

Más allá de Mall Espacio Urbano: la apuesta de Confuturo en el negocio de bodegas

Con una inversión que supera los US\$250 millones, la empresa tiene tres centros de bodegaje para grandes empresas y pymes. Además, ha incorporado minibodegas para emprendedores y particulares en sus malls de Antofagasta y Chicureo. El próximo año planea inaugurar este último formato en sus centros comerciales de Viña del Mar y Punta Arenas.

LEONARDO CÁRDENAS

—Han pasado nueve años desde que la compañía de seguros y administradora de pensiones de rentas vitalicias, Confuturo, cerró la adquisición de la cadena de centros comerciales Espacio Urbano a la supermercadista Walmart por US\$646 millones. Así, la firma sumó esos 10 activos a dos que tenía previamente en Colina y Melipilla. A la fecha, la empresa no ha incorporado nuevos malls, sino que ha puesto las fichas en otros formatos, entre ellos las bodegas.

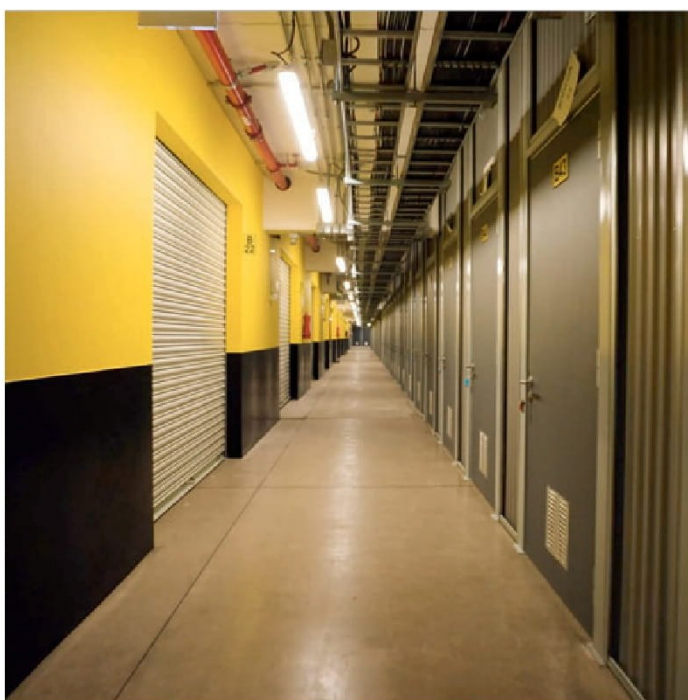
Específicamente, en cuanto a inversiones inmobiliarias, Confuturo ha estado diversificando su cartera. Por un lado, posee siete malls en la Región Metropolitana: La Dehesa, Las Rejas, Gran Avenida, Puente Alto, Plaza Maipú, Piedra Roja y Melipilla. Asimismo, cuenta con cinco distribuidos a lo largo del país: Los Andes y Viña del Mar (en la Región de Valparaíso), Linares en el Maule, Antofagasta y Punta Arenas. A lo anterior, se suma una cadena de strip centers, poco conocida por su nombre Paso Urbano, con 25 ubicaciones en el mercado nacional.

Sin embargo, las fichas hoy las tienen en el negocio industrial. De acuerdo con Ricardo Anwandter, gerente inmobiliario de Compañía de Seguros Confuturo, la compañía comenta que el arribo al mercado de bodegas y logística, tiene distintos formatos de acuerdo al público al que apunta: bodegas clase A para grandes empresas, bodegas flex dirigidas a pymes y mini bodegas enfocadas en pequeñas empresas y personas naturales.

“A contar del año 2021, la compañía entra en la adquisición del Centro de Bodegaje Pudahuel (CBP) en el sector de Noviciado, que hoy cuenta con 92.000 m² en GLA (superficie arrendable, por su sigla en inglés), lo que significó una inversión de US\$ 76 millones”, comenta Anwandter, quien explica que este formato ha sido exitoso, por lo cual han realizado más inversiones en esta línea.

