DIARIO FINANCIERO®

Fecha: 22/07/2025 Audiencia: 48.450 Sección: ECONOMIA
Vpe: $5.391.139 Tirada: 16.150 Frecuencia: 0
Vpe pág: $7.443.240 Difusión: 16.150
Vpe portada: $7.443.240 Ocupación: 72,43%

Visitas de turistas argentinos a algunos centros comerciales de Mallplaza casi se cuadruplican y la cadena despliega plan

Un tipo de cambio favorable, la conectividad de algunos recintos y la cercanía a los pasos fronterizos, son algunos factores que impulsaron estas alzas.

POR LAURA GUZMÁN

En el verano de 2025, los centros comerciales del país se vieron repletos de turistas argentinos, quienes cruzaron la frontera atraídos por los precios más convenientes en Chile. Entre sus productos favoritos para adquirir destacaron las zapatillas deportivas, la ropa y los electrodomésticos, categorías que lideraron las compras en este periodo.

Y no se trató solo de una sensación. En la primera entrega de resultados financieros del año, los grandes retailers -como Falabella, Cencosud y Ripley- destacaron que la significativa llegada de visitantes trasandinos impulsó las ventas de sus compañías.

Una prueba clara de este fenómeno, además de lo señalado por las grandes empresas, son los últimos datos revelados por Mallplaza -la filial de centros comerciales del grupo Falabella, que tiene el 53,1% de la propiedad-, que muestran que entre enero y mayo de este ejercicio la afluencia de viajeros desde Argentina a sus recintos se incrementó de forma notable, llegando en algunos casos a casi cuadruplicar en comparación con el mismo periodo de 2024.

Al analizar sus principales centros comerciales, las cifras demuestran que los establecimientos ubicados en regiones lideraron los aumentos. Por ejemplo, Mallplaza La Serena recibió un 278% más de turistas argentinos que en los primeros cinco meses del año pasado.

Mallplaza Trébol, en Concepción, siguió una tendencia similar. Durante el mismo periodo, el centro comercial experimentó un alza del 269% de visitantes trasandinos.

Más abajo, aunque igualmente con incrementos relevantes en este flujo, se ubican los centros comerciales de la Región Metropolitana. Entre enero y mayo, Mallplaza Oeste recibió un 99% más de turistas argentinos que en 2024, mientras que Mallplaza Vespucio registró un incremento del 75% y Mallplaza Egaña un 74%.

Desde la compañía explicaron que estas alzas responden a una combinación de factores. Uno de los principales es el tipo de cambio favorable para los visitantes trasandinos, sumado a la conectividad de ciertos centros comerciales de la capital y a la cercanía de otros recintos con pasos fronterizos, como Aguas Negras, que facilita el acceso al centro comercial de La Serena.

"También a la propuesta de valor que ofrecemos en Mallplaza, una experiencia integral que combina marcas internacionales, servicios diferenciadores, espacios seguros, buena conectividad y una oferta que combina compras, gastronomía, cultura y entretención", indicó el gerente comercial de Mallplaza Chile, Alfredo Camponovo.

En cuanto a las tiendas más concurridas por estos visitantes, el ejecutivo precisó que suelen estar asociadas a moda, deportes, belleza y tecnología, con un marcado interés por marcas globales como Zara, H&M, Adidas, Decathlon y Nike.

Nuevas estrategias

A partir del sostenido aumento de visitantes argentinos en los últimos meses, Mallplaza puso en marcha un "Plan Turista" para seguir captando a este público. La iniciativa, que comenzó a operar el 1 de julio y se extenderá hasta el 31 de diciembre de este año, busca profundizar la relación con este segmento.

269%
AUMENTARON LAS VISITAS DE TURISTAS ARGENTINOS A MALLPLAZA TRÉBOL

En concreto, la filial del Grupo Falabella detalló que esta estrategia contempla descuentos de hasta 30% y servicios exclusivos para estos visitantes, los cuales estarán disponibles a través de una cuponera digital utilizable en una amplia gama de tiendas adheridas de calzado, belleza y artículos deportivos, entre otras categorías.

Estos beneficios podrán encontrarse en 13 centros urbanos de Mallplaza, entre ellos Egaña, Alameda, Vespucio, Los Dominicos, Norte y Oeste, además de Trébol en la zona sur y Antofagasta y La Serena en el norte del país.

"Nuestro objetivo no es solo responder a una coyuntura, sino proyectar esta oportunidad en el tiempo, fortaleciendo nuestra posición como principal plataforma de centros urbanos de la Región Andina", recalcó Camponovo.

Próximos meses

A pesar de esta destacada alza, algunos especialistas advierten que este "*boom*" podría moderarse a medida que la economía argentina muestre signos de recuperación.

No obstante, en Mallplaza mantienen la confianza. Según su gerente comercial, "todo indica que esta tendencia continuará durante el segundo semestre, especialmente en vacaciones de invierno, fines de semana largos y fiestas de fin de año".

Y añadió que "hacia adelante, seguiremos fortaleciendo nuestra propuesta como el principal punto de encuentro para quienes visiten Chile".