



RETAIL, UN NUEVO COMIENZO

¿Qué pasó en el mercado de locales luego de la devaluación?

EL RETAIL, UN NUEVO COMIENZO

El futuro es hoy y el retail no está ajeno a los cambios que estamos experimentando en varios aspectos de la vida. La transformación involucra a todos los jugadores del mercado y es necesario estar preparados para la nueva era. Las zonas más tradicionales, los locales y las galerías clásicas deberán reinventarse para continuar siendo elegidos por el público.



LOCALES COMERCIALES: Integrarse potencia oportunidades.

Pensamos que se viene un **último bimestre muy discreto**. Es el momento que el retail piense sus estrategias comerciales que dinamicen el sector. Los rubros que traccionen el mercado serán los que entiendan qué quiere el consumidor. Todos tienen la oportunidad de lograrlo. El mercado alicaído llegó a todos los rubros y sectores de la economía.





AVENIDA SANTA FE. ¿UN CLÁSICO EN PROBLEMAS?

El mercado de locales sobre Av. Santa Fe mostró en el último tiempo una tendencia que no se experimentaba desde hace tiempo: **aumentaron las ofertas de ventas de locales comerciales, sumando M² al stock de venta.**

Si bien este clásico porteño aun goza de “buena salud comercial” no tiene mucho tiempo para revertir algunas tendencias y adaptarse a los tiempos que vienen. O en poco tiempo ya no será lo que fue.

La tasa de vacancia de Av. Santa Fe y Pueyrredón es del 4,66% y de Santa Fe y Callao del 3,9%. Como se observa, las tasas de vacancia se han disparado más del 100 % respecto al 2017.

La baja en el consumo y el alza de los alquileres hacen que, tanto los propietarios como los inquilinos, deban adaptarse a los tiempos post devaluación. Deberán acordar nuevas condiciones de valores e incluso compartir espacios entre empresas para optimizar costos. Difícilmente llegue a la caída que hoy se observa en Avenida Córdoba pero el cambio puede ser significativo. Aunque el mercado deberá encontrar rápidamente su punto de equilibrio.

AVENIDAS COMERCIALES. CAMBIAR O CAER

Reinventar las tradicionales avenidas de locales comerciales es un desafío interesante, con posibilidades enormes de crecimiento. Puede resultar un constante y auspicioso cambio de paradigma para los locales comerciales.

Cuando hablamos de cambios no podemos olvidarnos del contexto económico que actualmente atraviesa nuestro país. El presente también juega un rol importante en el momento de decidir la re locación de un local comercial o la expansión de una marca.

Los mercados digitales están creciendo de manera exponencial y ya **afectan de manera directa las ventas** en muchas **avenidas y galerías comerciales**. Actualmente se espera que los locales innoven, se fusionen o encuentren ingeniosas ideas para aumentar sus ventas y brinden experiencias.

El que piense en generar nuevas alternativas disruptivas ganará protagonismo frente a los locales tradicionales, como por ejemplo las propuestas de valores de cobranding. Apostar a la nueva generación con locales renovados - música, color, frigobar, gadgets, parques temáticos, etc.- y una fusión de mixturas de ideas puede cambiar la tendencia. Amplios locales deberán subdividirse, aprovechando la segmentación de nichos de mercados que buscan llegar a las avenidas con productos y servicios novedosos.

DATOS

. La intención de disminuir el precio de los alquileres, dada la devaluación y estancamiento de la demanda, brindará nuevas oportunidades a los inquilinos. Es momento de corregir la larga vacancia de algunos locales tops de las avenidas emblemáticas.

. No se contemplan alquileres en dólares para futuros contratos.





Sin dudas la compra de locales comerciales seguirá siendo una excelente inversión como refugio de valor.

LO QUE VIENE. ALGUNOS DATOS.

1

En Av. del Libertador a la altura de Martínez comenzará una importante obra residencial similar a La Palmera Olivos.

2

Comenzó paulatinamente la fusión de clusters gastronómicos, tecnológicos y de esparcimiento. Siguiendo el desarrollo urbanístico.

3

Los shoppings del cordón Oeste como Nine, restaurarán todo a nuevo para aumentar sus visitas y ventas.

