

CRECER Y DESARROLLARSE

De los 205 centros comerciales existentes en Colombia, 92 están ubicados en ciudades intermedias. También lo estará el 60 por ciento de los que se construyen.

Colombia, con 48,2 millones de habitantes, es el tercer mercado más grande de América Latina, después de Brasil y México, y la mayoría de su clase media vive en ciudades intermedias. Según Mall & Retail, se trata de 14,4 millones de personas que impulsan la oferta de centros comerciales a lo largo y ancho del país. Como lo dice el pionero de estas edificaciones en Colombia, el constructor Pedro Gómez, los centros comerciales se convierten en el club de la clase media pues allí confluyen la diversión y el esparcimiento.

Con 32 municipios entre 100.000 y 400.000 habitantes, los centros comerciales crecen allí con un ritmo muy fuerte. “En las cinco ciudades principales ya no hay predios importantes en las zonas de alta densidad demográfica, por lo que es cada día más difícil construir centros comerciales. Esto, sumado a una ausencia de políticas de renovación urbana y falta de planificación, hace más difícil que haya más en las grandes ciudades, por lo que los desarrolladores prefieren pequeñas”, sostiene Leopoldo Vargas Brand, gerente de Mall & Retail.

De hecho, según la Asociación de Centros Comerciales de Colombia (Acecolombia), la nueva dinámica urbana tiene al centro comercial como una parte fundamental de su evolución, su planeación urbana y su dinamismo comercial.

Esto lo han aprovechado muy bien los constructores que se trasladan a ciudades intermedias, porque como lo afirma Andrés Arango, presidente de la constructora Ospinas & Cía., en todas las regiones hay oportunidades de desarrollo. “Lo clave es identificar y estudiar muy bien realmente en qué partes del país se encuen-



FOTO: ALVARO ANDRÉS CARDONA

El arribo del primer centro comercial a Quibdó (Chocó), es una muestra del interés de los constructores por llegar a regiones apartadas de Colombia.



FOTO: CORTESÍA CONINSA

tran esas oportunidades con base en la oferta existente en espacios comerciales”, afirma.

Actualmente, de los 205 centros comerciales existentes en Colombia, 92 están ubicados en ciudades intermedias. Según Acecolombia, el 60 por ciento de los nuevos proyectos están en Soacha, Tunja, El Espinal, Girardot, Melgar, Fusagasugá, Neiva, Cúcuta, Montería, Ocaña, Soledad, Santa Marta, Valledupar, Sincelejo, Itagüí, Envigado, La Ceja, Copacabana, Rio-negro, Quibdó, Cartago, Jamundí, Popayán, Armenia y Manizales.

Ese mercado en crecimiento ofrece distintos modelos de negocio, compra o alquiler, y su rentabilidad depende de varios factores asociados al lugar, a la masa crítica a la que se dirigen, los servicios y productos que ofrecen y los diferenciales y anclas que apoyan su crecimiento. Lo cierto es que los centros comerciales llegaron para quedarse y apoyar el desarrollo de las ciudades, no solo como espacios de compra sino de esparcimiento, socialización y de unidad urbana. ■