

Distrito Las Villas

Torreón Coahuila



Contenido



- 1 Ubicación Geográfica
- 2 Vialidades
- 3 Objetivos de Proyecto
- 4 Vialidad Actual
- 5 Vialidad Propuesta
- 6 Análisis de Mercado
- 7 Diagrama de Zonificación
- 8 Propuesta de Conjunto
- 9 Centro Comercial PB
- 10 Centro Comercial N1
- 11 Fases Área Comercial
- 12 Croquis de Análisis
- 13 Inspiración
- 14 Vista Norte-Sur
- 15 Vista Sur-Norte
- 16 Concepto
- 17 Zonas de Activación



ANÁLISIS DE SITIO: UBICACIÓN GEOGRÁFICA

País

Estado

Municipio



País: México
Estado: Coahuila
Municipio: Torreón
Colonia: Ejido de la Unión

Habitantes: 3,147mill. (2020 Inegi)
Actividades: Comercio, y Turismo.
Temperatura promedio: 35 °C
Clima: Clima Generalmente Seco y semicálido extremo







El terreno se localiza en el municipio de Torreón, localidad mexicana dentro del estado de Coahuila.



DISTRITO LAS VILLAS

ANALISIS DE SITIO: VIALIDADES GENERALES

Simbología

-  Terreno Las Villas
-  Educación
-  Comercio
-  Centros de Espectáculos y Deportivos
-  Vialidades Estatales
-  Vialidades Principales

Distancias Puntuales (en automóvil):

- Aeropuerto 9km - 15 Min
- Centro Torreon 11km - 21 Min
- Territorio Santos Modelo 5km - 7 Min



ANALISIS DE SITIO: VIALIDADES

Simbología

- Terreno Las Villas
- Educación
- Comercio
- Centros de Espectáculos y Deportivos
- Vialidades Estatales
- Vialidades Principales

Distancias Puntuales (en automóvil):

- Aeropuerto 9km - 15 Min
- Centro Torreon 11km - 21 Min
- Territorio Santos Modelo 5km - 7 Min



ESTUDIO DE MERCADO:

Mediante este estudio de mercado y factibilidad comercial se pretende determinar la competencia comercial existente para el predio dentro del área de influencia. El área de influencia o “Isócrona” está determinada por el tiempo y distancia recorrido partiendo del punto a estudiar.

Con este estudio se busca determinar el potencial de la zona para la instalación de nuevos comercios y establecer una oferta suficiente para satisfacer la demanda sin caer en una sobre oferta y de este modo erosionar el consumo.

La metodología y diseño del estudio permite conocer a fondo las áreas de oportunidad comerciales de la zona y la saturación de oferta por segmento de gasto.

Los segmentos de gasto se dividen en los siguientes:

- Alimentos y Bebidas (AYBD)
- Vestido y Calzado (VYC)
- Servicios del Hogar (SDH)
- Salud y Cuidado Personal (SCP)
- Comunicaciones y Transportes (CYT)
- Transferencia de Pago (TDG)
- Educación y Esparcimiento (EYE)

El estudio presentado a continuación analiza los siguientes puntos:

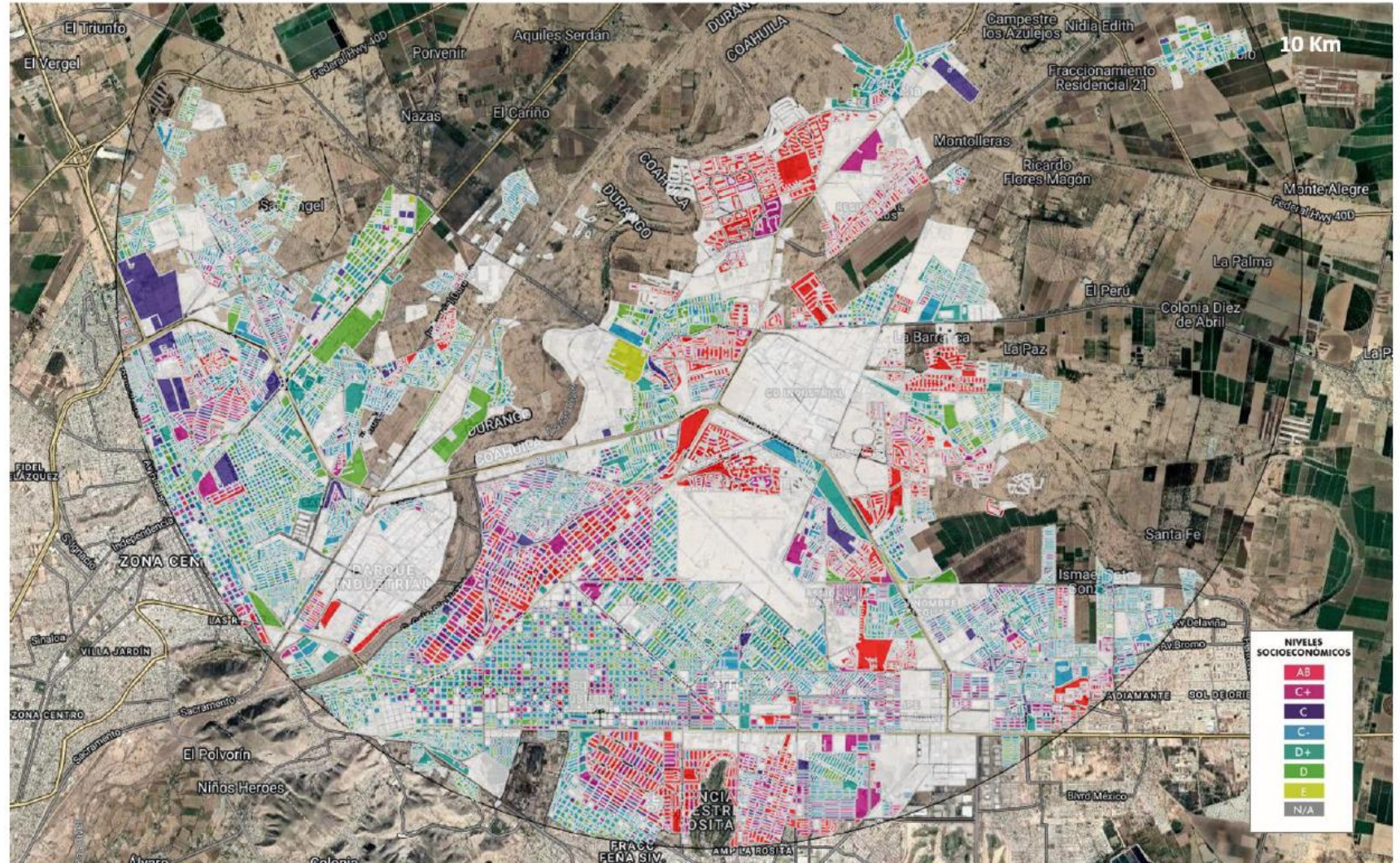
1. La propiedad
2. Análisis Sociodemográfico
3. Entorno Comercial
4. Derrama Económica y Gasto por Sector
5. Oferta y Demanda



