

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
25/08/2012	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	12	3	¿VECINO NUEVO? COMO AFECTA A SU PROPIEDAD LA INSTALACION DE UN MALL O HIPERMERCADO PARTE 01

MI METRO CUADRADO

¿Vecino nuevo? Cómo afecta a su propiedad la instalación de un *mall* o hipermercado

No da lo mismo si se trata de un *mall*, un hipermercado, supermercado o *strip center*. La llegada de uno de estos inmuebles influye de distinta forma en la valorización de las viviendas aledañas, dependiendo de factores como la distancia y mitigaciones.



SEGÚN EXPERTOS INMOBILIARIOS, EN MUCHOS CASOS OCURRE QUE EL PRECIO DE UN INMUEBLE SE VE AFECTADO NEGATIVAMENTE COMO VIVIENDA, PERO PARA SU USO COMERCIAL SE VALORIZA.

IMPACTO URBANO.— Los *malls* e hipermercados son, en general, construcciones de gran envergadura de entre 50 mil y 300 mil metros cuadrados de superficie, lo cual genera un impacto importante en la zona, tanto en la arquitectura como en la vialidad y el flujo peatonal.

LOS COLETAZOS DEL COSTANERA CENTER

Víctor Danús, director regional de Re/Max, no cree que este *mall* sea invasivo para la vida de barrio del sector de Pedro de Valdivia Norte. "Hay un entorno natural que provoca una separación entre ambos lugares; el río genera una barrera natural", dice. Según el experto, la mixtura de Pedro de Valdivia, donde conviven servicios, comercio y viviendas, hace que se

adapte mejor a la llegada de este nuevo vecino. Coincide con este diagnóstico Luis Eduardo Bresciani, socio de la consultora Urbana E&D, aunque advierte que las viviendas ubicadas entre Nueva Tajamar, Apoquindo, El Bosque y Vitacura sí se han visto afectadas, a pesar de que sigue siendo atractivo el sector. "Comparativamente es menos atractivo que lo que está

al oriente de El Bosque, porque se ve más congestionado", señala. Santiago Sánchez, de la consultora inmobiliaria Transsa, considera que el Costanera Center resulta un perjuicio para sus vecinos. "El nivel de congestión potencial tendrá efectos muy importantes, salvo que las soluciones viales mejoren radicalmente", concluye.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
25/08/2012	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	12	4	¿VECINO NUEVO? COMO AFECTA A SU PROPIEDAD LA INSTALACION DE UN MALL O HIPERMERCADO PARTE 02

MARÍA DE LOS ÁNGELES PATTILLO

La llegada de un *mall* es una buena noticia para muchos: es una fuente de un sinnúmero de servicios y su área de influencia cubre varios kilómetros. Sin embargo, quienes tienen que convivir con él a diario, sus vecinos más próximos, no lo ven siempre con tan buenos ojos. “Es una intervención a gran escala muy invasiva que atrae a una gran cantidad de personas, principalmente en auto. Esta afluencia de público genera congestión y afecta la seguridad, lo que disminuye el valor de las viviendas cercanas”, explica el presidente de la Cámara de Empresas Tasadoras de Chile, Cristián Lecaros.

Según el director regional de Re/Max, Víctor Danús, los inmuebles que enfrentan a un centro comercial pueden bajar de precio hasta en un 20%, sólo por

este hecho. “En el sector oriente, sobre todo, la llegada de un *mall* tiende a bajar el valor de las propiedades, pues los vecinos sienten que su calidad de vida se ve afectada (...) la plusvalía se ve mermada porque nadie quiere vivir al frente de un *mall*”, dice.

Son construcciones de entre 50 mil y 300 mil metros cuadrados. El hipermercado —aunque de menor tamaño y número de servicios— genera el mismo efecto, a juicio de Luis Eduardo Bresciani, jefe del programa del magíster Proyecto Urbano de la UC y socio de Urbana E&D. “Ambos son formatos de gran escala que tienden a necesitar de terrenos muy grandes, por lo que se insertan mal en barrios tradicionales”, dice.

De vencido a ganador

No todo es negativo. “Al poco tiempo, esta nueva oferta de ser-

vicios comienza a ser muy atractiva para los usos comerciales. Así, vemos cómo en muchas calles aledañas las viviendas unifamiliares pasan a ser locales de comida de perro y salones de belleza”, destaca Pablo Allard, decano de Arquitectura de la UDD. Suele ocurrir que el precio del inmueble se vea afectado para su uso como vivienda, pero para uso comercial se valoriza, dice.