4

Acoyte y Rivadavia se posiciona en Buenos Aires, dejando a Florida fuera del primer lugar, aunque ocupa el puesto número 16 en Latinoamérica y crecen las posibilidades de recuperar el primer lugar.

5

América Latina vivió un momento de mucho auge, pero hoy está en recesión. Este panorama se da en cierta medida porque el 80% de los consumidores creen que están en un proceso de recesión, lo cual hace que el consumo disminuya. En vez de consumir, el dinero se destina a pagar deuda o servicios. Siente que el riesgo es alto y prefiere esperar. Esto explica en parte por qué la gente baja su consumo en los países de Latinoamérica.

6

Cambiarán los corredores comerciales concentrados, como Florida, Santa Fe y Cabildo entre otros, por nuevos puntos de mercados.

7

La elección de la zona sobre el cordón Oeste será muy evaluada por numerosas firmas de bienes y servicios en busca de evitar acercarse Capital Federal y encontrar sitios amigables con el medioambiente, la tecnología y el ocio. Algunos ejemplos son Km 41 o Thay's Parque Leloir.

¿CÓMO QUEDÓ EL MERCADO DE LOCALES DESPUÉS DE LA SUBA DEL DÓLAR?

Respecto a la **abrupta variación** que **sufrió el dólar** en el último tiempo, creemos oportuno mencionar que no consideramos que la misma pueda tener un gran impacto en el corto plazo respecto a la compraventa de locales comerciales.

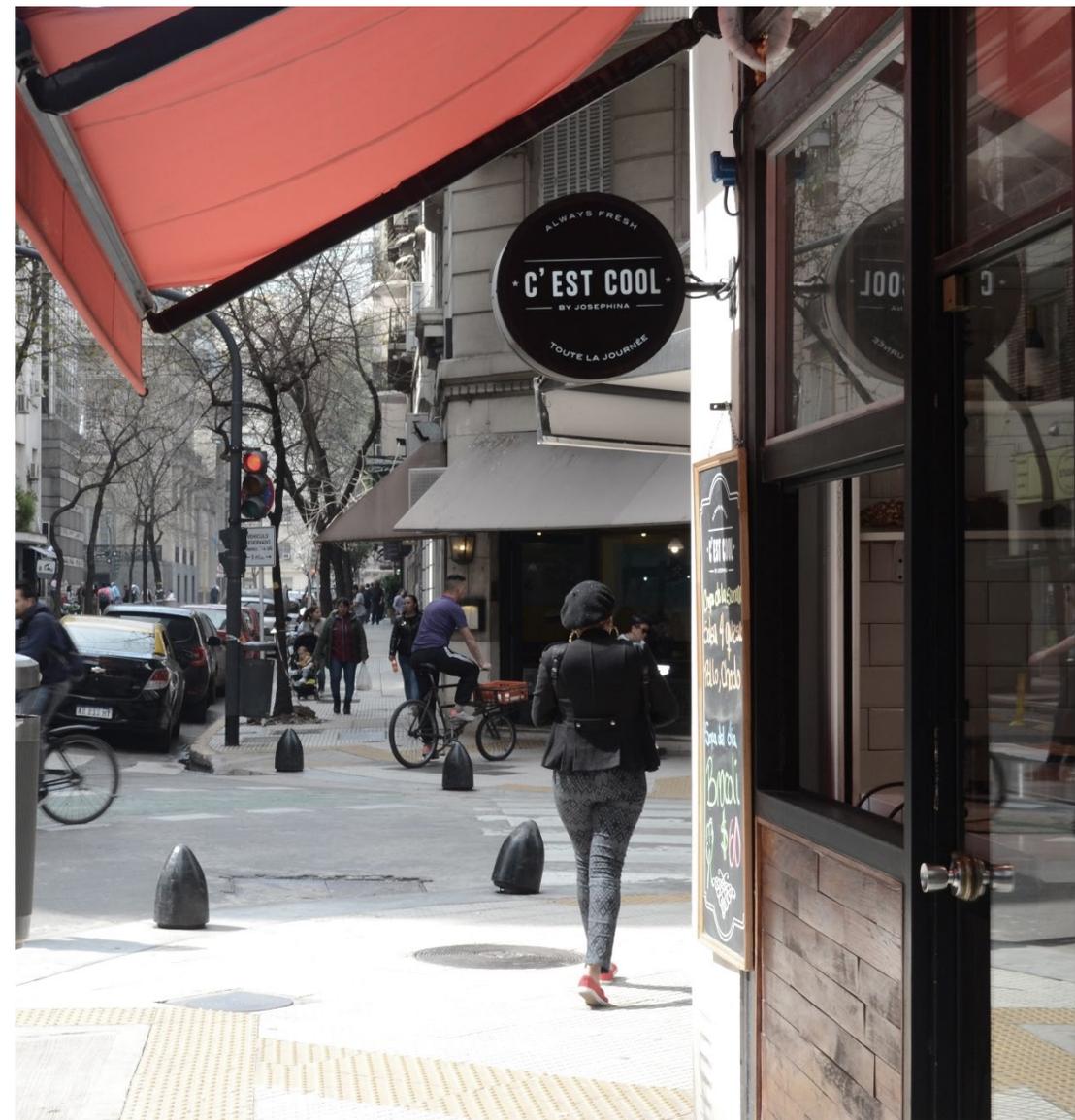
Los créditos hipotecarios están orientados al mercado residencial y no al comercial; por ende nuestro rubro específico dentro del Real Estate no se vio “golpeado” por la reciente devaluación del dólar.