DISTRITO LAS VILLAS

ESTUDIO DE MERCADO:

PANORAMA SOCIODEMOGRÁFICO EN TORREÓN



Características Sociodemográficas

DISTRITO LAS VILLAS

ESTUDIO DE MERCADO:

Población Total	602,245
Hogares	167,290
Población Flotante	199,945

Con referencia al Panorama Demográfico del INEGI, se identificó un radio de los 10 km para la evaluación de la zona donde se ubica la propiedad a valuar, el cual cuenta con una población total de 602,245 habitantes. Se estima que hay un total de 167,290 hogares y una población flotante de 199,945.

De acuerdo con la delimitación de la zona de estudio se registra el 11% de hogares con ingreso tipo AB de \$111,035 MXN ingreso promedio, posterior a éste le sigue el tipo C+ con un porcentaje del 11% y un ingreso de \$61,109 MXN promedio y en tercer lugar el C con un ingreso por familia de \$35,072 MXN y un porcentaje del 11%. Lo anterior representa el 33% de la población en el radio de estudio a la cual nos estaremos enfocando, esto equivale a un poder de gasto mensual de \$3,813,174,441 pesos.

Información dentro de Buffer				
NSE	% NSE En Buffer	Hogares	Ingreso	Total GASTO
AB	11%	18,402	\$ 111,035	\$ 2,043,258,359
C+	11%	18,402	\$ 61,109	\$ 1,124,523,574
C	11%	18,402	\$ 35,072	\$ 645,392,508
C-	26%	43,495	\$ 23,381	\$ 1,016,967,636
D+	28%	46,841	\$ 15,942	\$ 746,743,650
D	13%	21,748	\$ 9,566	\$ 208,038,844
E	0%	-	\$ 3,188	\$ -
Total	100%	167,290	-	\$ 5,784,924,572

*Buffer 10 Km

ESTUDIO DE MERCADO:

Estilos de Vida – Generacionales

Estilos de Vida - Generacionales								
Personas	AB	C+	C	C-	D+	D	E	Total
Centenials: 0 - 20	19,117	18,719	19,019	56,017	58,481	27,984	204	199,541
Hombres	9,754	9,527	9,743	28,202	29,781	14,213	99	101,319
Mujeres	9,363	9,192	9,276	27,815	28,700	13,771	105	98,222
Millenials: 21 - 41	20,682	20,474	19,470	49,627	50,406	22,987	143	183,789
Hombres	10,024	9,768	9,373	24,232	24,794	11,354	67	89,612
Mujeres	10,658	10,706	10,097	25,395	25,612	11,633	76	94,177
Generación X: 42 - 56	14,734	14,969	13,898	31,446	31,560	14,694	74	121,375
Hombres	6,918	6,997	6,573	15,092	15,275	7,186	42	58,083
Mujeres	7,816	7,972	7,325	16,354	16,285	7,508	32	63,292
Baby Boomers: 57 - 75	7,180	8,482	8,054	14,271	16,086	7,922	46	62,041
Hombres	3,223	3,712	3,559	6,537	7,374	3,673	21	28,099
Mujeres	3,957	4,770	4,495	7,734	8,712	4,249	25	33,942
DISH: 25 - 49 parejas sin hijos	3,691	3,984	1,796	1,642	1,729	1,877	14	14,733
Hombres	1,882	2,085	946	822	907	891	6	7,539
Mujeres	1,809	1,899	850	820	822	986	8	7,194

