

Cierre de emblemática tienda de Falabella en Lyon refleja giro del negocio del retail en la Providencia más tradicional

Cambios en el perfil del consumidor e inseguridad asociada al comercio ambulante son algunos de los factores que restan puntos a los locales o sucursales que dan a la calle.

CÉSAR SOTTOVIA J.

Motivos de seguridad, aumento de la delincuencia de la mano de ambulantes, como también un cambio en el biotipo del comercio en Providencia por tiendas, en general, más pequeñas, de especialidad y más baratas, han restado atractivo a los grandes operadores del retail para contar con una sucursal a la calle.

En medio de este escenario, y sumado a que en la misma comuna Falabella —firma controlada por los Solari, Del Río y Cuneo— se instaló con una tienda de 8.200 metros cuadrados en el Costanera Center hace unos años, se desencadenó la decisión de cerrar el emblemático local que se inauguró el 24 de febrero de 1992 en Ricardo Lyon. Eso fue hace más de 30 años, cuando en Providencia abundaban las grandes marcas como parte del paisaje de la avenida del mismo nombre y en la ex II de Septiembre, hoy Nueva Providencia. La fecha de cierre de Falabella Lyon es el 10 de febrero y la compañía, cuyo local es de propiedad de la sociedad Falabella Inmobiliario, evaluaría varias opciones para el destino del inmueble, según conocedores de la situación.

Transformación

En Falabella Retail recuerdan sobre la tienda que dejará de operar que “inicialmente se ubicaba en Lyon 065, sin tener salida a Providencia y contaba con 3 pisos”.

Subrayan que en ese momento en la Región Metropolitana solo existían las tiendas Falabella en Santiago Centro, Parque Arauco (sector oriente) y Vespucio (sector poniente). “Así fue como en la constante búsqueda de poner primero a los clientes y adaptarnos a sus necesidades, se decidió abrir la tienda en lo que era un polo neurálgico para el comercio”, agregan.

Según Falabella Retail, “en el comercio prevalecían las tiendas detallistas hacia la calle y en formato tipo ‘caracol’, acompañado de sectores que convocaban flujo juvenil como el primer paseo peatonal de Providencia (Paseo Las Palmas), primer Burger King, centro comercial Panorámico y pista de patinaje en hielo”.

Concluyen que en la medida que fueron naciendo los grandes centros comerciales, “estos pequeños locales se fueron transformando y otros cerrando, hasta la inauguración del mall Costanera Center. Este centro comercial convocó al flujo juvenil del sector y es hoy es un polo comercial importante dentro de la comuna. En ese contexto, y en línea con responder a las necesidades de los clientes, Falabella consolida su propuesta en esta tienda en el sector de Providencia, siendo hoy Falabella Costanera Center una de las tiendas más importantes de la compañía”.

Falabella tiene en marcha un plan de optimización que considera el cierre de los locales menos rentables e incluso aperturas en zonas de alto flujo como es Espacio Urbano de Viña del Mar en 2025. La firma enfrenta un alto endeudamiento que activó un programa de venta de inmuebles para recuperar su *investment grade* y ha exhibido pérdidas en el último tiempo.

Ello es parte de un escenario en que el consumo ha venido en picada y donde los grandes *retailers* han sufrido una contracción de ingresos, tras la bonanza del comercio que impulsaron los retiros previsionales y ayudas fiscales en 2021 y 2022.

Inseguridad

Bernardita Silva, gerente de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), destaca que Providencia es un polo comercial de alto flujo, “por lo mismo, hemos visto varios proyectos de gran envergadura en la zona como el Costanera Center, la remodelación del Vivo Panorámico y el Mercado Urbano de Tobaraba, sumado al desarrollo de la oferta culinaria, como el



El próximo 10 de febrero cierra esta tienda Falabella, en donde, según publicó La Segunda, estaban liquidando ciertas existencias.



Falabella Lyon se inauguró el 24 de febrero de 1992. Inicialmente la tienda se ubicaba en Lyon 065, sin una salida a Providencia y contaba con 3 pisos.



En los años 90 en el comercio aún prevalecían las tiendas detallistas hacia la calle y en formato tipo ‘caracol’.

PÚBLICO
 Algunas marcas emblemáticas, grandes y medianas, aprovechan los malls para establecerse y beneficiarse del mayor flujo de público.

nuevo polo gastronómico que se construirá en la ex-clínica Sara Moncada. Por lo mismo, no es raro ver que algunas marcas emblemáticas, grandes y medianas, aprovechen estos espacios para establecerse y beneficiarse del mayor flujo de público, cambiando la clásica distribución de locales comerciales que tenía la zona. El mayor flujo atrae mayor comercio ambulante ilegal, lo que ha afectado las ventas de locatarios del eje avenida Providencia y la seguridad del espacio público”.

George Lever, gerente de estudios de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), remarca los “cambios estructurales en el mercado los últimos 30 años, tanto físicos como digitales, con un despliegue de oferta mucho más amplia que la que teníamos en esa época”. Agrega “que las arterias siguen siendo importantes en materia comercial, pero se han ido activando otros polos en la actividad. El despliegue del metro también ha ido generando un acceso que antes no existía, entonces también va cambiando el perfil del consumidor, el perfil etario, y el tipo de bienes de consu-

mo que se compran y ante todo eso son esperables cambios relevantes de los operadores”. Indica que otro factor es el fenómeno del comercio ilegal, que es un componente común a las grandes arterias comerciales. “El despliegue descontrolado del comercio ilegal también les ha quitado atractivo a las tiendas a la calle y, junto con ello, ocurren temas de inseguridad, incluso a nivel nacional, por el tipo de delitos. Hace 30 años no existían estas turbas o semiturbas organizadas, que configuran un escenario distinto y que además nos pilla en un panorama económico complejo”.

Christian Diez, académico del Centro de Estudios del Retail, de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, señala que el centro de Santiago siempre ha tenido un polo importante de tiendas a la calle, donde antiguamente partieron las multi-tiendas, pero con el tiempo esas sucursales fueron siendo reemplazadas por los centros comerciales y es un proceso que está empezando a ocurrir en otras comunas y ciudades de Chile. “Cada vez más hay centros comerciales que las van sustituyendo, por lo tanto, es razonable que sobre todo tiendas de cadena o de departamento favorezcan más el centro comercial porque es un polo de atracción más grande para la gente, ya que tiene comida, cine, varias tiendas juntas. Es más eficiente vitrinear en un mall, que a lo largo de Ahumada, Alameda y Plaza de Armas y es más seguro, y en el caso de Providencia es lo mismo. Hay que vitrinear por la avenida o algunas calles laterales que pueden tener algunos locales y para una multi-tienda como Falabella, que además está con algunos problemas financieros, la firma tiene que optimizar el uso de sus activos. Probablemente en Providencia tener una tienda en Ricardo Lyon y otra en el Costanera Center produce mucha sustitución por cercanía geográfica y posiblemente algo parecido le pasa a París”.