



Ya están en todas las regiones de Chile

El fenómeno de los malls chinos sigue expandiéndose: hay más de 450 activos

» Temuco es la tercera comuna del país con mayor presencia de estos locales, que han llegado incluso a sectores como Lonquimay, Tirúa y Cochamó.

Son 454 locales, ya están en las 16 regiones del país y en 178 comunas. Los llamados "malls chinos" dejaron hace rato de ser un fenómeno urbano periférico para convertirse en uno de los formatos comerciales de mayor expansión territorial en Chile, según un levantamiento geoespacial de GPS Property que retrata con números la magnitud de un negocio que crece sin pausa.

La Región Metropolitana lidera el mapa con 123 establecimientos repartidos en 34 comunas — el 27,1% del total nacional —, seguida por Valparaíso con 48 locales en 18 comunas y O'Higgins con 44 establecimientos en 17.

Tres regiones, tres realidades distintas, pero un mismo patrón.

Pero el dato que realmente sorprende no está en Santiago ni en las capitales regionales de siempre. Está en Temuco.

La capital de la Región de La Araucanía aparece como la tercera comuna con más malls chinos del país, con 11 establecimientos activos, superando con comodidad a ciudades de mayor tamaño como Antofagasta, Puerto Montt o Rancagua.

El ranking comunal completo lo lidera Santiago con 20 locales, seguido de Maipú con 12 y Temuco con 11. Más atrás, Antofagasta y Ovalle empatan con 9 cada una.

Otra cosa que llama la atención es la penetración del formato en comunas que hasta hace poco nadie habría asociado al retail organizado. Lonquimay, Tirúa, Cochamó. Nombres que no aparecen en ningún mapa del comercio formal tradicional, pero que hoy tienen presencia activa de este formato.

"La expansión refleja una capacidad muy rápida de adaptación a mercados donde existe demanda por productos accesibles y menor



Anticipan que el crecimiento de los malls chinos continuará durante los próximos años.

» Los llamados "malls chinos" dejaron hace rato de ser un fenómeno urbano periférico para convertirse en uno de los formatos comerciales de mayor expansión territorial en Chile, según un levantamiento geoespacial de GPS Property que retrata con números la magnitud de un negocio que crece sin pausa

competencia formal", explica Nicolás Abarca, jefe de Research de GPS Property. "Hoy vemos que este formato ya no depende exclusivamente de las grandes capitales regionales, sino que logra instalarse con fuerza en ciudades intermedias e incluso comunas rurales".

El sur del país consolida además su lugar en el mapa.

Los Lagos acumula 40 establecimientos en 17 comunas y La Araucanía suma 36 locales en igual número de territorios, confirmando que la macrozona sur es hoy uno de los ejes de expansión más dinámicos del formato. Incluso las regiones extremas tienen su cuota: Aysén y Magallanes registran presencia activa con 4 establecimientos cada una, evidenciando que este fenómeno comercial ya alcanzó los confines del país.

Abarca agrega un elemento

que va más allá de la geografía: un cambio profundo en los patrones de consumo. "Existe una creciente búsqueda por formatos de compra funcionales, de bajo precio y alta rotación, especialmente en categorías vinculadas al hogar, bazar y artículos cotidianos", señala el analista, apuntando a una tendencia que no es coyuntural sino estructural.

Desde GPS Property anticipan que este crecimiento continuará durante los próximos años, impulsado por menores costos operacionales, formatos flexibles de habilitación comercial y una capacidad casi quirúrgica para ocupar locales disponibles en sectores urbanos secundarios donde la competencia formal todavía no llega — o simplemente no quiere llegar.