De acuerdo con lo anterior, se realizó un levantamiento de todas las avenidas principales de la ciudad de Torreón, analizando todos y cada uno de los giros y asignándolos a cada uno de los segmentos y el análisis arrojó lo siguiente

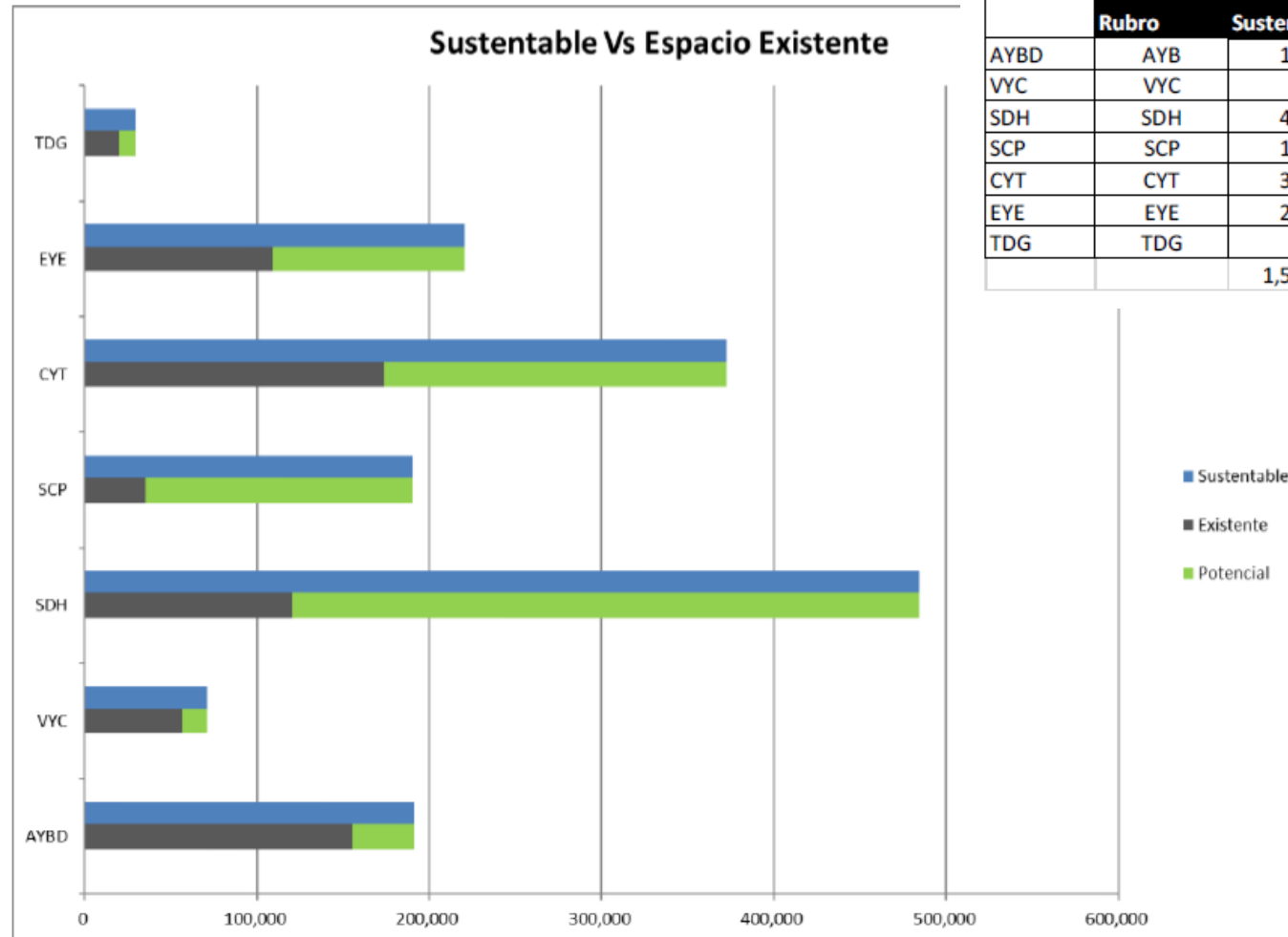
DISTRITO LAS VILLAS

ESTUDIO DE MERCADO:

