Expansión

## GENERAL

Durante el año 2015 el mercado continua desarrollando nuevas plazas y en gran medida ampliaciones de las mismas, en lo que va del año el inventario aumento en más de 127 mil m² en 12 centros comerciales, 8 fueron expansiones.

Es importante destacar que el mercado continua dinámico, actualmente se está incrementando el número de compañías nuevas que buscan oportunidad de crecimiento en nuestro país, además se espera que durante los años 2015 y 2016, el inventario aumente, al integrar más de un millón de metros cuadrados.

# OFERTA

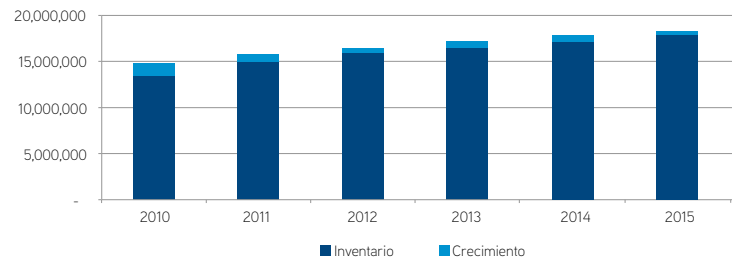
## INVENTARIO

En Junio de 2015, el inventario de centros comerciales en México asciende a los 584 inmuebles, esto significa una superficie rentable superior a los 18.1 millones de m², dentro de las siete zonas del país.

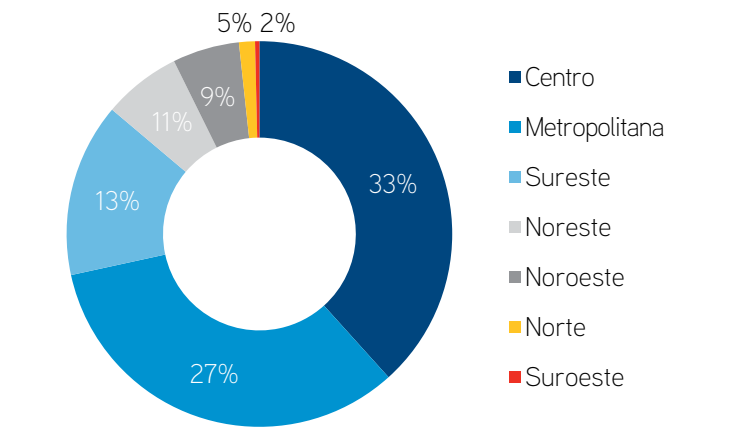
La zona centro del país es la que concentra la mayor cantidad de metros cuadrados (5.9 millones) que representa el 33% del total, seguido por la zona metropolitana con el 27% (5.0 millones). En cuanto al tipo de centro comercial, los Power Center y los Fashion Malls son los inmuebles con la mayor participación en el inventario con 39% (7.0 millones de m²) y 32% (5.8 millones de m²), respectivamente.

Debemos destacar que el estado con el mayor número de metros cuadrados es el estado de México, esto es un reflejo de la cantidad de población que se encuentra concentrada, alrededor de 15 millones de personas.

INVENTARIO E INCREMENTO EN CENTROS COMERCIALES 2010 – 1S 2015



INVENTARIO (M²) POR ZONA, 1S 2015  
TOTAL: 18.1 MILLONES DE M²



Al final de Junio de 2015, se registró el inicio de operaciones de tres centros comerciales mayores a 10 mil m² rentables con una superficie total de 44 mil m², adicionalmente ocho plazas ampliaron su piso de venta con un total de 73 mil m², dando un total de 217 mil m² nuevos en dicho semestre.

## APERTURAS 2015

TRIMESTRE	CENTRO COMERCIAL	ZONA	CLASE	SUPERFICIE RENTABLE EN M²	NUEVOS
1S 2015	Plaza Cristal	Sureste	Centro de Vecindario	11,000	
1S 2015	Plaza Apizaco	Centro	Centro de Vecindario	13,569	Ampliación
1S 2015	Plaza Carso	Metropolitana	Fashion Mall	8,682	Ampliación
1S 2015	Plaza Ciudadina	Centro	Centro de Vecindario	11,000	
1S 2015	Plaza Chimalhuacán	Metropolitana	Fashion Mall	5,300	Ampliación
1S 2015	Parque Tezontle	Metropolitana	Fashion Mall	19,000	Ampliación
1S 2015	Espacio Aguascalientes	Centro	Fashion Mall	22,611	
1S 2015	Urban Center Jurica	Centro	Centro de Vecindario	1,995	Ampliación
1S 2015	Puerta Texcoco	Centro	Power Center	6,270	Ampliación
1S 2015	Plaza los Atrios	Centro	Power Center	6,300	Ampliación
1S 2015	Plaza Cibeles	Centro	Fashion Mall	12,882	Ampliación
TOTAL				217,285	

# APERTURA 2015





# CONSTRUCCIÓN Y NUEVOS PROYECTOS

El mercado de Retail en México continua creciendo de manera importante, existe gran inversión de capital extranjero y nacional que busca las oportunidades que el mercado puede ofrecer, el mercado continua en la etapa de expansión y se espera que continúe del mismo modo durante los siguientes años.

Actualmente se tienen monitoreados 40 centros comerciales, dichos inmuebles se incorporaran al inventario en el periodo de 2015 a 2017, en total suman más de 1.7 millones de metros cuadrados. De ellos, 10 inmuebles son expansiones de centros comerciales ya existentes, el resto son nuevos proyectos.

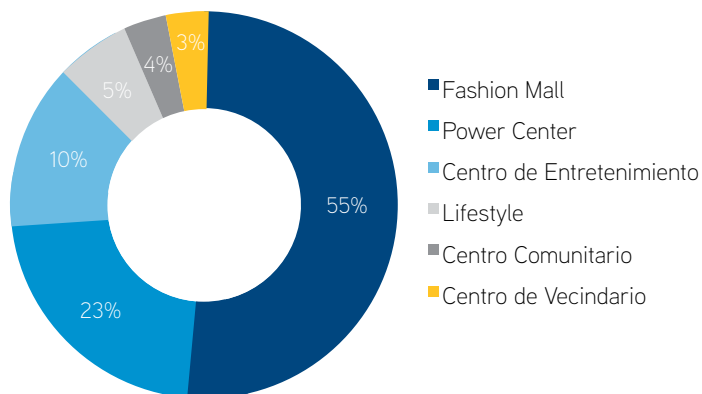
Para finales de 2015, se espera la apertura de 13 centros comerciales nuevos, mayores a 10 mil m<sup>2</sup> y una expansión, la suma incrementara el inventario en más de 420 mil metros cuadrados.