A su vez hay otro punto importante: **los ajustes en los contratos de alquiler siguen estando en el orden del 15 % semestral en pesos.**

Que si bien es por debajo de la inflación proyectada, los locadores han resignado indexación por absorción de m².

Los propietarios e inversores que convierten su capital a dólares, rápidamente ven una baja de esta renta proyectada para el 2018, por la actual devaluación y las posteriores que pudieran darse.

Estimamos que **el valor de compraventa** de los inmuebles comerciales **no va a aumentar en el corto plazo pero sí a mantenerse**, la inversión en locales como renta o resguardo de valor es y seguirá siendo un **excelente negocio**.





ANALISIS DE CUADROS

Vacancia en alza, demanda baja y valores baja.

El ajuste de precios por inflación, sumado a la poca oferta financiada y a la inestabilidad del dólar prefiguran un panorama complejo para el movimiento de consumo interno. El sector de retail no está ajeno al cimbronazo de la economía tras la fuerte devaluación de agosto, aunque se espera un alto aumento en el turismo receptivo y todos los rubros colaterales.

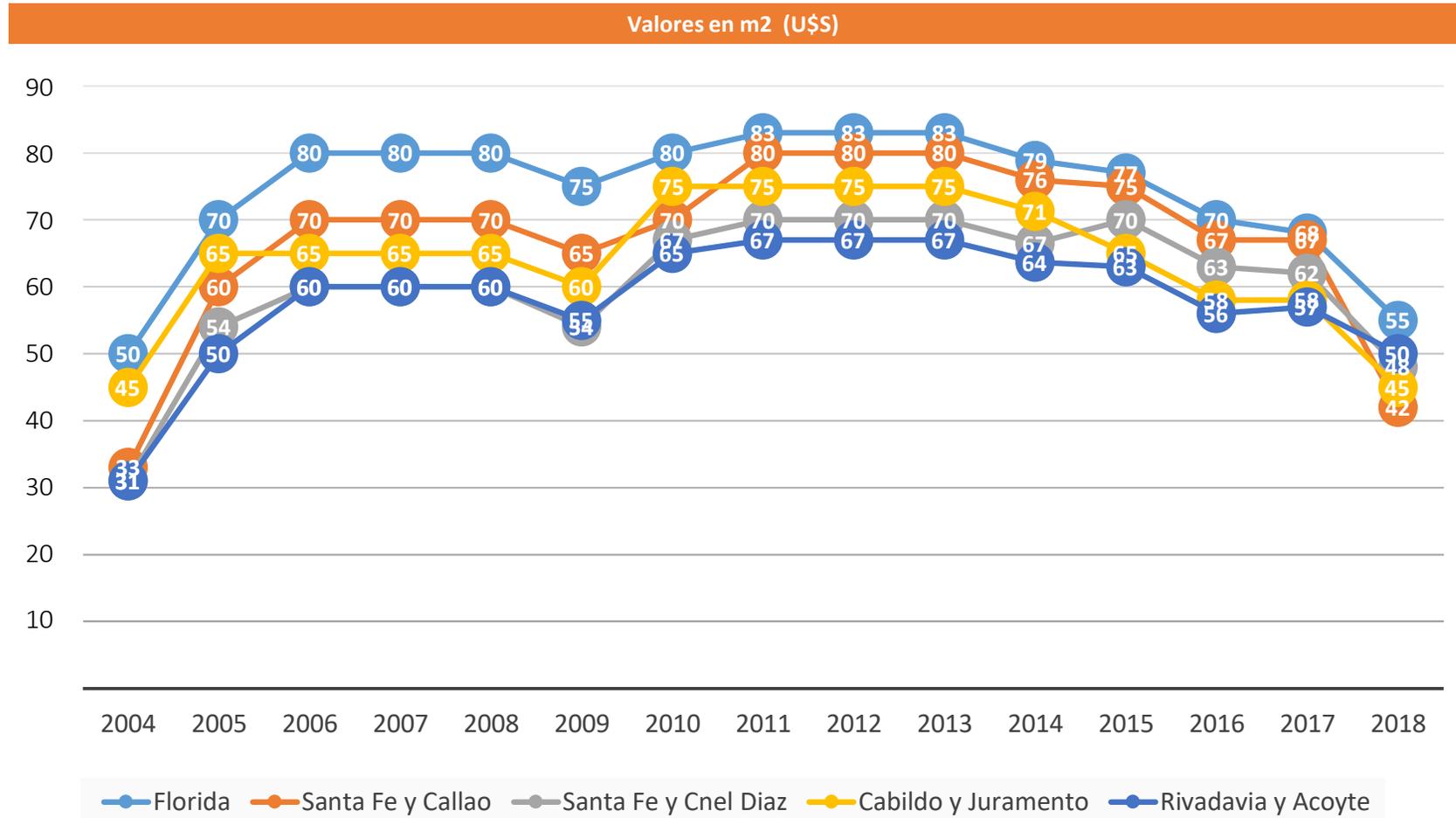
La crisis cambiaria y financiera Argentina iniciada en los primeros meses de 2018 puede estar entrando en una fase con nuevos desafíos. Para evaluar esto podemos recurrir como nuevo instrumento a la pesificación de los contratos vigentes, y de los alquileres de referencia. Aunque como premisa, al mismo tiempo, los depósitos en dólares crecieron, por lo que todos los actores económicos ven con buenos ojos al sistema bancario.

TENDENCIAS DE MERCADO

	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	CABA	ZN										
VACANCIA	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↓	↑	↑
DEMANDA	↓	↓	↓	↓	=	=	=	=	↑	↑	↓	↓
VALORES	=	=	↓	↓	=	=	↓	↓	↓	↓	↓	↓