Expenditure Category	HH	Homes	Monthly Income/ Home	Total Monthly Income	% Expenditure by Category	Expenditure By Category	Supermarkets	Potential Rent	Average Rent for sqm	Sustainable Area	Existing Comercial Area	Potential	
1	AYBD	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	10.6%	216,585,386	173,268,309	4,331,708				
2	AYBD	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	16.1%	181,048,295	108,628,977	2,715,724				
3	AYBD	C2	18,402	35,072	645,392,508	21.1%	136,177,819	81,706,692	2,042,667				
4	AYBD	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	34.4%	349,836,867	139,934,747	3,498,369				
5	AYBD	D1	46,841	15,942	746,743,650	37.6%	280,775,613	84,232,684	2,105,817				
6	AYBD	D2	21,748	9,566	208,038,844	37.6%	78,222,605	23,466,782	586,670				
	AYBD	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572	N/A	1,242,646,585	611,238,190	15,280,955	80	191,012	155,846	35,166
1	VYC	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	4.0%	81,730,334	81,730,334	8,173,033				
2	VYC	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	4.4%	49,479,037	49,479,037	4,947,904				
3	VYC	C2	18,402	35,072	645,392,508	4.5%	29,042,663	29,042,663	2,904,266				
4	VYC	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	4.5%	45,763,544	45,763,544	4,576,354				
5	VYC	D1	46,841	15,942	746,743,650	4.6%	34,350,208	34,350,208	3,435,021				
6	VYC	D2	21,748	9,566	208,038,844	4.6%	9,569,787	9,569,787	956,979				
	VYC	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		249,935,573	249,935,573	24,993,557	350	71,410	56,679	14,731
1	SDH	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	16.2%	331,007,854	331,007,854	33,100,785				
2	SDH	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	15.9%	178,799,248	178,799,248	17,879,925				
3	SDH	C2	18,402	35,072	645,392,508	16.9%	109,071,334	109,071,334	10,907,133				
4	SDH	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	17.8%	181,020,239	181,020,239	18,102,024				
5	SDH	D1	46,841	15,942	746,743,650	17.7%	132,173,626	132,173,626	13,217,363				
6	SDH	D2	21,748	9,566	208,038,844	17.7%	36,822,875	36,822,875	3,682,288				
	SDH	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		968,895,177	968,895,177	96,889,518	200	484,448	120,045	364,403
1	SCP	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	6.4%	130,768,535	130,768,535	13,076,853				
2	SCP	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	7.3%	82,090,221	82,090,221	8,209,022				
3	SCP	C2	18,402	35,072	645,392,508	7.5%	48,404,438	48,404,438	4,840,444				
4	SCP	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	7.3%	74,238,637	74,238,637	7,423,864				
5	SCP	D1	46,841	15,942	746,743,650	8.7%	64,966,698	64,966,698	6,496,670				
6	SCP	D2	21,748	9,566	208,038,844	8.7%	18,099,379	18,099,379	1,809,938				
	SCP	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		418,567,908	418,567,908	41,856,791	220	190,258	35,229	155,029
1	CYT	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	16.0%	326,921,337	326,921,337	32,692,134				
2	CYT	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	18.4%	206,912,338	206,912,338	20,691,234				
3	CYT	C2	18,402	35,072	645,392,508	17.7%	114,234,474	114,234,474	11,423,447				
4	CYT	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	15.1%	153,562,113	153,562,113	15,356,211				
5	CYT	D1	46,841	15,942	746,743,650	13.6%	101,557,136	101,557,136	10,155,714				
6	CYT	D2	21,748	9,566	208,038,844	13.6%	28,293,283	28,293,283	2,829,328				
	CYT	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		931,480,681	931,480,681	93,148,068	250	372,592	173,348	199,244
1	EYE	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	17.7%	361,656,730	361,656,730	36,165,673				
2	EYE	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	14.6%	164,180,442	164,180,442	16,418,044				
3	EYE	C2	18,402	35,072	645,392,508	12.3%	79,383,279	79,383,279	7,938,328				
4	EYE	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	9.2%	93,561,023	93,561,023	9,356,102				
5	EYE	D1	46,841	15,942	746,743,650	7.6%	56,752,517	56,752,517	5,675,252				
6	EYE	D2	21,748	9,566	208,038,844	7.6%	15,810,952	15,810,952	1,581,095				
	EYE	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		771,344,942	771,344,942	77,134,494	350	220,384	109,437	110,947
1	TDG	A/B	18,402	111,035	2,043,258,359	22.9%	467,906,164	467,906,164	4,679,062				
2	TDG	C1	18,402	61,109	1,124,523,574	16.8%	188,919,960	188,919,960	1,889,200				
3	TDG	C2	18,402	35,072	645,392,508	13.5%	87,127,989	87,127,989	871,280				
4	TDG	C3	43,495	23,381	1,016,967,636	4.8%	48,814,447	48,814,447	488,144				
5	TDG	D1	46,841	15,942	746,743,650	3.1%	23,149,053	23,149,053	231,491				
6	TDG	D2	21,748	9,566	208,038,844	3.1%	6,449,204	6,449,204	64,492				
	TDG	TOTAL	167,290	N/A	5,784,924,572		822,366,817	822,366,817	8,223,668	280	29,370	20,207	9,163

ESTUDIO DE MERCADO:

En la tabla se presentan los m2 por segmento de gasto. La columna sombreada en todo verde significa que existe potencial para cualquiera de los segmentos por lo que en la propiedad se podrán ubicar cualquier giro sin canibalizar la zona en cuestión.



Espacio existente vs Sustentable				
	Rubro	Sustentable	Existente	Potencial
AYBD	AYB	191,012	155,846	35,166
VYC	VYC	71,410	56,679	14,731
SDH	SDH	484,448	120,045	364,403
SCP	SCP	190,258	35,229	155,029
CYT	CYT	372,592	173,348	199,244
EYE	EYE	220,384	109,437	110,947
TDG	TDG	29,370	20,207	9,163
		1,559,475	670,791	888,684

Históricamente, los Regional Malls han concentrado el 35% de la nueva oferta de centros comerciales en esta región, principalmente ubicados en mercado de Monterrey. Tal es el caso de Sendero Santa Catarina, el Regional Mall más grande que se sumó a la nueva oferta durante el 3T 2021.