Debemos destacar por las dimensiones que los proyectos que abrirán sus puertas en el segundo semestre de 2015 son los siguientes: Puerta Tlalnepantla y Cosmopol, en Estado de México, anclados por Liverpool y Adana en Aguascalientes, anclado con un Soriana.

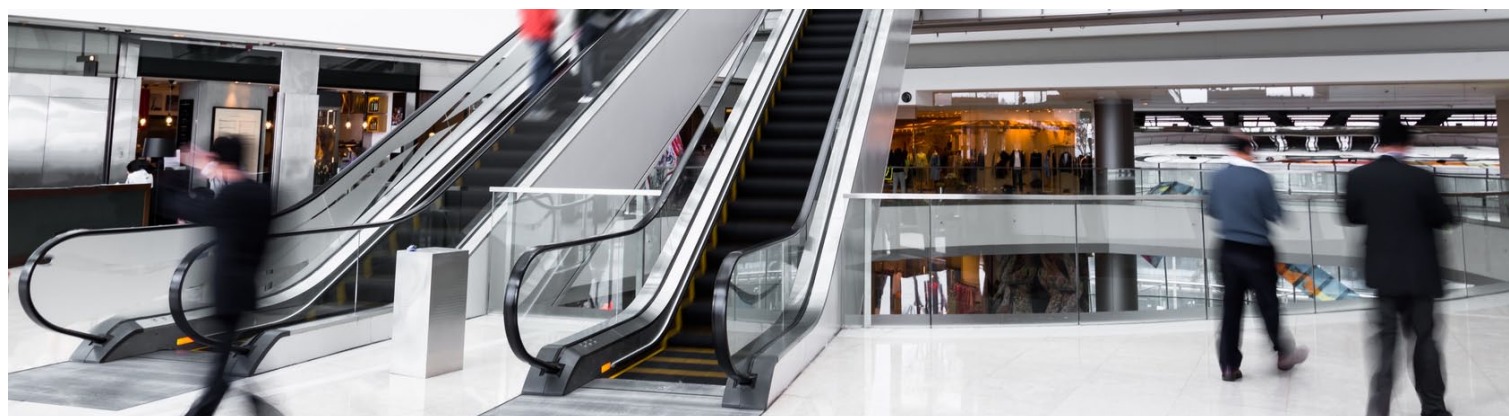
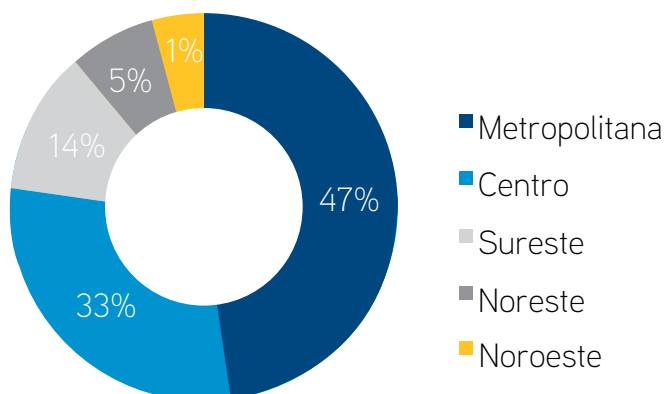
Por zona geográfica, el 80% de los inmuebles en construcción se encuentran en la zona metropolitana y en la zona centro del país. La zona Sureste con 14%, la zona Noreste con 5% y la zona Noroeste con 1%. De la misma forma, respecto a la clase de centros comerciales, el 55% corresponde a Fashion Mall, el 23% a Power Center, Centro de Entretenimiento 10%, Lifestyle, 5%, Centro Comunitario 4% y Centro de Vecindario el 3%.

De los inmuebles en proyecto reportados por los desarrolladores, los cuales todavía no inician construcción, se encuentran 31 centros comerciales monitoreados, que representan alrededor de un millón de m<sup>2</sup>. Están distribuidos principalmente en la zona metropolitana y centro del país.

**CENTROS COMERCIALES EN CONSTRUCCIÓN POR TIPO DE CENTRO COMERCIAL**TOTAL: 1.7 MILLÓN DE M<sup>2</sup>



**CENTROS COMERCIALES EN CONSTRUCCIÓN POR ZONA** TOTAL: 1.7 MILLÓN DE M<sup>2</sup>



# CENTROS COMERCIALES EN CONSTRUCCIÓN ENTREGA EN 2015



# CENTROS COMERCIALES EN CONSTRUCCIÓN

## JUNIO 2015

AÑO	#	CENTRO COMERCIAL	ZONA	CLASE	SUPERFICIE RENTABLE M²
2015	1	Adana Aguascalientes	Centro	Power Center	51,287
	2	Plaza Parque Jardín	Metropolitana	Centro Comunitario	14,003
	3	Terrazas Azcapotzalco	Metropolitana	Centro Comunitario	10,186
	4	The Point	Metropolitana	Centro de Entretenimiento	15,000
	5	Copilco 20	Metropolitana	Centro de Vencindario	11,296
	6	Centro Comercial Oasis	Metropolitana	Fashion Mall	48,000
	7	Portal Metepec	Centro	Centro de Vencindario	13,066
	8	Plaza Tlalnepantla	Metropolitana	Fashion Mall	89,000
	9	Cosmopol	Metropolitana	Fashion Mall	85,000
	10	Plaza Sendero León	Centro	Centro de Vencindario	14,405
	11	La Isla Puerto Vallarta	Centro	Centro de Entretenimiento	34,100
	12	Plaza las Torres Angelopolis	Centro	Power Center	28,500
	13	Power Town Juriquilla	Centro	Centro Comunitario	15,000
	14	Plaza Kukulcán	Sureste	Lifestyle	ND
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>				<b>428,843</b>
2016	1	Puerto Paraíso	Noroeste	Fashion Mall	13,000
	2	Portal Lomas Estrella	Metropolitana	Centro Comunitario	21,209
	3	Vía San Juan	Metropolitana	Centro Comunitario	19,000
	4	Portal Circuito	Metropolitana	Centro de Entretenimiento	13,878
	5	Mitkah	Metropolitana	Centro de Entretenimiento	ND
	6	Vía Vallejo	Metropolitana	Fashion Mall	118,600
	7	Parque Delta	Metropolitana	Fashion Mall	18,000
	8	Portal San Angel	Metropolitana	Power Center	51,769
	9	Portal Centro	Metropolitana	Power Center	44,467
	10	Patio Barranca del Muerto	Metropolitana	Power Center	41,752
	11	Patio Tlalpan	Metropolitana	Power Center	38,456
	12	Patio Boturini	Metropolitana	Power Center	36,867
	13	Miyana	Metropolitana	Power Center	28,000
	14	Portal Tlalnepantla	Metropolitana	Centro de Vencindario	10,542
	15	Paseo Metepec	Centro	Fashion Mall	80,000
	16	Paseo Interlomas	Metropolitana	Fashion Mall	48,813
	17	Plaza Satélite	Metropolitana	Fashion Mall	20,000
	18	Factory Outlets en León	Centro	Outlet	ND
	19	Midtown Jalisco	Centro	Fashion Mall	57,157
	20	Galerías Guadalajara	Centro	Fashion Mall	10,000
	21	Plaza Fiesta San Agustín	Noroeste	Fashion Mall	40,000
	22	Esfera Querétaro	Centro	Centro de Entretenimiento	37,537
	23	Paseo Querétaro	Centro	Fashion Mall	80,000
	24	Latitud Victoria	Centro	Fashion Mall	55,000