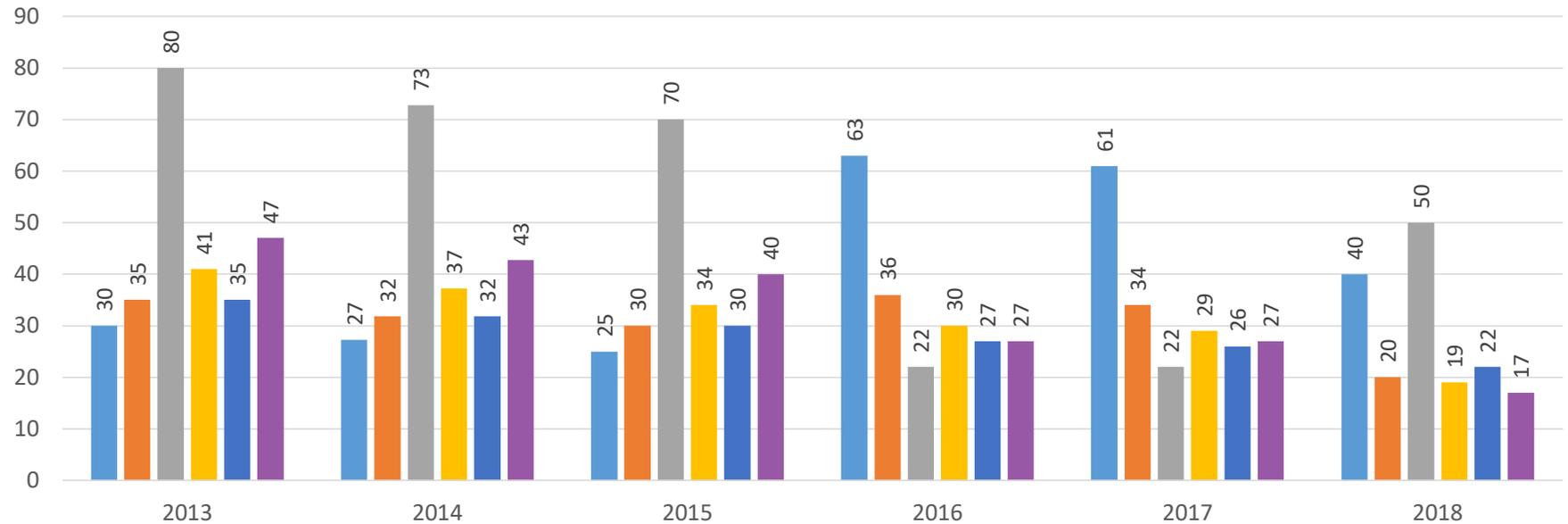
En los cuadros anteriores la comparación es entre el mes actual y diciembre del año anterior.

FOCOS PRIMARIOS



FOCOS SECUNDARIOS

Valores en m2 (U\$S)



- Av. Del Libertador y Alvear (Martínez)
- Defensa y Humberto Primo (San Telmo)
- Av. Alvear y Ayacucho
- Palermo Soho
- Palermo Hollywood
- Av. Rivadavia y Boyacá

Nota: Valores en U\$S/m2 para locales en pleno foco comercial con una superficie de planta baja menor a 200 m2

“

LA CALLE FLORIDA SE SUBE AL PODIO.

Estoy convencido que la calle Florida está retomado el sendero del podio de las avenidas comerciales de América Latina. Tenemos indicadores que lo confirman.

El *retailer* ve con buenos ojos posicionarse en la tradicional calle Florida con más oferta de servicios, por lo tanto están necesitando nuevamente locales comerciales. El valor del dólar favoreció la llegada de turistas, los cuales transitan, compran y consumen productos adquiridos en esta popular arteria porteña.

Sin ningún lugar a dudas la posibilidad de encontrarnos próximamente con la apertura del Harrods será algo que muchos queremos volver a ver. Quizás sea el puntapié para la recuperación definitiva. Las grandes marcas volvieron a tener en la mira a la calle Florida, esto ya dice mucho.

”



Jorge Gayoso
Broker

NUESTRO EQUIPO



Miguel Grehan
Director Locales



Lorena Levonian
Broker



Elizabeth Báez
Broker



Silvana Genaro
Broker



Jorge Gayoso
Broker



Leandro Levint
Broker



Justina Rubio
Asistente

DIRECTORIO

Luís José Ramos, Presidente
Diego J. Cazes, Director General

División Locales
Miguel Grehan, Director

División Industria y Logística
Gonzalo Gianola, Director

División Emprendimientos y Terrenos
Manuel Valdes, Director

División Oficinas
Pablo Papadopoulos, Gerente

División Residencial - Sucursales y Directores
Sucursal Recoleta, Dina Crusizio
Sucursal Palermo, Analía Grecco
Sucursal Lomas de San Isidro, Harry Marples
Sucursal Nordelta, Soledad Ramos
Sucursal Puertos, Mariano Monteverdi

División Campos
Juan José Madero (h), Director

División Hoteles
Noel Verger, Director

División Tasaciones
Eduardo Pereira, Director

Marketing
Cynthia Furukawa, Gerente

Sistemas
Facundo Hidalgo, Gerente

Sucursal Centro . Tucumán 117, CABA
4114-1000 . lramos.com