PANORMA DE MERCADO:

Región Noreste

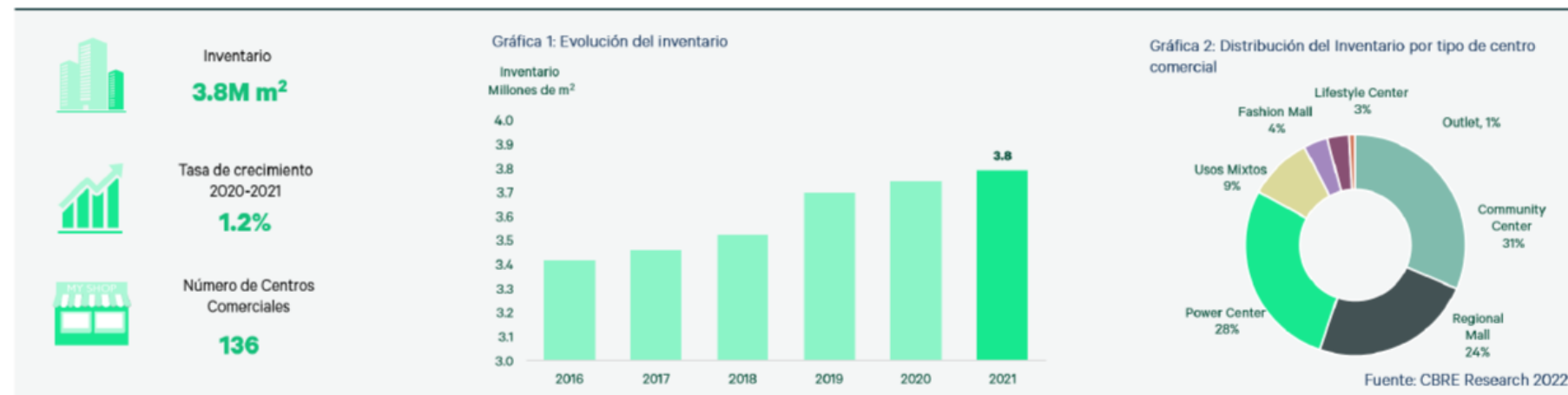


Tabla 1: Top aperturas 2020 - 2021

CENTRO COMERCIAL	ÁREA BRUTA RENTABLE (M ²)	TIPO DE CENTRO COMERCIAL	ESTADO	AÑO
Paseo Gómez Palacio	46,856	Fashion Mall	Durango	3T 2020
Sendero Santa Catarina	36,253	Regional Mall	Nuevo León	3T 2021

Tabla 2: Top centros comerciales en construcción

CENTRO COMERCIAL	ÁREA BRUTA RENTABLE (M ²)	TIPO DE CENTRO COMERCIAL	ESTADO	AÑO
Cumbres City Center	40,000	Lifestyle Center	Nuevo León	1T 2023
SOHL	25,000	Usos Mixtos	Nuevo León	4T 2023
Paseo Cumbres	20,000	Usos Mixtos	Nuevo León	3T 2022

Nota: La región Noreste incluye a los estados de Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León y Tamaulipas. Información al cierre de Febrero 2022.

Fuente: CBRE Research 2022

OBJETIVOS DEL PROYECTO



Detonar un **espacio icónico** de convivencia social en Torreón para **permanecer, comprar y convivir**.



Aprovechar el **gran frente comercial** que actualmente otorga Calzada María Montessori.



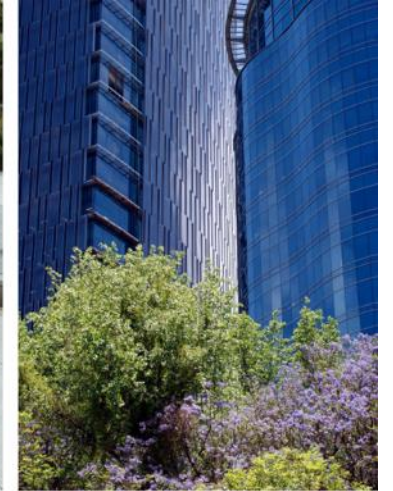
Generar un **complejo ambientalmente eficiente y sustentable**, siendo cuidadosos de las orientaciones y ahorro energético.



Programación inteligente de **crecimiento de proyecto en fases**.



Adecuado manejo de la **vinculación y conexión** entre los diferentes componentes que el mercado demanda.