# CENTROS COMERCIALES EN CONSTRUCCIÓN

## JUNIO 2015

AÑO	#	CENTRO COMERCIAL	ZONA	CLASE	SUPERFICIE RENTABLE M²
2016	25	la Isla Playa del Carmen	Sureste	Centro de Entretenimiento	32,000
	26	Centro Comercial Puerto Cancún	Sureste	Lifestyle	45,000
	27	Macroplaza San Luis	Centro	Power Center	30,000
	28	Terrazas Tamaulipas	Noroeste	Power Center	50,000
	29	Córdoba	Sureste	Fashion Mall	34,285
	30	Plaza Andamar	Sureste	Fashion Mall	25,000
	31	Terrazas Kukulcán	Sureste	Centro de Vencindario	11,607
	32	Isla Mérida Cabo Norte	Sureste	Fashion Mall	65,000
	33	Emérita Augusta Outlet	Sureste	Outlet	ND
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>				<b>1,176,939</b>
2017	1	Centro Comercial Parque Puebla	Centro	Fashion Mall	86,500
	2	Picacho Lifestyle Center	Metropolitana	Lifestyle	49,985
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>				<b>136,485</b>

Debemos destacar que los desarrolladores inmobiliarios están optando con mayor frecuencia el realizar macroproyectos de usos mixtos, los cuales combinan un centro comercial con edificios de oficina, residencial u hotel; desarrollos como Puerto Cancún, Iconia en Guadalajara o Plaza Fiesta Norte, son proyectos que conformarán microciudades, con todos los servicios. Los inmuebles verticales por su parte, se vuelven un requisito para aquellos desarrolladores que desean construir en zonas con densidad poblacional importante como: Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey, esto influenciado en gran medida por los precios de la tierra, los cuales son mas altos y es necesario densificar los proyectos para que sea rentable.

Asimismo, los centros comerciales existentes mediante las expansiones, han encontrado una manera natural de seguir atrayendo clientes, como ejemplos mencionamos el de Centro Santa Fe o los que se encuentran en proceso de como: Mundo E, Parque Delta o Paseo Interlomas. El crecimiento en las ciudades como la Ciudad de México por la falta de terrenos disponibles.

