

Mallplaza es el operador con mayor número de locatarios de este formato

Malls chinos se consolidan en los *malls* tradicionales: La activa presencia de los locales asiáticos

Especialistas señalan que este tipo de tiendas operan como “anclas de tráfico” para atraer a visitantes que buscan mayor variedad de productos y a precios competitivos.

N. BIRCHMEIER

La proliferación de los locales chinos mantiene su curso en el comercio chileno. Si bien estos establecimientos comenzaron a levantarse en algunos espacios que dejaron libres los supermercados o el *retail*, también se han afianzado en los metros cuadrados que abandonan las grandes multitiendas en los centros comerciales de la Región Metropolitana (RM).

Uno de los casos más recientes es la apertura de un local de 3.500 metros cuadrados (m²), de la cadena Duandy en Mallplaza Tobalaba. Sucedió en medio de un plan de rebaja a la exposición a las tiendas por departamento en sus activos que han aplicado desde 2019 a la fecha, según detalló en una presentación a inversionistas la empresa.

La compañía ligada al Grupo Falabella destacó la reconversión de espacios en Tobalaba (Puente Alto), donde sumaron a Duandy como locatario, entre otras. En su conjunto, estas medidas elevaron en 1,5 veces las ventas de este *mall* entre 2020 y 2025, informó Mallplaza.

Consolidación en otros

Esta apertura no sería una ten-



Mallplaza destacó en una presentación a inversionistas que inauguraron un local Duandy en Tobalaba, como parte de un plan de reconversión en este recinto.

dencia aislada, puesto que otros centros comerciales de la cadena Mallplaza también cuentan con otras firmas asiáticas como locatarios. Duandy suma otro local en Egaña (La Reina), mientras que la firma Newtree tiene ubicaciones en Los Dominicos (Las Condes) y Oeste (Cerrillos). En tanto, Marketches posee un local en Alameda (Estación Central) y la cadena Doremi opera una tienda en Plaza Norte (Huechuraba).

Por otra parte, la operadora

Parque Arauco tiene a Doremi como locatario en su *mall* Arauco Maipú.

Respecto de la expansión de este formato hacia los centros comerciales, Reinaldo Gleisner, vicepresidente de Colliers Chile, señala que, “a diferencia de los locales de calle, estas tiendas en *malls* operan bajo una gestión corporativa que cumple estrictamente con normativas de seguridad, patentes y estándares de construcción (urbanismo y edificación). Esto les otorga una va-

lidación institucional frente al consumidor y al regulador”.

Por otra parte, Gleisner sostiene que “las grandes cadenas han integrado estos locales porque actúan como ‘anclas de tráfico’, atrayendo público masivo que busca variedad y precios competitivos, complementando la oferta de las tiendas por departamento tradicionales”.

Presencia selectiva

En tanto, desde GPS Property manifiestan que esta expansión “se ha ido consolidando, aunque de manera selectiva”.

“Los operadores han comenzado a incorporar este tipo de tiendas como parte de una estrategia de diversificación del mix comercial, especialmente en activos que requieren reforzar tráfico o renovar su propuesta de valor”. No obstante, cree que “su ingreso sigue siendo acotado y evaluado caso a caso, dado que estos formatos operan con lógicas distintas a los *retailers* tradicionales en términos de *ticket* promedio, exhibición y rotación de productos”.

Con todo, en GPS aseguran que tienen catastrados 123 locales chinos en la RM, aunque advierten que su crecimiento se ha moderado en el último tiempo.

EL MERCURIO