



Boom de las tiendas de mascotas: siguen creciendo en los stripcenters y llegan a máximos históricos

Según los datos de GPS Property, este tipo de tiendas han aumentado más de un 40% en los últimos dos años. Se espera que continúen expandiéndose.

PAULINA ORTEGA

Los datos de la compañía de asesoría inmobiliaria, GPS Property, apuntan a que en los últimos dos años las tiendas de mascotas o *petshops* han crecido 40% en los *stripcenters* de la Región Metropolitana. En la actualidad existen más de 1.000 tiendas de estas características en dicha región.

Según explican desde la compañía, el aumento de mascotas a impulsado un crecimiento sostenido de este tipo de tiendas. “De acuerdo con los últimos datos del Registro Nacional de Animales, en la Región Metropolitana existen más de 800 mil mascotas inscritas, situación que ha impulsado el crecimiento de los *petshop* por distintas zonas de la capital”, dice la empresa.

“Hoy vemos que los *petshop* se han convertido en una necesidad para las personas que adoptan mascotas. Inicialmente comenzaron con venta de alimentos, pero hoy podemos encontrarlos provistos de juguetes, suplementos y hasta medicinas para los animales”, expresaron desde GPS.

En concreto, los *petshop* se concentran principalmente en los primeros pisos de este tipo de centros de comercio. Por ejemplo, del total de tiendas *petshop* el Santiago Centro (104) el 95,19% se ubica en primeros pisos y tan solo el 4,81% en otros pisos. Las tiendas de mascotas tienden a preferir locales que tienen entre 50 y 100 metros cuadrados, aunque también pueden ubicarse en cadenas de *retail* y supermercados.

Actualmente, las tiendas de mascotas se encuentran en su punto máximo histórico, según relata la empresa. El crecimiento de 40% corresponde al más alto desde el 2021, “cuando se triplicaron por el *e-commerce* y la necesidad de pedir alimentos de mascotas mientras nos encontrábamos en las cuarentenas de la pandemia”, dice la consultora.

Desde que comenzaron a posicionarse entre uno de los rubros que buscan arren-

dar locales en los *stripcenters* han tenido un crecimiento sostenido. Excepto en el 2019, cuando se estancó brevemente por el estallido social, según apunta GPS. “Muchos *petshops*, mayoritariamente de emprendedores y pymes, se vieron obligados a bajar sus cortinas por la violencia”, sostuvo la firma.

En la actualidad las principales marcas, al menos en Santiago Centro, son Pet Happy con el 11,11% del total, Super Zoo con el 7,07%, y Dr. Pet con el 6,06% de la participación.

GPS Property manifestó que se están posicionando con mayor fuerza en el sector oriente de la capital, específicamente en comunas como Las Condes, Providencia y Ñuñoa. Este sector congrega cerca del 70% del total de este tipo de locales en la Región Metropolitana.

Los rubros que sobrepasan a este en la participación en *stripcenters* son los de gastronomía (23,8%), comercio al por menor (17,8%) y farmacia (9,3%) superan a la cantidad de *petshops* que se encuentran en estos recintos. Pero cada vez se hace más frecuente la instalación de tiendas de mascotas en los *stripcenters*, especialmente en los primeros pisos.

“Por un tema de accesibilidad a los barrios y cercanía, los *petshop* han visto como una buena alternativa instalarse en este tipo de centros comerciales de destino. En el último semestre vemos que ya alcanzan un 6% de participación en los primeros pisos y creemos que debería seguir al alza”, estima GPS.

La compañía estima que en los próximos años las tiendas de mascotas podrían crecer hasta un 30% de aquí al 2025, principalmente potenciando su oferta en la zona oriente de Santiago, y volviendo lentamente a Santiago Centro debido al bajo valor de placas comerciales en dicha comuna actualmente. ●