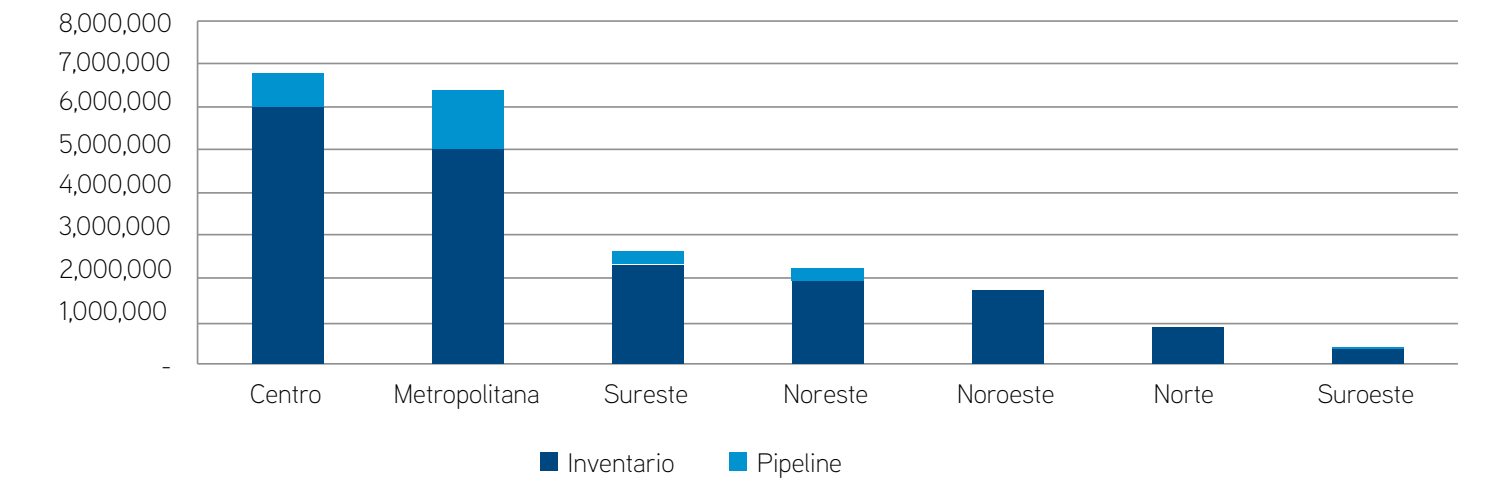


# NUEVOS PROYECTOS

FECHA ESTIMADA	#	CENTRO COMERCIAL	ZONA	CLASE	SUPERFICIE RENTABLE M <sup>2</sup>
2016	1	Calzada del Hueso	Metropolitana	Centro de Vencindario	7,500
	2	Paseo Xochimilco	Metropolitana	Fashion Mall	71,303
	3	Zentro Lomas	Metropolitana	Fashion Mall	70,000
	4	Plaza Central	Metropolitana	Fashion Mall	57,541
	5	Mundo E	Metropolitana	Centro de Entretenimiento	69,595
	6	Galerías Atizapán	Metropolitana	Fashion Mall	5,000
	7	Esfera City Center Morelia	Centro	Fashion Mall	ND
	8	Fashion Outlet Cuernavaca	Centro	Outlet	40,000
	9	Plaza Fiesta Norte	Noroeste	Fashion Mall	150,000
	10	Antea Lifestyle Center	Centro	Fashion Mall	50,677
	11	Fashion Outlet Cancún	Sureste	Outlet	40,000
	12	La Isla Shopping Village	Sureste	Centro de Entretenimiento	36,000
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>				<b>597,616</b>
2017	1	Espacio Condesa	Metropolitana		23,006
	2	Encuentro Villa Latina	Metropolitana	Power Center	11,000
	3	Town Square Metepec	Centro	Fashion Mall	90,000
	4	Tecamac Power Center	Metropolitana	Power Center	70,000
	5	Coacalco Power Center	Metropolitana	Power Center	58,000
	6	Plaza Sendero Reynosa	Noroeste	Centro Comunitario	20,650
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>				<b>272,756</b>
ND	1	Urbana	Noroeste	Fashion Mall	29,825
	2	The Shoppes at La Paz	Noroeste	Fashion Mall	ND
	3	Tuxtla III	Sureste	Power Center	20,532
	4	Terrazas Arenal	Metropolitana	Centro de Entretenimiento	10,680
	5	Conjunto Coapa	Metropolitana	Power Center	ND
	6	Centro Comercial Centenario	Metropolitana	Power Center	48,879
	7	Plaza Bella Pachuca	Centro	Power Center	16,311
	8	Galerías Monterrey	Noroeste	Fashion Mall	ND
	9	San Francisco Fashion Outlet	Noroeste	Outlet	50,000
	10	Galerías Tlaxcala	Centro	Fashion Mall	ND
	11	Plaza Carey	Sureste	Centro Comunitario	ND
	12	Villa del Mar	Sureste	Fashion Mall	25,377
	13	Patio orizaba	Sureste	Power Center	ND
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>				<b>201,604</b>

# INVENTARIO VS CONSTRUCCIÓN Y PROYECTO

INVENTARIO VS CONSTRUCCIÓN Y PROYECTO POR ZONA  
TOTAL: 2.8 MILLONES DE M²

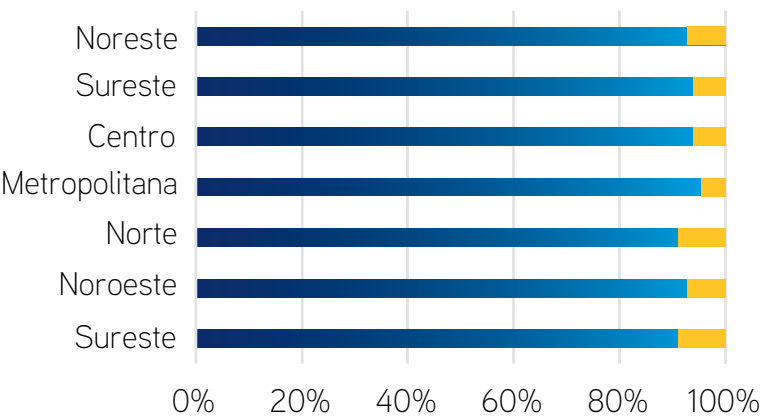


## OCUPACIÓN

A Junio de 2015, se registró una ocupación de 95% en centros comerciales mayores a los 10 mil m², dentro de las siete zonas que componen el país.

Actualmente, el mercado de centros comerciales se encuentra con un alto nivel de ocupación, ocasionado por la gran demanda que ha ido en incremento en los últimos años; los centros comerciales tipo Outlet muestran la mayor ocupación con 99%, seguido por Fashion Mall y Lifestyle centers con 96%, Power centers y Centros de entretenimiento con 93% y por último los centros comunitarios y centros de vecindario con 92%.

OCUPACIÓN POR ZONA, JUNIO 2015



# CICLO DEL MERCADO

El inventario del mercado de centros comerciales en México ha presentado un crecimiento considerable en los últimos años, principalmente en plazas de tipo Fashion Mall y Power Centers, esto derivado de la gran demanda de que existe por este tipo de inmuebles en las diversas zonas del país.

Para el segundo semestre de 2015 se espera que el mercado de centros comerciales continúe en etapa de expansión, a causa de la gran cantidad de plazas comerciales que actualmente se encuentran en construcción y proyecto

## CICLO DEL MERCADO



### **SOBREOFERTA**

- Aumenta la disponibilidad en inventario.
- Continúa nuevas construcciones.

### **RECESIÓN**

- Aumenta la disponibilidad en inventario.
- Se termina o posponen edificios.

### **RECUPERACIÓN**

- Disminuye la disponibilidad en inventario.
- No existen nuevas construcciones.

### **EXPANSIÓN**

- Disminuye la disponibilidad en inventario.
- Comienzan nuevas construcciones.



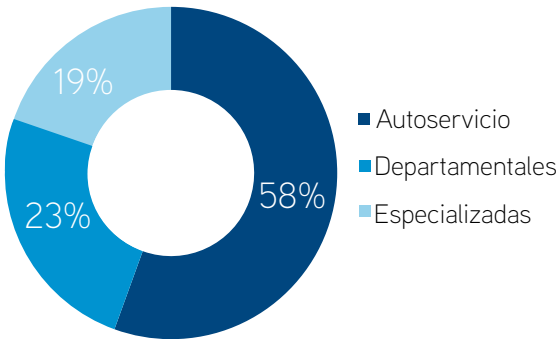
Con base al mes de Junio, la Asociación de Tiendas Departamentales y de Autoservicio (ANTAD) cuenta con más de 40 mil tiendas en el país y más de 24.8 millones de metros cuadrados de piso de ventas, la parte de autoservicio es la que cuenta con mayor superficie (58%), seguido por Departamentales (23%) y Especializadas (19%).

A Junio de 2015 la ANTAD registro un crecimiento acumulado a tiendas totales de 8.7% y a tiendas iguales de 5.0%.

