

Mallplaza es el operador con mayor número de arrendatarios de este formato
Locales chinos se consolidan en los malls tradicionales: La activa presencia de comercios asiáticos

Especialistas señalan que este tipo 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 multi tiendas 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 recuperación 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 será una ten-



Mallplaza destacó en una presentación a inversionistas que inauguraron un local Duandy en Tobalaba, como parte de un plan de recuperación 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 Egaha (La Reina), mientras que la firma Newtrec 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 manifestó 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.

OPINIÓN

Todos quieren ser directores

Hace varios años, un reconocido headhunter publicó una columna con este título. Me acordé al leer el estudio "Planificación de Carrera y Aspiraciones a Directorios", publicado por la consultora Testanova, que concluye que nueve de cada diez ejecutivos chilenos aspiran a integrarse a un directorio, especialmente entre los que están en el grupo etario de 55 a 59 años.

No me sorprendió. Hace algunos años, al terminar una sesión remota de directorio en época del covid, mi hijo —que entonces cursaba cuarto medio— me preguntó: "Papá, ¿qué se necesita para trabajar en lo que haces tú?". Le respondí algo así: "es una carrera exigente, haz un buen programa, trabaja duro, acumula experiencia gerencial y, después de los cincuenta, si tienes suerte, quizás te ofrezcan un directorio. La respuesta puede sonar exagerada, pero no lo es tanto. Un amigo headhunter me dijo: "La mejor receta para que te elijan es que no se note que estás buscando un directorio". Otro, en cambio, me recomendó cultivar la imagen pública: redes sociales, publicaciones, visibilidad. Creo que ambos tienen razón. Llegar a un directorio requiere trayectoria, reputación y redes, pero también cierta naturalidad: que la ambición por sentarse en la mesa no sea tan evidente.

¿Por qué genera tanto interés ser director? Las razones más evidentes son el prestigio y la percepción de que se trata de un trabajo fácil y bien remunerado. Lo primero puede ser cierto, aunque depende de la empresa. Lo segundo, en cambio, es

cada vez más discutible. Hoy hay más responsabilidades legales, más trabajo en comités y mayor escrutinio. Además, para que la remuneración se acerque a la de un buen sueldo ejecutivo, normalmente se requieren varios directorios.

El problema no es que muchos quieran ser directores, sino que demasiados lo miran como una estación casi obligada del éxito profesional, cuando en realidad se trata de un espacio acotado, competitivo y muchas veces idealizado.

Por eso conviene aterrizar expectativas y abrirse a otras opciones.



FRANCISCO MATTE

Por eso conviene aterrizar expectativas y abrirse a otras opciones, como la consultoría, el emprendimiento o el trabajo en organizaciones sin fines de lucro. A los más jóvenes les diría algo simple: no diseñen su vida profesional pensando en un directorio. Primero viene la trayectoria. Después, si llega una invitación a la mesa, bienvenida sea.

Advertisement for Moller & Pérez Cotaopos, featuring 2 últimos departamentos al estilo Moller, exclusive terrace, and contact information.

Advertisement for office rental (Arriendo Oficina) in Manquehue, Nueva Las Condes, with details on area, price, and contact info.

Legal notice for Aguas Andinas S.A. regarding the Ordinary Meeting of Shareholders, including details on the agenda and procedures.

Legal notice for Inversiones Aguas Metropolitanas S.A. regarding the Ordinary Meeting of Shareholders, including details on the agenda and procedures.