Según Santiago Sánchez, director de Tasaciones Especiales de Transsa Consultores Inmobiliarios, un ejemplo es lo que ocurrió en los alrededores del Plaza Vespucio: “las casas inmediatas al *mall* aumentaron sus valores a más del doble en pocos años”.

“Si permites que la primera línea se transforme en lo mismo que el *mall*, transfieres ese impacto a las casas de más allá”, advierte Bresciani. Agrega que la clave es lograr una normativa más sensible, que permita una transición entre las viviendas y los locales de gran escala, con un uso intermedio. Porque un par de cuadras más lejos, el efecto en el precio de las viviendas es positivo, cree Allard. “Te permite tener acceso caminable desde tu casa a todo tipo de servicios”.

Medianos y pequeños

El supermercado pequeño (de no más de 10 cajas) y el *strip center* tienden a adaptarse mejor a la vida de barrio. “Tienen un área de influencia más local, se orientan a satisfacer necesidades básicas y, por lo tanto, su presencia es más valorada que un *mall*”, destaca Lecaros.

Otro punto a favor de estos locales de menor escala es que no generan tanto flujo de gente y en su mayoría tienen resuelto el

problema de los estacionamientos. Según Danús, uno de estos centros —que tenga bien resueltas sus mitigaciones y ubicado en una zona con necesidad de servicios— puede provocar un alza de 5% en las propiedades cercanas, sólo por su aparición.

Según un estudio de la consultora Arenas & Cayo, las casas ubicadas en un radio de mil metros alrededor de supermercados de menor tamaño en Lo Barnechea han subido de precio en promedio un 59% en tres años.

Para Pablo Allard, la llegada de estos locales es una buena noticia para el barrio, no así para el vecino de al lado. “Hay una serie de fricciones, como los olores y la seguridad, que hacen que baje el valor de esa vivienda como uso residencial. Ahora, si estoy a tres cuadras, obviamente me conviene, porque donde no había nada ahora hay servicios, y eso tiende a mejorar el precio”.

Bresciani, sin embargo, cree que el diseño tiene mucho que decir en estos casos. “Si hay un problema de arquitectura, claramente va a haber un conflicto, pero como son formatos menores, son más fáciles de integrar”.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
25/08/2012	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	12	5	¿VECINO NUEVO? COMO AFECTA A SU PROPIEDAD LA INSTALACION DE UN MALL O HIPERMERCADO PARTE 03

PARQUE ARAUCO COMO EJEMPLO DE INTEGRACIÓN

Para Luis Eduardo Bresciani, el Parque Arauco genera beneficios a sus zonas contiguas, porque, en general, son áreas destinadas a los mismos usos, vivienda en densidad, hotelería y oficinas que se ven favorecidas de tener a una distancia caminable este centro urbano. "Como está rodeado de grandes avenidas no produce mucho impacto en la vivienda. Tiene buena accesibilidad y un parque al lado (...) Es de los *malls* que mejor se ha ido integrando a su contexto", dice.

Eso sí, Santiago Sánchez advierte un punto negro en el conjunto: los departamentos de Cerro Colorado, justo detrás del Hotel Marriott.

LOS ALTIBAJOS DEL ALTO LAS CONDES

Según un estudio de la consultora Valuaciones Chile, las viviendas de hasta seis cuerdas de distancia de este *mall* (desde Padre Hurtado al poniente), han incrementado su precio en un 34% en los últimos tres años. "El mercado reconoce que se trata de un centro comercial de alto nivel y que al estar acotado en sus perímetros, se asegura que no habrá una mayor expansión de éste", señala Christian Acevedo, gerente de Tasación de la empresa.

Sin embargo, Luis Eduardo Bresciani cree que los efectos del *mall* son negativos, en particular en el área que ha cambiado de uso: de vivienda a comercial. "Se ha generado una instalación comercial precaria en el entorno. Cuando uno revisa lo que ha ocurrido con las propiedades aledañas al Alto Las Condes, se ve más bien un proceso de degradación que uno de mejoramiento. La inserción del *mall* es mala respecto de la relación con el barrio", dice.