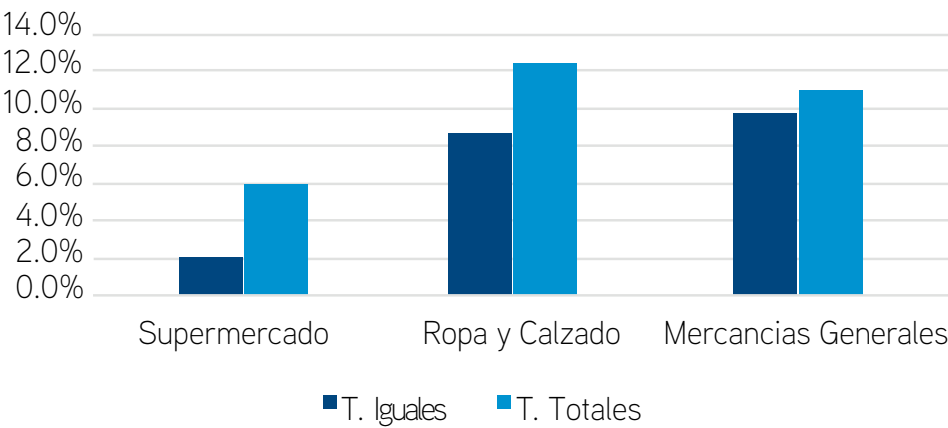
- > Supermercado (abarrotes y perecederos) representa el 50% de la venta total ANTAD, tuvo un crecimiento de 6.1% a tiendas totales y de 2.3% a tiendas iguales.
- > Mercancías Generales representa el 38% de la venta total de ANTAD, tuvo un crecimiento de 11.0% a tiendas totales y de 7.6% a tiendas iguales.
- > Ropa y Calzado representa el 12% de la venta total de ANTAD registró un crecimiento de 12.3% a tiendas totales y de 8.4% a tiendas iguales.

De acuerdo con la Antad, las ventas totales generadas a mayo de 2015 acumularon \$504.9 mil millones de pesos.

INVENTARIO DE INMUEBLES POR TIPO DE TIENDA, JUNIO 2015  
TOTAL: 24.8 MILLONES



COMPARATIVO DE CRECIMIENTO ACUMULADO, TIENDAS IGUALES Y TIENDAS TOTALES, ANTAD ENERO- JUNIO 2015



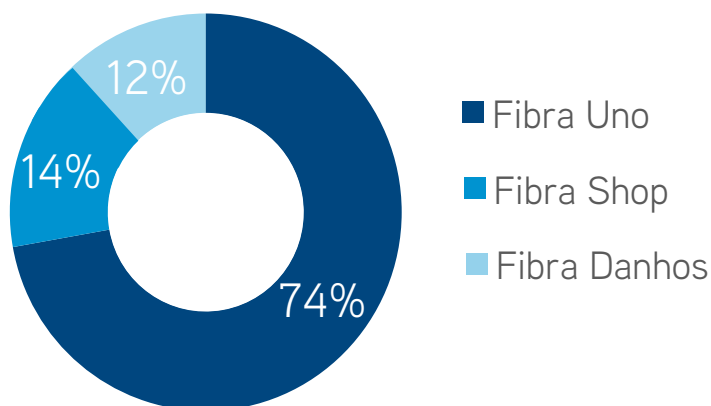
# FIBRAS

Debemos destacar que los instrumentos de inversión en bienes Raíces, mejor conocidas como Fibras continúan con gran aceptación por parte de inversionistas que desean participar en el mercado inmobiliario. Dicha Fibras, ofrecen pagos periódicos mediante las rentas y a la vez existe la posibilidad de tener ganancias de capital mediante la plusvalía.

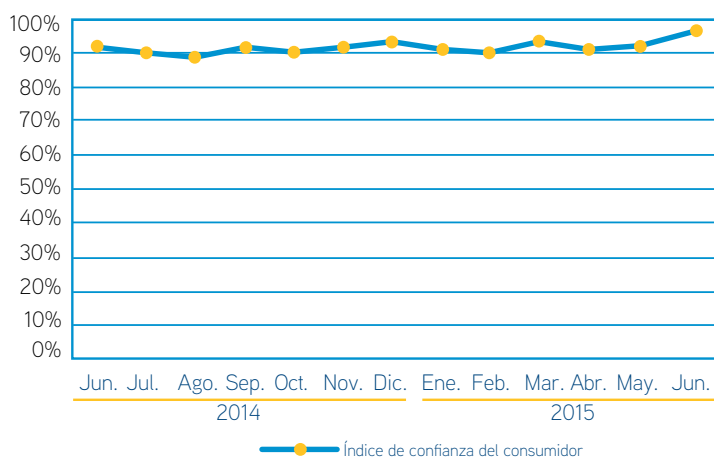
A Junio de 2015, el total de metros cuadrados que se encuentra en las Fibras asciende a los 3.2 millones de metros cuadrados. Actualmente existen 3 fibras que se han enfocado o parte de su portafolio cuenta con propiedades de tipo comercial. Fibra uno, que cuenta con 78 centros comerciales, seguido por Fibra Shop con 16 inmuebles y Fibra Danhos 7 centros comerciales. Se espera que Gicsa, sea la próxima compañía que forme su propia Fibra la cual tendrá propiedades del sector Retail.

Las Fibras continúan consolidando portafolios importantes a lo largo del país, siendo jugadores importantes en el medio inmobiliario, algunas de las operaciones que se han concretado se han realizado en Cap rates cercanos al 9%, mismo que se ha mantenido en niveles similares desde el año 2014.

## ANÁLISIS DE METROS CUADRADOS POR FIBRA, JUNIO 2015 TOTAL: 3.2 MILLONES DE M<sup>2</sup>



# ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



En cuanto al Índice de confianza del consumidor, si comparamos el mes de Junio de 2015 con el mismo mes en el 2014, podemos observar como el índice es estable, incluso existe un incremento en los primeros meses del año 2015, lo que refleja una mejora en el consumo.

FUENTE: INEGI

# NOTICIAS RELEVANTES DEL SECTOR

Durante el primer semestre de 2015, se observó la consolidación de fusiones y expansiones anunciadas durante el período y la incorporación de nuevas marcas internacionales a la oferta del mercado de retail del país. Además se muestra, como cada vez más marcas y centros comerciales, intentan adaptar nuevos formatos y tendencias de acuerdo a los diferentes segmentos del mercado.