CONJUNTO

Simbología

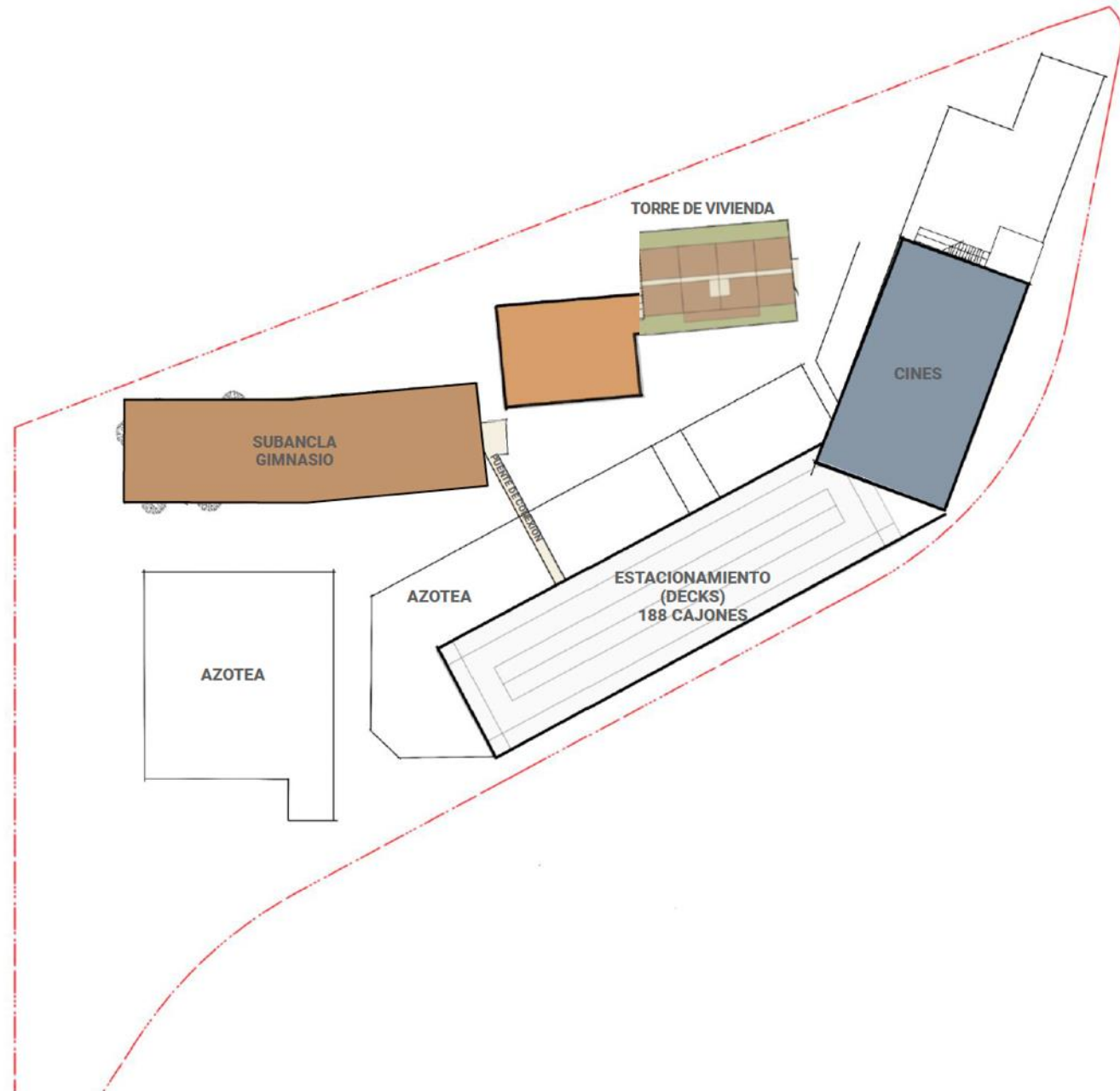
1. Acceso Centro Comercial
2. Centro Comercial
3. Usos Mixtos
4. Iglesia
5. Club de Precios
6. Hospital
7. Propuesta de Calle
8. Parque Lineal
9. Vivienda Vertical
10. Hotel
11. Salón de Eventos



CENTRO COMERCIAL PLANTA BAJA



CENTRO COMERCIAL PRIMER NIVEL



DISTRITO LAS VILLAS

CONJUNTO COMERCIAL



CONJUNTO COMERCIAL





CENTRO COMERCIAL FASE 1

ÁREAS RENTABLES			
	Planta Baja	Planta Alta / N1	Área Total
Ancla / Autoservicio	3,078.00		3,078 m²
Sub Anclas	1,081.69	3,121.65	4,203 m²
Locales	2,457.03		2,457.03 m²
Restaurantes	1,153.13		1,153 m²
Freestanding	321.69		322 m²
TOTAL ÁREAS RENTABLES	8,091.54	3,121.65	11,213 m²

FASE 1A	
ÁREAS ANEXAS	
	Planta Baja
Iglesia	1,074.36
Salón de Usos Múltiples	1,500.00
Estacionamiento	7,330.44
TOTAL ÁREAS Anexas	9,904.80



Simbología

1. Ancla Autoservicio
2. Acceso Vehicular
3. Acceso al Centro Comercial / Drop Off
4. Subancla
5. Restaurantes
6. Freestanding
7. Estacionamiento Provisional F1
8. Calle Vehicular Propuesta
9. Locales
10. Conexión Peatonal

CENTRO COMERCIAL FASE 2 - PB

Simbología

- 1. Subancla
- 2. Restaurantes
- 3. Acceso y Salida Vehicular
- 4. Deck de Estacionamiento
- 5. Locales
- 6. Estacionamiento