Este año, Confuturo adquirió un centro de bodegaje de 25.000 m² en ENEA que está completamente arrendado. Además, el ejecutivo detalla que la compañía “próximamente tiene consideradas adquisiciones por 76.000 m². de GLA, lo anterior, por una inversión estimada de US\$ 85 millones”.

Asimismo, la empresa -junto con SalfaCorp



y Lunia- está desarrollando un centro de bodegas en el sector Miraflores, Pudahuel, de una superficie total de 65.000 m². de GLA, por una inversión de US\$ 90 millones.

Dado el dinamismo que ha presentado el segmento de minibodegas, Confuturo ha desarrollado un modelo de negocio que incorpora este formato en alguno de sus centros comerciales Espacio Urbano. Actualmente, tiene dos proyectos de este tipo en operación en los malls de Antofagasta y Chicureo. Durante el 2025, espera abrir espacios similares en los subterráneos de los shopping centers de Viña del Mar y Punta Arenas.

“Para el caso de las minibodegas, se observa como factor clave para el modelo de negocio de la compañía, integrarlos dentro de los centros comerciales Espacio Urbano. Lo anterior, permite que este negocio se apalanque con el centro, a través de su equipamiento y oferta de servicios, y además, provee adecuados niveles de seguridad, ubica-

ción centralizada, en zonas residenciales y con buenos accesos”, explica Anwandter.

NUEVOS NEGOCIOS

Desde la firma de asesoría y gestión de activos comerciales, Tresa, explican que los operadores de centros comerciales llevan años buscando nuevos negocios que complementen su oferta o se apalanquen en el know-how que poseen del negocio inmobiliario y comercial.

Respecto al segmento de bodegas aseguran que éste pasa por un momento de ajuste suave a la baja, con mayores niveles de vacancia y menores tarifas de arriendo, debido a que la economía del país presenta menor crecimiento y también a que la demanda del retail está más ajustada después del boom del e-commerce post pandemia.

Juan Luis Polanco, gerente de negocios de Tresa, puntualiza que la incorporación de bodegas y/o minibodegas en los centros comerciales “obedece a una mirada de más

largo plazo y forma parte del proceso de transformación de estos en proyectos de uso mixto, que incorporan, además de locales comerciales, edificios de oficinas, hoteles, bodegas, edificios multifamily, etc”.

De acuerdo con el ejecutivo, lo anterior le permite a los operadores de malls obtener mejores rentabilidades inmobiliarias en terrenos de alto valor, ubicados en centros urbanos importantes. No obstante, asegura que esta tendencia no es nueva, sino que es algo que ya ha hecho EBCO en Núcleo Los Trapenses e Easton Outlet en su activo de Temuco.

Más allá del negocio de bodegaje, los centros comerciales están apostando a otro tipo de negocios o desarrollos mixtos, incorporando hoteles, oficinas, edificios residenciales, multifamily (donde son ellos mismos quienes administran las rentas residenciales de esos edificios), grandes espacios de entretenimiento, entre otros.

“Ya hay bastante experiencia en el funcionamiento conjunto con otros tipos de activos inmobiliarios en centros comerciales como hoteles, por ejemplo NH en Casa Costanera, que agregan mucho valor. Por otro lado, los desarrollos mixtos con proyectos residenciales tipo multifamily, como el anunciado recientemente por Parque Arauco en su mall de Kennedy, o minibodegas en Espacio Urbano La Laguna de Chicureo”, destaca Polanco.

La búsqueda de eficiencias en estas cotizadas superficies también ha llevado a que los malls hagan un reordenamiento de sus metros cuadrados, modificando espacios de tiendas para dar paso a otros usos.

“Las grandes superficies, especialmente las tiendas por departamentos (conocidas popularmente como multitiendas), están reduciendo su tamaño considerando que categorías completas de su oferta, como electrohogar, se compran ahora por los canales no presenciales. Algunas departamentales dejan malls, como es el caso de Falabella en Mall Plaza Alameda o Mall Plaza Sur (centros comerciales administrados por Mall Plaza compañía parte del mismo holding), y en otros entregan uno o más niveles. Esos metros cuadrados se están rediseñando como nuevos espacios gastronómicos, de entretenimiento, de salud y actividad física, centros de eventos, entre otros”, resalta el gerente de negocios de Tresa. ●