Entre las noticias que influyeron en el sector del retail, se encuentran las siguientes:



## NOTICIAS RELEVANTES DEL SECTOR

# APERTURAS Y EXPANSIÓN

---

- › Hemsa inauguró su primera tienda en Guadalajara, Jalisco con una inversión superior a los 20 millones de pesos.
- › Soriana abrió una nueva tienda en Monterrey, la quinta en el municipio, en la cual se invirtió 38 millones de pesos, generando más de 100 empleo directos y 300 indirectos. Actualmente la cadena tiene 77 unidades en el Estado de Nuevo León.
- › En Guadalajara, Jalisco Autozone, abrió su tienda número 400 en el país, actualmente la empresa genera más de 5,700 empleos, tan solo en Jalisco cuenta con 25 unidades.
- › La cadena de autoservicio “Ley” anuncio que va a expandir su presencia en la ciudad de Tijuana, actualmente cuenta con 22 unidades en Baja California. La cadena cumplió 60 años en el país.
- › Almacenes del Sol, planea expandir sus operaciones con 7 almacenes durante 2015, la empresa actualmente genera 8 mil empleos directos, en 78 tiendas.
- › Costco, invirtió cerca de 40 millones de dólares en la apertura de una nueva tienda en Saltillo, con la cual creara alrededor de 300 empleos.
- › City Club de Grupo Soriana, abrió una nueva tienda en León, Guanajuato.
- › Sam’s Club abrió una nueva tienda en Jalisco, se invirtieron más de 150 millones de pesos.
- › City Market abrió una tienda más en Plaza Carso, consolidando su presencia en la Ciudad de México, actualmente son 6 tiendas.
- › Ópticas Devlin busca crecer en más de 30 unidades, que por el momento lo realizarán sin el esquema de franquicia.

Como se mencionó anteriormente grandes firmas del sector comercial continúan su expansión en las distintas zonas del país, Soriana, Walmart, Costco, son algunos ejemplos del sector de autoservicios que han aumentado su piso de venta como anclas en un Centro Comercial o Stand Alone, brindando más opciones a mercados que no eran atendidos.

---

## NUEVOS

La inercia que ha mostrado el país ha atraído nuevas firmas en el sector de Retail, como ejemplo podemos mencionar: Decatlon, Shakeys Pizza, Ponte Almeja, Dentix, entre otros. Algunas firmas que ya están o estaban en el país han crecido, por ejemplo Little Caesar’s que después de algunos años regreso a México, Sherwin Williams que consolida más puntos de venta o Toks que recientemente adquirió los inmuebles que eran de Restaurante California.

Amazon llega a México, con ello se abre una competencia fuerte para el sector de Retail, es importante destacar que el mercado mexicano no es tan maduro como en EU, sin embargo se espera que la firma crezca rápidamente.

# REDUCCIONES

Debemos mencionar que algunas empresas han decidido que por estrategia o costos han decidido cerrar algunos de sus puntos de venta, por ejemplo Elektra, Banamex, Blockbuster, IXE, Burger King entre otros.

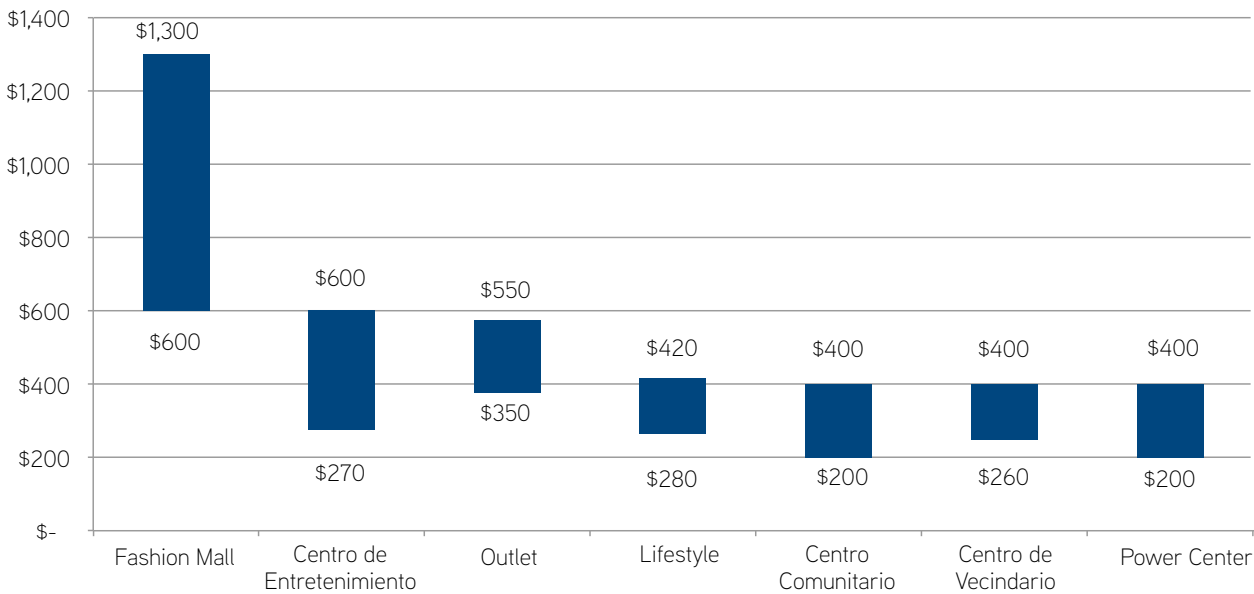
# PRECIOS

Al cierre del primer semestre de 2015, los precios de salida en renta promedio para centros comerciales variaron en diversos rangos: Power Center entre \$150 y \$400; Fashion Malls entre \$400 y \$1,300; Centros Comunitarios entre \$150 y \$400; Centros de Vecindario \$150 y \$400; Centros de Entretenimiento entre \$200 y \$600; Lifestyle entre \$280 y \$420 y Outlets \$200 y \$550.

Los rangos de precios de renta se presentan para centros comerciales en zonas metropolitanas y a nivel nacional en moneda peso mexicano. Los precios son en en locales con una superficie de 100 a 200m².

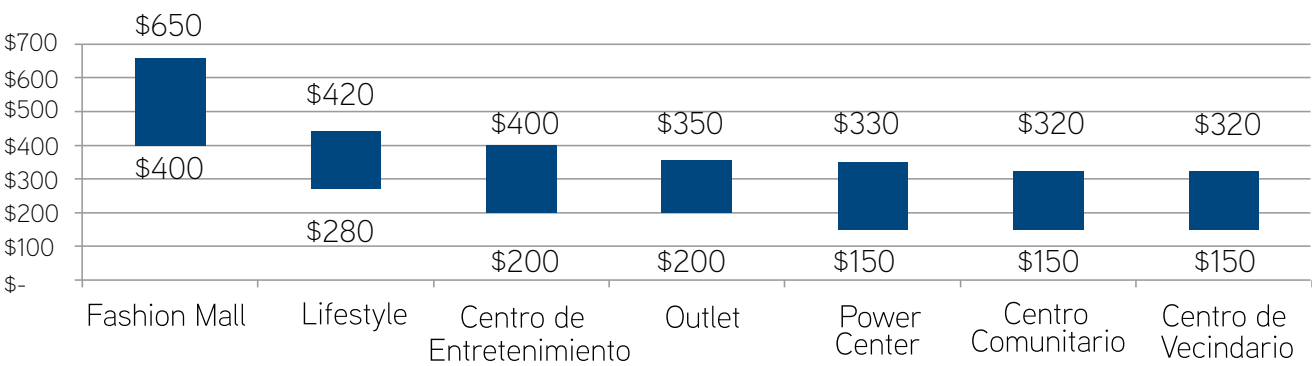
*Nota: El precio de cierre puede reflejar variaciones entre 10 y 20 por ciento por debajo del precio de lista. Dichas variaciones dependen de la zona, las condiciones de entrega de los espacios, porcentaje de ocupación en el espacio comercial, las condiciones de pago, los periodos de gracia para el pago de la renta, amortización de incentivos económicos otorgados por el propietario, garantías y capacidad crediticia del usuario, por mencionar algunas.*

