

Infraestructura / Inmobiliaria

Minibodegas: el explosivo aumento del negocio que llamó la atención del grupo Angelini

La industria de espacios de entre 1 y 30 m² ha logrado fortalecerse en los últimos años, especialmente con el arribo del comercio online. A día de hoy suman 170 mil m² solo en la Región Metropolitana.

Por: Magdalena Arce



El comercio electrónico y una necesidad creciente de espacios reducidos para clientes retail está haciendo crecer con fuerza el negocio de las denominadas minibodegas: lugares con ubicaciones céntricas, que tienen dimensiones de 1 a 30 m².

170
mil m²

totaliza la
superficie para
este segmento.

\$10
mil

parten los
precios de
arriendo.

Solo la primera mitad del año ha habido una demanda estimada en 116 mil m² por bodegas en general, un aumento de 300% respecto del mismo período de 2017, según datos de la consulta CBRE.

La expansión de este negocio ha sido acelerada y promete subir ese ritmo: en cinco años la superficie se duplicó y llegó a 170 mil m² en Santiago, pero para los próximos años ya se contabilizan 200 mil m² adicionales en bodegas que se instalarán fundamentalmente en la capital.

Esto ha llamado el interés de grandes grupos nacionales. La familia Angelini puso sus fichas en esta industria con la compra de 23,44% de Red Megacentro, firma que tiene una parte de su operación en este nicho de negocio a través de Mi Bodega. El grupo estuvo dispuesto a pagar \$ 82.447 millones por ingresar a una firma que espera crecer en más de 40% su superficie total.

Las minibodegas se expanden en la zona oriente

En el caso de Red Megacentro, desde 2013 que sumaron a Mi Bodega, la que tiene 20 años en este negocio y maneja 55 mil m², con presencia en 15 comunas de la Región Metropolitana.

Julio Letelier, subgerente comercial de Mi Bodega, dice que se preparan para abrir tres nuevos centros.

"El mercado para los próximos años se ve alentador y ya tenemos varios planes a futuro. Para 2019 se vienen nuevos centros como Núcleo Bellavista, Núcleo Los Trapenses y Núcleo San Diego con minibodegas, minioficinas y locales comerciales en el mismo lugar", dice Letelier.

Arie Rezepka, gerente general de AKI KB Minibodegas, otro de los actores relevantes del sector con más de 50 mil m², señala que la transformación que ha vivido este nicho se debe principalmente al fortalecimiento del comercio online y a la reducción del tamaño de las viviendas.

"Cuando se compra un departamento, las bodegas significan una inversión extra al precio de la propiedad y, dependiendo de la zona, puede subir hasta 3% del precio total de la compra. Al final, una persona termina pagando mucho más por una bodega en su edificio que arrendando con nosotros", explica Rezepka.

En el caso del e-commerce, la mayor presencia de emprendedores en el país, quienes arman su pyme y traen productos desde el extranjero, es el driver más importante de crecimiento. Para AKI KB, el 47% de sus clientes son empresas y emprendedores relacionados con el e-commerce, por lo que este tipo de espacios se han ido sofisticando con salas de reuniones, wifi y cafeterías, entre otros.

El mercado ha estado activo. Rezepka cuenta que ellos compraron en agosto a otro de los jugadores: Ministorage. El plan es comenzar a abrirse espacio en la zona oriente de la capital, donde tienen cuatro

proyectos en marcha, en La Reina, Ñuñoa y Lo Barnechea, y que están observando de cerca Las Condes y Vitacura.

Otro actor del mercado es BLT Minibodegas, que ya suma 18 mil m2. Rafael Pérez, gerente general de la firma, dice que la ventaja en los últimos años es que el rubro de mini bodegas se ha hecho más visible.

"En estos años hemos visto que se han integrado nuevos operadores, lo cual miramos con buenos ojos ya que entre todos le damos más visibilidad a esta industria. De todos modos, nosotros seguimos con una estrategia agresiva de expansión", dice sin entrar en más detalles.

