

Negocios

Outlets crecen e incorporan cines y servicios de comida

► Centros comerciales especializados en descuentos buscan competirle directamente a los malls tradicionales.

Valentina de Solminihac

Nuevos servicios como gimnasios, restaurantes y hasta cines forman parte de la nueva oferta que preparan los outlets, centros comerciales especializados en descuentos y que están creciendo fuertemente en el país, con proyectos a abrirse en los próximos años que incluso superan a los de los malls tradicionales.

La integración de estos servicios ya se verá a partir de este año. Así lo señala un informe de Colliers International, que plantea que una de las razones que explica esta tendencia es el interés de los operadores por ampliar la oferta y entregar una propuesta integral a los consumidores.

"El formato outlet ha tenido varios cambios en el tiempo. Primero se vio como una oportunidad de ar con una gran plataforma comercial en la periferia de la ciudad, donde los metros cuadrados son más baratos y donde la gente puede acceder a las mismas marcas de los grandes malls, pero con descuentos y esta-

cionamientos gratuitos", explica Teresa Campos, directora de consultoría de Colliers International.

"Lo que empezó a pasar después es que la gente necesitó aumentar su tiempo de permanencia en los outlets y fue ahí cuando comenzaron a incorporar de a poco otros servicios, como zonas de entretenimiento infantil y otros", enfatiza. La ejecutiva, además, explica que el año pasado ya varios desarrolladores empezaron a sumar zonas como restaurantes o carritos de comida gourmet. "Para este año incluso se proyectan algunos con cine y gimnasio", anticipa.

Un ejemplo de ello es Midmall, outlet ubicado en Maipú que, tras dos años de funcionamiento, será el primer recinto de este tipo que contará con un cine.

Una opción más

"Hoy ya no se ve al outlet como un negocio al cual vas a comprar una vez a las mil, sino ya como una alternativa más de retail", explica Nicolás Drexler, gerente general de Midmall. "En junio

capitalizar la compañía cuando ésta lo necesite, en particular en los primeros años de operación", precisó la clasificadora de riesgos.

Además, destacaron el know how de administración de la compañía y su matriz en el rubro asegurador. "Esto se traduce en altos estándares de control,



► Se espera un incremento de servicios en los outlets para este año. FOTO: ARCHIVO



► Cinemark en Midmall Outlet Maipú.

pasado abrimos un gimnasio y esperamos que en marzo inauguramos las salas de cine, con las que esperamos duplicar nuestro público, que son cerca 42.000 personas mensuales", apunta.

Desde Easton Outlet, de Quilicura, han seguido una tendencia similar. Incorporando un polo gastronómico con 7 restaurantes. "La

acogida ha sido muy buena y se ha visto reflejado en nuestras ventas. Respecto al cine, también lo hemos considerado, pero como tenemos una ocupación de casi 100%, tendríamos que invertir en m2 para tener uno", indica Cristian Cox, su gerente general.

Parque Arauco, que opera el outlet Buenaventura,

ofrece una propuesta que incluye un mix comercial de marcas reconocidas a buenos precios durante todo el año, que también han ido complementando con servicios anexos como la gastronomía, a través de un patio de comidas, más un servicio para el traslado de turistas, estacionamientos gratuitos y un sector de

SUPERFICIE EN OUTLETS

35

mil m2 arrendables es la cifra estimada en outlets que se espera abren este año.

custodia.

"Próximamente incorporaremos wifi gratuito y una casa de cambios, pensando en el gran flujo de turistas que contamos en Arauco Premium Outlet Buenaventura", indica el gerente general de Outlets y Strip Centers de la empresa, Ariel Benzaquen.

Sin embargo, el ejecutivo advierte que la rentabilidad de ciertos negocios como cine o gimnasios va a depender de la zona en que esté ubicado. "Es muy distinto estar ubicados en un sector industrial que en un sector residencial, que es un factor determinante al analizar la incorporación de un servicio o complemento a la actual oferta comercial", indica. ●

Humphreys clasifica "AA-" pólizas de SegChile, aseguradora del grupo Luksic

Cecilia Arroyo A.

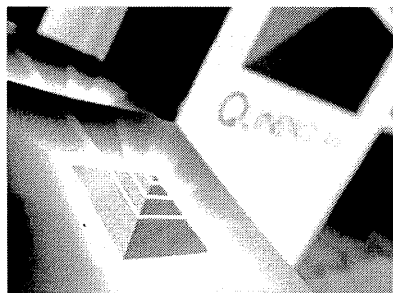
Las pólizas de la nueva aseguradora ligada a Quilicura, SegChile Seguros Generales, fueron clasificadas en "Categoría AA-", tendencia "Estable", por Humphreys. Ello, fundado en "el apoyo explícito otorgado por su matriz, la cual posee la solvencia suficiente para apoyar la liquidez y

capitalizar la compañía cuando ésta lo necesite, en particular en los primeros años de operación", precisó la clasificadora de riesgos.

Además, destacaron el know how de administración de la compañía y su matriz en el rubro asegurador. "Esto se traduce en altos estándares de control,

políticas de riesgos bien definidas y políticas de inversión conservadoras", puntualiza. Según Humphreys, han desarrollado un plan de negocio con estándares adecuados, en que destaca "la identificación de los negocios a desarrollar, los costos y las necesidades de capitalización de la compañía y las funciones re-

queridas en la organización". SegChile se enfocará en la venta de seguros de cesantía e incapacidad temporal, para trabajadores dependientes e independientes. Para ello, se usarán canales de distribución masivos a través de convenios con cajas de compensación, retails, cooperativas, eléctricas, entre otros. ●



► SegChile fue constituida el 25 de mayo de 2016 y comenzó a operar en enero de este año. FOTO: ANDRÉS PÉREZ

Printed and distributed by PressReader
PressReader.com • +1 604 270 4604
Reproduction and distribution by application only