PRECIOS DE ARRENDAMIENTO DE LOCALES EN CENTROS COMERCIALES CONSOLIDADOS EN ZONAS METROPOLITANAS, JUNIO 2015, MXP/M²/MES



# PRECIOS

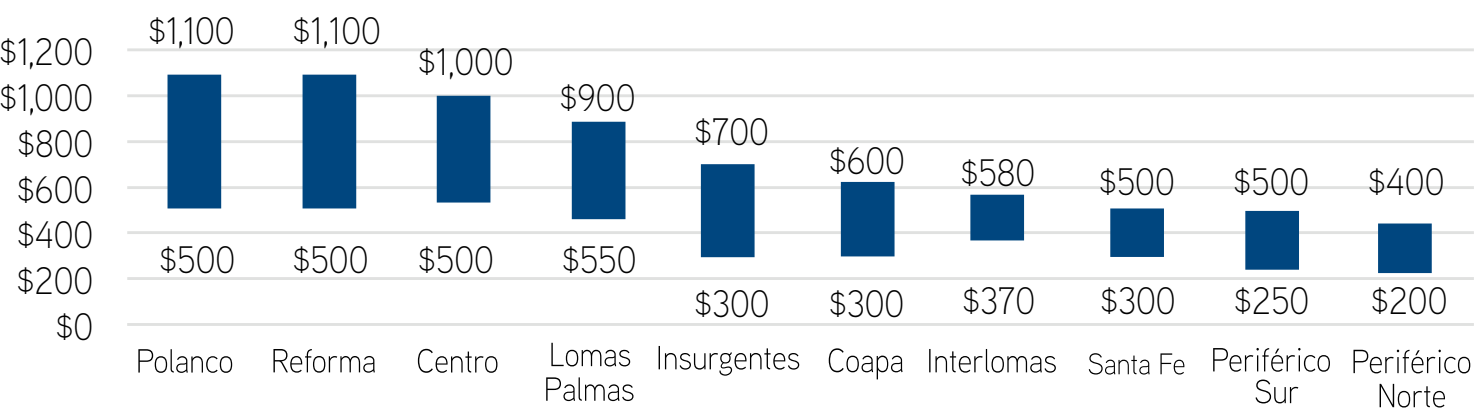
PRECIOS DE ARRENDAMIENTO DE LOCALES EN CENTROS COMERCIALES CONSOLIDADOS A NIVEL NACIONAL, JUNIO 2015, MXP/M²/MES



# PRECIOS DE LOCALES A LA CALLE

Al cierre del primer semestre de 2015, los precios de salida en renta para locales comerciales a la calle, dentro de los principales corredores de la ciudad de México, se encuentra entre los \$200 y \$1,100 pesos por metro cuadrado. Los corredores que presentan los precios más elevados son Polanco, Reforma y Centro.

PRECIOS DE ARRENDAMIENTO DE LOCALES A LA CALLE DE 100 A 250 M² POR CORREDOR, MXP/M²/MES



# KEY MONEY

---

El derecho de arrendamiento o mejor conocido como “guante”, “traspaso” o “Key Money”, es un costo que está considerado para los inquilinos que se quieren establecer en centros comerciales consolidados, normalmente de tipo Fashion Mall, no obstante, pueden existir otro tipo de centros comerciales que lo consideren para la entrada de nuevas firmas.

El “Key Money” puede ser el equivalente de 12 a 48 meses de renta por adelantado, en promedio. Sin embargo, existen propietarios que piden un monto mayor, por tratarse de centros comerciales consolidados y sumamente acreditados como Perisur, Paseo Interlomas, Plaza Satélite y Santa Fe. Debemos de considerar que el costo de este derecho dependerá del tamaño y localización del local.



# EXPECTATIVAS Y TENDENCIAS

---

Otra tendencia que está avanzando de manera importante es el comercio electrónico, acorde con información de Juniper Reach, se espera que el 20% de la población global cuente con la tecnología para poder realizar pagos por medio de dispositivos móviles. Amazon es un ejemplo claro de este tipo de tendencia en la cual la logística juega un papel crucial.

Un ejemplo de e-commerce lo lleva a cabo Home Depot, el cual ha creado en su portal de internet un lugar en donde se pueden llevar a cabo compras, adicionalmente el sitio cuenta con información escrita, gráfica y audiovisual acerca de los proyectos que se pueden realizar en el hogar, también incorporó asesoría telefónica para atender dudas, esto claramente crea una experiencia distinta y diferenciada para sus clientes.

El mercado en México ha mostrado un crecimiento importante en los últimos años y se ha consolidado como un gran consumidor, esto mismo ha representado una gran oportunidad para las nuevas firmas que se han establecido en México, tales como; Grupo Axa, Inditex, Forever 21, H&M, entre otras.

# ACTIVIDAD DE MERCADO RETAIL

ZONA	ESTADOS QUE COMPRENEN LA ZONA
CENTRO	Aguascalientes, Colima, Estado de México (Atlacomulco, Huehuetoca, Lerma, Metepec, Texcoco, Toluca, Zumpango), Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí y Tlaxcala.
METROPOLITANA	Distrito Federal y el Estado de México (Atizapán de Zaragoza, Chalco, Chimalhuacán, Tecámac, Coacalco, Cuautitlán Izcalli, Cuautitlán Romero Rubio, Ecatepec, Huixquilucan, Ixtapaluca; Los Reyes La Paz, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Nicolás Romero, Tlalnepantla y Tultitlán).
NORESTE	Nuevo León y Tamaulipas.
NOROESTE	Baja California Norte, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.
NORTE	Chihuahua, Coahuila, Durango y Zacatecas.
SURESTE	Campeche, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.
SUROESTE	Chiapas y Oaxaca.



