



■ El centro comercial emplazado en Providencia sumará más tiendas y restaurantes, con una importación en el primer nivel, a un costado del hipermercado Jumbo.

POR J. TRONCOSO OSTORNOL

Es el mall más grande y más visitado del país y en sus poco más de 12 años de existencia ha enfrentado pequeñas remodelaciones. Sin embargo, actualmente se están llevando a cabo una serie de profundas transformaciones en el centro comercial Cenco Costanera (antiguamente llamado Costanera Center), emplazado en Providencia.

El proyecto -de propiedad del consorcio Cencosud, controlado por la familia Paulmann- se encuentra en operaciones desde junio de 2012 y contiene locales en condiciones de arriendos para uso de oficinas, hotel y locales comerciales, con una superficie total arrendable de 238.817 m2. Su icono es su rasca-cielos de 62 pisos.

Tras la pandemia, la dirección de Cencosud -encabezada por el brasileño Julio Moura y gerenciada por Rodrigo Larraín- autorizó una serie de cambios al interior del mentado mall. El primero fue el desarrollo de una nueva tienda Jumbo en el piso -5 (destinado originalmente para estacionamientos, pero la zona ha estado cerrada desde la apertura del mall), con foco en la venta a través de internet. Una tienda oscura, que no atiende público, sino que se enfoca exclusivamente en las compras que se realizan a través de una página web o una aplicación.

El local ya está operativo: tiene 8.400 m2 de superficie y permitió que el hipermercado Jumbo del nivel 1 quede 100% destinado a la atención presencial.

Si bien la empresa tenía en sus planes originales desarrollar otras dos tiendas oscuras en el nivel -5 (para sus formatos Easy y Paris), actualmente no hay proyectos cerrados con ninguna marca.

Otra de las transformaciones se está ejecutando en el primer piso de estacionamientos (-1), donde se está llevando a cabo un proyecto que involucra alrededor de 8.900 m2 adicionales de superficie arrendable, los que serán destinados a locales comerciales de automóviles, los que actualmente están en el nivel Planta Baja.

La gastronomía

Pero uno de los cambios más relevantes al interior del centro comercial se ejecuta en su primer piso, a un costado del Jumbo, donde se ubicaba el sector de Perfumería de la tienda por departamentos Paris.

En ese sector se está trabajando en una gran ampliación para ubicar más de 20 tiendas comerciales (que



Mall Cenco Costanera en modo remodelación: el detalle de los cambios que trabaja Cencosud

incluyen restaurantes y cafetería) y generar un acceso directo al mall desde Avenida Vitacura, acercando una entrada y salida de clientes hacia la parte poniente del proyecto (Los Leones).

Actualmente, la administración del mall está en negociaciones para cerrar la llegada de los nuevos inquilinos.

Descartada está la ampliación del supermercado, que en primera instancia se evaluó ampliarlo con un nuevo nivel subterráneo (quitándole espacio a la tienda Easy).

También en los primeros niveles

del mall, la compañía inaugurará próximamente Bike Costanera (con acceso por Av. Andrés Bello), que será un espacio para estacionar más de 800 bicicletas, con servicios complementarios como duchas lockers y herramientas para sus usuarios. Aquí se sumarán seis nuevos locales comerciales.

Varios pisos más arriba, en el quinto, también se están desarrollando trabajos para potenciar la oferta gastronómica de Cenco Costanera.

El objetivo es que se convierta en el principal circuito gastronómico de

Chile y uno de los más importantes de la región. Con esto en mente, ese sector se está ampliando en más de 5.000 m2 de superficie arrendable, la que en su totalidad será destinada para nuevos restaurantes.

Un piso más arriba están ubicados los cines del complejo, y ya debutó un sector de entretención para niños con la apertura de un Happyland, que cuenta con más de 3.000 m2.

En los primeros seis meses del año, Cenco Costanera sumó 15,4 millones de visitas, un alza de 10,5% frente a igual período del año pasado, lo que da un promedio de 84.493 personas cada día.

Todos los cambios al interior del centro comercial son parte del plan de inversiones de Cencosud, que este año -según informara la propia compañía- alcanzará los US\$ 641 millones.

El plan considera la incorporación de 43 nuevas tiendas en los países donde tiene presencia (Chile, Argentina, Perú, Colombia, Brasil y EEUU) y la adición de 50.171 m2 de sala de venta, 80% más frente a 2023.

El enfoque principal seguirá siendo la apertura de supermercados, con 28 nuevas tiendas, además de 11 locales en el formato de conveniencia. Dentro de esto, se destacan 11 nuevos supermercados bajo la marca Fresh Market en EEUU, la inauguración del mencionado darkstore en Cenco Costanera y el incremento durante el año de más de 33 mil m2 de área total arrendable en el negocio de malls.

El plan también se enfoca en fortalecer los canales online.



En los primeros seis meses del año, Cenco Costanera sumó 15,4 millones de visitas, un alza de 10,5% frente a igual período del año pasado, lo que da un promedio de 84.493 personas cada día.

MANUEL URZÚA