



Mallplaza Vespucio suma a Ikea, H&M y la mayor tienda Zara en el cono sur

A semanas de la inauguración de la ampliación del centro comercial, la firma dio un gran salto y ya cuenta con acuerdos con el 100% de las marcas que ingresarán al centro comercial.

POR FRANCISCO NOGUERA

Desde hace años, Mallplaza está focalizada en seguir creciendo en la región andina y su expansión sigue consolidándose. Hace solo una semana, la compañía lanzó una Oferta Pública de Adquisición (OPA) para comprar a Falabella el 66,6% de los activos de Mall Plaza en Perú, por un total de US\$ 455 millones, y el 100% de las operaciones en Open Plaza Perú.

La operación, que debiera concretarse a fines de mes, responde a la estrategia de fusiones y adquisiciones que impulsa la compañía desde 2020, cuando aterrizó en Colombia tras adquirir el Centro Comercial Calima, donde logró cuadruplicar las visitas.

Sin embargo, esa no es la única fórmula que la compañía está ejecutando para impulsar su crecimiento. Mallplaza está también apostando

a un crecimiento orgánico, fortaleciendo la oferta comercial y aumentando el área total arrendable de sus centros comerciales (GLA). En los próximos cinco años, busca sumar 225 mil metros cuadrados, lo que equivale a un aumento del 10% de su superficie actual.

En detalle, 100 mil mt2 corresponden a Perú y 125 mil mt2 a Chile, y el foco está en los diez centros comerciales dominantes y de mayor productividad, de los cuales ocho están en Chile y dos en Perú.

Mall más grande de Chile

En esa línea, la compañía está próxima a anotar su primer hito. En las próximas semanas, Mallplaza realizará la apertura de Lifestyle en Mallplaza Vespucio, que transformará a este centro urbano en el más grande de Chile en términos de GLA. La reconversión del mall, que comenzó en noviembre del año

pasado, le dará un nuevo diseño a la zona exterior en un ambiente de comercio al aire libre.

Con una inversión de US\$ 36 millones para incorporar 21.600 mt2 adicionales, en Mallplaza Vespucio la compañía ha apostado por una propuesta que mezcla fast-fashion y ofertas de conveniencia, orientadas a captar los grandes flujos que generan las dos estaciones de Metro cercanas.

Según indicó la operadora a Señal DF, "Lifestyle ya cuenta con acuerdos comerciales con el 100% de las marcas que ingresarán a la ampliación". Así, destacan compañías que "debutarán con formatos más grandes, con nuevas experiencias

de visita y mejor stock".

Uno de los acuerdos más importantes firmados fue con la cadena de moda Zara, que abrirá su tienda más grande del cono sur con 4.300 mt2. Junto a ella, la distribuidora de Apple, Aufbau, se instalará con el formato de tienda más grande del país y H&M sumará su local número 17 junto a Mallplaza.

En cuanto al formato de conveniencia, Mallplaza Vespucio sumará su segundo supermercado de la mano de Santa Isabel y, además, incorporará una tienda Casaideas de 1.400 mt2.

"La zona Lifestyle nos permitirá transformar a Mallplaza Vespucio en el mayor del país en términos de GLA. Es una propuesta innovadora volcada al cliente, muy atractiva, inédita y potente, con grandes marcas de fast fashion y de retail con la cual estamos potenciando nuestro activo icónico para tener la mejor propuesta de Chile y sorprender a nuestros clientes con formatos únicos en el país", indicó el gerente de división Chile Mallplaza, Pablo Pulido.

Mallplaza Vespucio ha experi-

mentado en los últimos tres años una transformación para potenciar su propuesta de valor, tal como la reciente llegada de la chocolatería suiza Lindt, la marca NBA Store y el nuevo Mercado del 14, el cual cuenta con una amplia propuesta gastronómica. Además, junto con la construcción de la zona se consideró un parque de más de 12.000 m², que se integrará con el Parque Vicuña y aportará una nueva zona de esparcimiento al aire libre.

Plan Maestro

Hasta ahora, Mallplaza no ha comunicado la inversión total que proyecta para su crecimiento orgánico, pero los analistas esperan que la administración entregue detalles en su próxima entrega de resultados, fijada para el martes 12 de noviembre.

Sin embargo, en Perú ya se han anunciado avances. El Mall Plaza Trujillo prepara la apertura de un nuevo corredor comercial que albergará diversas marcas de alto valor y la ampliación de su propuesta de entretenimiento. **S**

10%
aumentará la superficie arrendable en los próximos cinco años