CENTRO COMERCIAL FASE 2 – N1

ÁREAS RENTABLES+				
	Planta Baja	Planta Alta / N1	Deck 2 y N2 a N5	Área Total
Ancla / Cines		3,000.00		3,000 m ²
Sub Anclas	3,390.00			3,390 m ²
Locales	1,685.42			1,685 m ²
Restaurants	1,700.00			1,700 m ²
TOTAL ÁREAS RENTABLES	6,775.42	3,000.00		9,775 m²

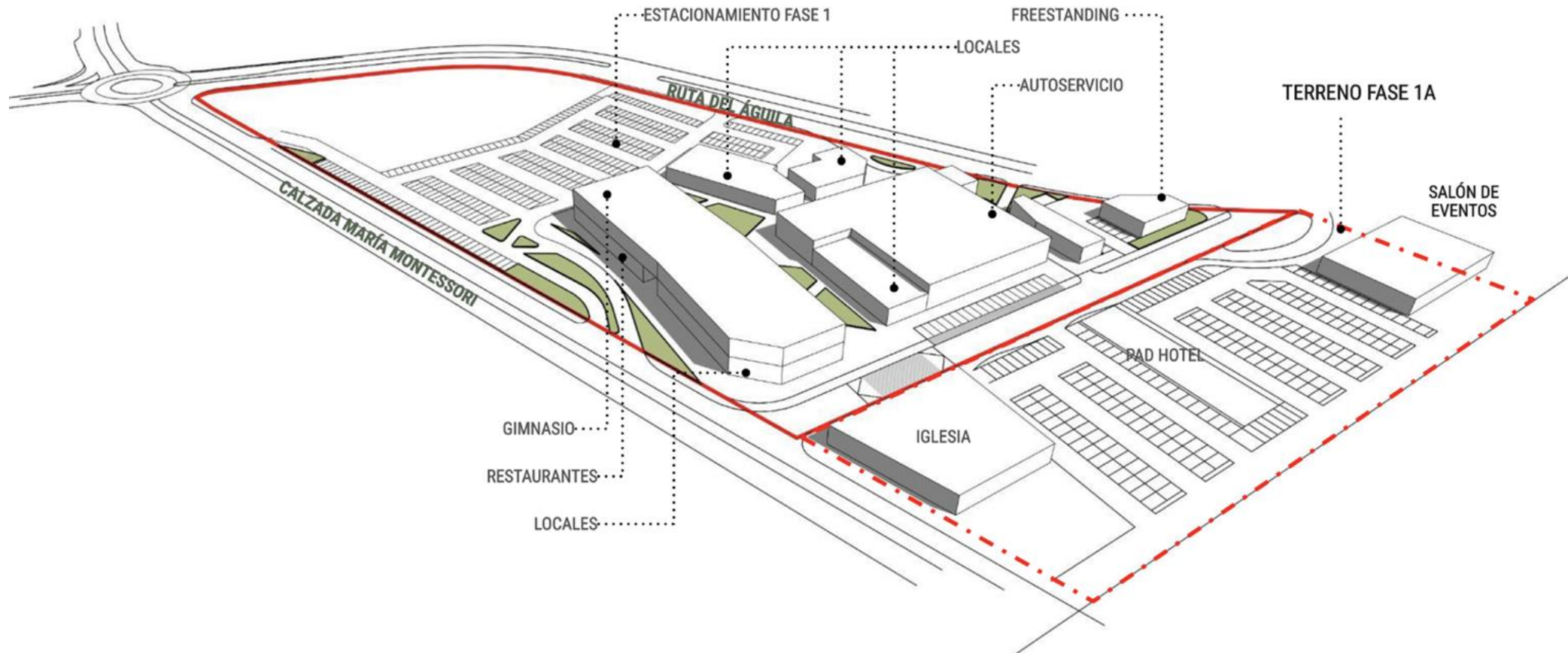
VIVIENDA			
	Planta Alta / N1	Deck 2 y N2 a N5	Área Total
Circulaciones	97.50	390.00	488 m²
8 Departamentos por Nivel (5 niveles 40 Deptos)	854.13	3,416.52	4,271 m²
Amenidades Cubiertas	571.66		572 m²
Amenidades Descubiertas	1,200		1,200 m²
Superficie total construida para departamentos			5,330 m²