TIPO	CENTROS COMERCIALES	SUPERFICIE RENTABLE M²
POWER CENTER	187	7,058,500
CENTRO COMUNITARIO	138	2,687,248
FASHION MALL	110	5,851,577
CENTRO VECINDARIO	81	1,064,489
CENTRO DE ENTRETENIMIENTO	54	1,188,158
OUTLET	9	278,450
LIFESTYLE	5	66,352
TOTAL GENERAL	584	18,194,773

# GLOSARIO

---

**ANCLA.-** Son aquellas tiendas o establecimientos donde se desarrolla la mayor parte de la actividad comercial y acude un flujo considerable de consumidores, por consiguiente ocupan un espacio más amplio en el Centro Comercial; estas tiendas pueden ser de Autoservicio, Departamentales o especializadas, además de cines y centros de diversión.

**CLASE.-** Clasificación o grado que recibe un Centro Comercial de acuerdo al tipo de anclas que lo distinguen de los demás. En el mercado de retail se clasifican como Power Center, Fashion Mall, Outlet, Centro de Vecindario, Centro Comunitario, Centro de Entretenimiento y Desarrollos de Usos Mixtos.

**CORREDOR.-** Zona de la ciudad delimitada por una o varias colonias, así como avenidas que contienen una cantidad suficiente de espacios de oficinas, comerciales o industriales que se pueden comercializar.

**STAND ALONE O LOCALES A LA CALLE.-** Toda aquella propiedad con uso de suelo destinado para el comercio y que se encuentra fuera de un Centro comercial.

**TIENDA DEPARTAMENTAL.-** Inmueble con un amplio surtido de productos y servicios que organiza su mercancía en departamentos separados para su venta. El surtido de mercancía incluye líneas de muebles para el hogar y accesorios, electrodomésticos y línea general de ropa para la familia. Este tipo de tiendas se caracteriza por ofrecer una atención considerable al cliente. En México podemos encontrar tiendas departamentales como el Palacio de Hierro, Liverpool y Sears.

**TIENDA ESPECIALIZADA.-** Inmueble que se concentra en un número limitado de categorías complementarias de productos, es decir, ofrece una variedad limitada de productos, pero con un amplio surtido. Además, ofrece su experiencia en ventas sobre esa categoría. Ejemplos: de este tipo de tiendas se encuentran The Home Depot y Best Buy.

**TIENDA DE AUTOSERVICIO.-** Inmueble que vende una amplia variedad de productos de abarrotes, así como artículos no alimenticios, tales como productos de belleza, salud, productos del hogar. Ejemplo; Wal-Mart, Soriana, Comercial Mexicana, Chedraui.

**FASHION MALL.-** Centros comerciales anclados por tiendas departamentales con una superficie rentable que va desde 18 mil metros cuadrados; en México son establecimientos anclados con El Palacio de Hierro, Liverpool, Sears, Fábricas de Francia y Saks Fifth Avenue.

**OUTLET.-** Centros comerciales que en general albergan tiendas de ropa que mantienen liquidaciones o venta de saldos, en algunos casos cuentan con zonas de Fast Food. Actualmente se están desarrollando "Outlet Malls" estos, cuentan con tiendas anclas bajo el mismo concepto de liquidación. La superficie rentable aproximada es de 35 mil metros cuadrados.

**CENTRO DE ENTRETENIMIENTO.-** Centros comerciales destinados al entretenimiento, las tiendas anclas principales pueden ser cines, pista de hielo, bingo y centros nocturnos.

**POWER CENTER.-** Centros comerciales anclados por tiendas de autoservicio con superficies rentables mayores de 25 mil metros cuadrados. En México las principales cadenas comerciales que anclan este tipo de desarrollo son: Chedraui, Comercial Mexicana, Costco, Sam's Club, Wal-Mart, Soriana y HEB.

**CENTRO COMUNITARIO.-** Centro Comercial anclado por una tienda de autoservicio y sub-anclas de tiendas especializadas con una superficie rentable aproximada de 20 mil metros cuadrados.

**CENTRO DE VECINDARIO.-** Centro Comercial anclado por una tienda de autoservicio con una superficie rentable aproximada de 10 mil metros cuadrados.


**LIFESTYLE.-** Centro Comercial anclado por tiendas de cadenas nacionales e internacionales de clase alta con una superficie rentable desde los 6 mil metros cuadrados.

**USOS MIXTOS.-** Complejo que puede estar integrado por edificio de oficinas u/o habitacional, hotel, tienda de autoservicio, departamental o conveniencia.

**STRIP CENTER.-** Centros comerciales que se caracterizan por estar al "descubierto", en forma de "L" o "U". Se pueden identificar por ser pequeñas plazas ubicadas al ras de la calle. No cuentan con tienda ancla.

FUENTE: ICSC (International Council of Shopping Centers).





485 Oficinas dentro de  
63 países en  
6 regiones

135 millones de m<sup>2</sup>  
en administración

16,300 profesionales

Estados Unidos: 146  
Canadá: 44  
Latinoamérica: 25  
Asia Pacífico: 186  
EMEA: 84

**Ausencio Lomelín E.**

Director Ciudad de México  
[Ausencio.Lomelin@colliers.com](mailto:Ausencio.Lomelin@colliers.com)

**Flavio Gómez Aranzubia**

Gerente Nacional Investigación de Mercados  
[Flavio.Gomez@colliers.com](mailto:Flavio.Gomez@colliers.com)

**COLLIERS INTERNATIONAL | CIUDAD DE MÉXICO**

Paseo de la Reforma No. 265 P.B.

Col. Cuauhtémoc

06500 México, D.F.

Tel: 5209 3636

[www.colliers.com](http://www.colliers.com)

Este documento ha sido elaborado por Colliers International y de carácter informativo. La información contenida ha sido proporcionada por fuentes confiables y se presenta en la forma exacta en que fue recibida. Entre las fuentes se incluyen asociaciones y consejos inmobiliarios, así como dependencias de gobierno, entre otras. Colliers International no garantiza, ni se hace responsable por la veracidad de la información presentada, cualquier parte interesada deberá hacerse responsable de su propia investigación sobre la precisión de la información. Colliers International excluye cualquier término deducido o implícito, condiciones y garantías que pudieran presentarse con motivo de este documento y excluye cualquier responsabilidad por daños y perjuicios que pudiera surgir. Este reporte y otros documentos de investigación pueden ser encontrados en nuestra página web [www.colliers.com](http://www.colliers.com). Colliers Lomelin S.A. de C.V. es miembro de Colliers International, una afiliación mundial de empresas de propiedad y operación independiente.

