



■ La cadena ligada a Falabella ingresó una declaración de impacto ambiental para llevar a cabo la remodelación del Trébol.

POR MARTÍN BAEZA

Mallplaza, la cadena de centros comerciales ligada al grupo Falabella, ingresó al Servicio de Evaluación Ambiental (SEA) una ampliación para Mallplaza Trébol, ubicado en la comuna de Talcahuano, en la Región del Bío-Bío.

El proyecto cuenta con una inversión de US\$ 75 millones y considera añadir 34.459 metros cuadrados (m²) al inmueble y demoler otros 6.653 m², por lo cual la superficie total crecerá 27.806 m².

En el detalle, según explica la Declaración de Impacto Ambiental (DIA), las obras que se ejecutarán corresponden a la demolición de un edificio de cine, que se reubicará en otro espacio del centro; la ampliación de la zona de terrazas, compuesta por un *boulevard* de restaurantes; y la remodelación de espacios interiores y exteriores del *mall*.

La descripción del proyecto ingresada al SEA señala que su objetivo es "mejorar y complementar la oferta comercial, cultural, gastronómica, de servicios y de entretenimiento del centro comercial existente, para atender de mejor manera las necesidades de los visitantes".

Además, precisa que la ampliación se distribuirá en distintos sectores, en los que se irán anexando tiendas menores e intermedias y remodelando el acceso a las tiendas anclas existentes.

Por ejemplo, en el sector del "*boulevard Tottus*", se "remodelarán las áreas de tiendas de servicios y el supermercado Tottus, junto a parte del sector de estacionamiento para dar cabida a áreas de tienda menor, tres tiendas intermedias, una tienda grande, un sector de entretenimiento, un gimnasio, áreas de restaurantes y dicho supermercado, entre otros locales de similares características".

Remodelaciones

La ampliación del Trébol no es un proyecto aislado, sino que se enmarca en una estrategia de la compañía, que ha estado reacondicionando varios de sus centros para ir adaptándolos a la nueva

realidad de la industria, con mayor presencia de formatos de entretenimiento y gastronomía, diversificándose más allá del retail tradicional.

"Entre 2019 y 2024, el mix de la propuesta de valor de Mallplaza ha considerado una disminución del número de tiendas destinadas a departamentales (-9,3%) y un aumento del retail de especialidad (+215,2%), restaurantes (+53,5%), gimnasios (+29,2%) y cines (+19%)", escribió la compañía en un comunicado público de mediados de marzo, luego de que realizó por primera vez un *investor day*.

Mallplaza cerró el año 2024 con ventas por \$494.605 millones, 37 activos -entre Chile, Perú y Colombia-, 369 millones de visitantes y 2,3 millones de m² de superficie arrendable (GLA).

Cabe recordar que, en diciembre, Mallplaza concretó la OPA mediante la cual se quedó con todas las operaciones de Open Plaza en Perú, que consistían en once centros comerciales que ahora se sumaron a los cuatro Mallplaza que ya había en Perú. La compañía ha manifestado sus deseos de seguir creciendo, por ejemplo, a través de adquisiciones en Colombia.

Mallplaza invertirá US\$ 75 millones para ampliar centro comercial en Talcahuano