

## MERCADO INMOBILIARIO [ REGIÓN METROPOLITANA ]

# Tiendas “ancla” cerca de proyectos responden a nuevos estilos de vida

ANGÉLICA BAÑADOS

Si bien la pandemia ha generado un cambio en el comportamiento de compra de las personas a causa de las restricciones de movilidad, desde hace un tiempo el comercio y las tiendas de conveniencia han buscado estratégicamente acercarse a sus clientes y no que estos deban desplazarse para abastecerse o recibir los servicios que les son necesarios, tendencia que los desarrolladores inmobiliarios detectaron y han sabido plasmar en sus proyectos.

“En general, los *strip centers* y las tiendas de conveniencia se ubican en zonas con mayor densidad poblacional y con ingresos medios o altos, ya sea en barrios consolidados o que están aumentando su densidad con el desarrollo de proyectos inmobiliarios en zonas de casas o edificios más bajos y antiguos”, explica Christian Diez, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

Según Montalva Quindos, Las Condes aporta con micropolos comerciales —*strip centers* o *power centers*— en un 28%, le sigue Providencia, con un 22%, y luego Santiago, con un 19%. “En las comunas emergentes aún no se observa mayor presencia de este tipo de comercio, panorama que debería cambiar cuando se lleven a efecto los permisos de edificación pendientes”, sostiene Carla Tapia, gerenta del área de Estudios de la empresa de servicios inmobiliarios.

Al respecto, comenta que los centros comerciales obligan a un desplazamiento mayor que las tiendas de conveniencia —que atraen demanda y ocupan áreas estratégicas dentro de los *strip centers* o *power centers*—, además requieren para su desarrollo general más metros cuadrados, lo que los hace bastante menos viables. “En tiempos de pandemia, las tiendas de conveniencia o ‘ancla’ permiten llegar en menos tiempo a las perso-

ALGUNAS INMOBILIARIAS ESTÁN INCLUYENDO EN SUS PROYECTOS UNA PLACA COMERCIAL, PENSADA ESPECÍFICAMENTE PARA QUE SE INSTALEN TIENDAS DE CONVENIENCIA, ARTÍCULOS DE MASCOTAS, CAFETERÍAS Y OTROS SERVICIOS QUE DEMANDEN LAS COMUNIDADES.



FORMATO.— Tiendas “ancla” existen principalmente en la capital, en regiones se están considerando en desarrollos incipientes.

nas de la comuna y de zonas aledañas”.

## GENERAR VALOR

Debido a la masa crítica que habita y circula por los sectores donde se emplazan, así como por la cercanía con el transporte público, accesos y equipamiento y tránsito vehicular, los *strip centers* o *power centers* tienen excelente proyección. Hay que considerar también que las empresas que arriendan los locales buscan estar cerca de sus clientes, así como de su público objetivo y potencial.

Una visión que han tenido muchos desarrolladores inmobiliarios. “Las zonas de alta

## COMPRAS RÁPIDAS

El investigador del Ceret explica que entre las ventajas de una tienda de conveniencia versus un supermercado es que está geográficamente más cerca de su segmento objetivo y, aunque su radio de influencia es menor, captura una parte importante de las compras rápidas. “Frente a un almacén tradicional o tienda independiente especializada —panadería, botillería, bazar, etc.—, una tienda de conveniencia ofrece una propuesta de valor más sofisticada —surtido, horario, autoservicio, formas de pago, cajero automático, ambientación, iluminación, seguridad percibida, estacionamiento, etc.— y consistente en el tiempo; es la evolución del antiguo minimarket a la estandarización en formato cadena”.

ta densidad y/o proyectos inmobiliarios son ideales para las tiendas de conveniencia, pues de esa forma el número de clientes dentro del radio de influencia es mayor, lo que

permite una demanda potencial superior, pero también atraerá competencia”, señala Christian Diez.

Inmobiliaria Paz, por ejemplo, posee Verdece en Lo Bar-

Del mismo modo, Inmobiliaria Norte Verde tiene en la mayoría de sus nuevos proyectos en la Región Metropolitana —que son de uso mixto, es decir que incorporan uso habitacional, oficinas y locales comerciales— placas comerciales, como son los casos de Edificio Atelier Prat, en Santiago centro, y Edificio Corrientes, en Providencia.

## PROYECCIONES

Un aspecto que hay que considerar es que actualmente las normativas vigentes están entregando coeficientes de constructibilidades que no pueden ser totalmente ocupados por vivienda debido a las restricciones en densidad. “Una solución para potenciar el desarrollo inmobiliario y entregar equipamiento a los nuevos residentes es proyectar una placa comercial con acceso directo desde las vías de circulación, lo que permite a las tiendas ‘ancla’ desarrollar su comercio capturando la masa crítica que el mismo edificio genera”, precisa la ejecutiva de Montalva Quindos.

Si bien por temas de pandemia los anteproyectos y permisos de edificación disminuyeron el año pasado, se estima que un 25% de los aprobados en la zona centro-oriente y con uso mixto cuentan con placas comerciales de, al menos, tres locales. “Los *strip centers* o *power centers* tomarán más fuerza con el tiempo, sobre todo porque se emplazan en espacios abiertos, lo que no produce una larga estadía en el lugar, porque se trata de comercio de paso”, indica.

Prevé, además, que una vez que pase la crisis sanitaria, estos micropolos comerciales permanecerán vigentes, ya que la población que habita los sectores donde están emplazados se mantendrá visitando las tiendas de conveniencia y otras que se encuentran en estos lugares.

“Esto, debido principalmente a la ubicación de las placas y al comercio o servicios que ofrece”, concluye.

nechea, frente al mall Portal La Dehesa, aledaño a diversos *strip centers* y cercano a bancos, servicios médicos, entre otros, y Tradición en Santiago centro, que se emplaza cerca de un centro de este tipo en Av. Santa Isabel y de un nuevo desarrollo comercial en calle Prat.

Por su parte, Inmobiliaria Exxacon en algunos de sus proyectos, como Cuvée (Peñalolén), Casa Bustamante (Ñuñoa) y Lift (Vitacura), incluye en el mismo edificio una placa comercial, pensada específicamente para que se instalen servicios como tiendas de conveniencia, cafeterías y otros servicios que demandan estas comunidades.