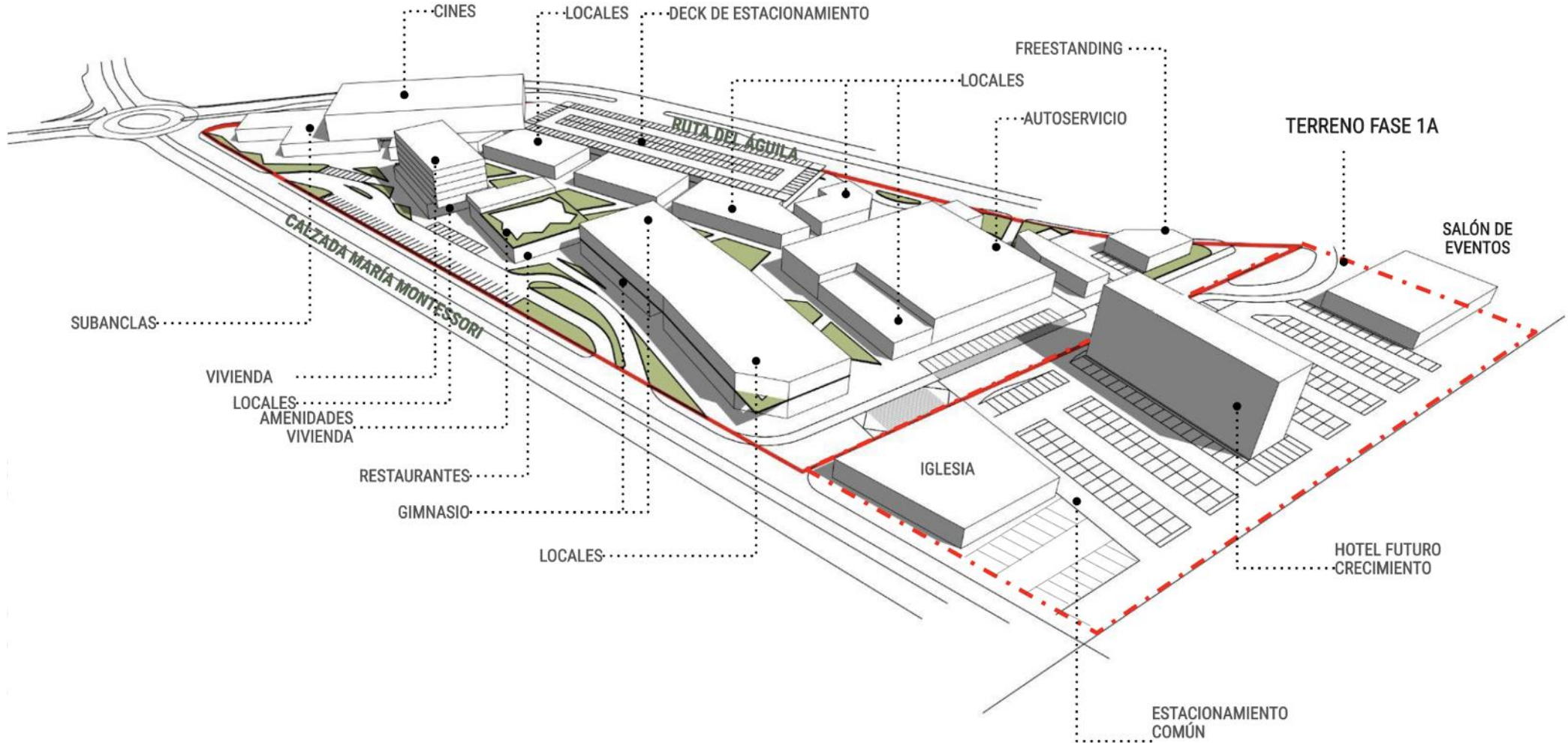
Simbología

1. Gimnasio
2. Cines
3. Puente de Conexión a Deck
4. Deck de Estacionamiento
5. Vivienda
6. Amenidades

CENTRO COMERCIAL FASE 1



CENTRO COMERCIAL FASE 2







CINEMAS

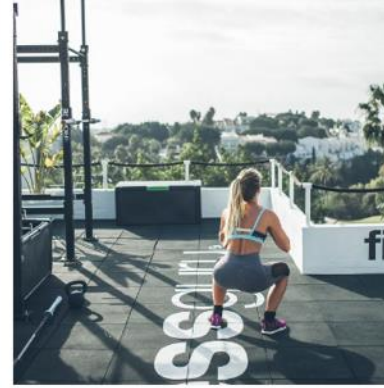
ZONAS DE ACTIVACIÓN



AMBIENTE



ÁREA CULTURAL



ÁREA DEPORTIVA



ÁREA INFANTIL



ÁREA RECREATIVA



ÁREA SOCIAL



FOOD



ZONA EDUCATIVA

Gracias.

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Luis Llaca

First Vice President
CBRE | Latin America Retail
(55) 5284 32 91
luis.llaca@cbre.com

CBRE

CBRE ©2023 All Rights Reserved. All information included in this proposal pertaining to CBRE—including but not limited to its operations, employees, technology and clients—are proprietary and confidential, and are supplied with the understanding that they will be held in confidence and not disclosed to third parties without the prior written consent of CBRE. This letter/proposal is intended solely as a preliminary expression of general intentions and is to be used for discussion purposes only. The parties intend that neither shall have any contractual obligations to the other with respect to the matters referred herein unless and until a definitive agreement has been fully executed and delivered by the parties. The parties agree that this letter/proposal is not intended to create any agreement or obligation by either party to negotiate a definitive lease/purchase and sale agreement and imposes no duty whatsoever on either party to continue negotiations, including without limitation any obligation to negotiate in good faith or in any way other than at arm's length. Prior to delivery of a definitive executed agreement, and without any liability to the other party, either party may (1) propose different terms from those summarized herein, (2) enter into negotiations with other parties and/or (3) unilaterally terminate all negotiations with the other party hereto. CBRE and the CBRE logo are service marks of CBRE, Inc. All other marks displayed on this document are the property of their respective owners, and the use of such logos does not imply any affiliation with or endorsement of CBRE.

Thank you. 감사합니다
ধন্যবাদ Merci
Salamat. תודה. شكریه
शुक्र अर्पण Danke
Obrigado. ありがとう
謝謝 Terima Kasih
Спасибо شکرا