

Centro comercial de Talca resiente la partida de tienda del retail

Cámara de Comercio está convencida que el centro de la ciudad seguirá siendo parte importante de la actividad económica de la comuna y que no significa una tendencia para las grandes tiendas

Inquietud causó entre algunos comerciantes del centro de Talca el anuncio de la partida de una de las grandes tiendas del retail. Almacenes París se incorporó al remodelado Mall Plaza Maule, donde además llegaron nuevas tiendas comerciales que solo estaban presentes en las grandes metrópolis. La medida se concretó y el comercio del centro de la ciudad lo sintió, pese a no registrar una disminución en el flujo de personas durante la semana, sí ocurrió una baja el primer fin de semana en que las puertas del recin-

to- donde por décadas estuvo la multi-tienda- se mantuvieron cerradas. Fernando Jiménez, presidente de la Cámara de Comercio de Talca, fue muy claro al señalar que la partida de la multitienda no representa una tendencia, pese a que reconoce que pudo haber un interés económico por un lugar más conveniente y que le podría reportar mayor rentabilidad al contar con menos metros cuadrados. El dirigente explicó que “resulta ser lamentable para el centro comercial de la ciudad la partida de Almacenes París, pero las tiendas buscan el lugar

más conveniente, el ofrecimiento que seguramente le hicieron allá en el Mall (Plaza Maule) tuvo que ser interesante porque no solamente llegaron ellos sino que también empresas que no estaban en la ciudad de Talca y que lo hace más atractivo para ellos y para el entorno que tienen”. Jiménez advirtió que pese a que se podría pensar que con la partida de la tienda se generaría una disminución en el flujo de las personas por el centro de la ciudad, eso no ha significado un problema para el comercio establecido. Agregó que “es indudable que son

las grandes tiendas las que mantienen un flujo mayor de personas tanto en la semana como los fines de semana, pero sabemos que es parte de esta actividad donde se busca aquellos lugares que les resulta más atractivos para instalarse pese a que los metros cuadrados que tiene ahora son mucho menos de los que contaba acá (en 8 oriente 1 sur). Pero esto en ningún caso creemos que representa una tendencia para las grandes tiendas. Acá entendemos que encontraron un mejor lugar físico pero no creo que sea una tendencia y esto porque a las demás tiendas gran-

des les va bien porque el flujo de gente que permanece en el centro de Talca es importante”.

Llamado de atención

Fernando Jiménez sostiene que es un llamado de atención no solo para los comerciantes sino que también para las autoridades, para ocuparse y generar una propuesta del centro comercial de Talca más atractiva para la ciudadanía; donde las personas puedan disfrutar de un paseo familiar por las calles comerciales y no tener que estar esquivando al comercio informal que sigue instalándose fuera de las tiendas ejerciendo una competencia desleal.

Para Jiménez, se trata de un desafío que debe ser abordado por todos señalando que “no podemos dejarnos estar, sino que necesitamos del compromiso de las autoridades y de nosotros para hacernos cada vez más atractivos para nuestros clientes y la comunidad en general, que sea interesante recorrer el centro de la ciudad. No podemos permitir que las grandes tiendas se nos vayan por razones que nosotros no estamos tomando en cuenta...ahora en ese espacio que dejó la multitienda se comenta que llegará un gran mall chino que es en definitiva lo que ha estado llegando en el último tiempo al centro de la ciudad, muy diferente con lo que ocurre con los sectores oriente y surponiente (ubicación de los grandes malls)”.

El dirigente explica que se ha avanzado en materia de infraestructura como el mejoramiento de la iluminación y también la seguridad lo que ha reducido la ocurrencia de delitos como robos en los locales comerciales del centro; pero asegura que aún falta avanzar en el mejoramiento de las veredas y hermoseamiento de ellas, con mobiliario urbano para el uso de la comunidad y no del comercio ambulante.



Fenómeno que podría continuar

La académica de la Escuela de Contador Público y Auditor de la Universidad Católica del Maule, Pilar Ahumada Delafuente, explica que la partida del centro de la ciudad de Almacenes París podría marcar una tendencia y estar ante un fenómeno de éxodo comercial. Ella señala que “este fenómeno no es de este año, existe evidencia que en otras localidades los centros comerciales se han posicionado muy bien, pues un centro comercial, para muchos sectores regionales, trajo tiendas que para muchos eran alcanzables en la capital y con ello abrió el abanico de entretenciones en un mismo lugar de salas de cine, cadenas de comidas y otras entretenciones, incluso por primera vez”.

Pilar Ahumada indica que la razón para que esto esté ocurriendo tiene diversas explicaciones que obedecen

a una creciente presencia en los malls o centros comerciales, no solo en Chile “en donde incluso se evidenció que atravesaron una etapa de expansión gracias al regreso en masa de los consumidores una vez superadas las restricciones de movimiento ocasionadas por la pandemia, esto fue a nivel de América latina. Sin embargo, un factor relevante es la situación país, recordar que este año dos grandes cadenas de retail tomaron medidas drásticas en cuanto a la reducción de infraestructura y con ello equipo humano. De acuerdo al Banco Central, el desempeño más bajo hasta septiembre 2023 lo obtuvo el rubro del comercio y la construcción, y esto es directamente proporcional con el interés de la demanda, donde el consumo de estos bienes es el que más ha disminuido frente a la resiliencia del de servicios”.

La académica sostiene que la compli-

cada situación económica, el alza en los precios de arriendos y la inseguridad, son factores que presionan a las marcas del sector -según un sondeo de la Asociación de Marcas del Retail- a cerrar y muchas veces a migrar a espacios más protegidos. Agrega que “desde mi percepción el mall garantiza en cierta medida fortalecer la demanda (ventas) y sostener lo que indica Katia Trusich, presidenta de la Cámara Chilena de Centros Comerciales, quien siempre ha destacado que en Chile es una temática presente hace varias décadas, pues que en un solo lugar se encuentra una amplia oferta y servicios, generando economías de escala y democratizando el consumo”.

Propuesta

Ante la partida de grandes tiendas la docente universitaria establece que son cambios que deben generar nuevas estrategias de negocios o responder a los requerimientos propios de las necesidades del mercado. Ante esta realidad sugiere: “no apresurar las decisiones hasta no ver una estabilidad económica, pues cualquier inversión se enfrenta hoy a tasas de interés complejas y una estabilización país lenta. Recordar que la oferta de crédito continúa muy condicionada para pymes y personas y en donde el consumo apenas está repuntando”.

Consultada sobre cómo esto afectará el comercio local, aclara que “deberán optar por la diferenciación, por fidelizar a su clientela, por seguir abarcando aquello que la gran tienda no responde, al interés o necesidad del cliente que no se encuentra en una gran tienda”.

Además, advirtió que no se puede olvidar que muchos centros comerciales son parte de holding de las mismas grandes marcas o combinaciones de negocios, por lo tanto, esto irá cada vez tomando fuerza, a su juicio. ●