

Shoppings y malls se reinventan con el foco puesto en servicios

NUEVO ESQUEMA. La pandemia los posicionó como uno de los espacios de encuentro preferidos. Desde los centros comerciales apuestan a que las personas puedan desarrollar múltiples actividades.

Sandra Conte
sconte@losandes.com.ar

El comercio en general pudo retomar la atención al público desde el 13 de mayo, pero los centros comerciales tuvieron que esperar hasta el 9 de junio, es decir, casi cuatro semanas más. Desde entonces, ha habido una cierta renovación de marcas, pero, sobre todo, una búsqueda de reforzar los servicios, de manera que el cliente no sólo vaya a comprar y comer, sino que estos espacios se conviertan en polos para realizar un buen número de actividades.

Aunque malls y shoppings ya contaban con centros médicos, bancos y oficinas de diversas empresas, ahora apuntan a ofrecer mayor variedad de propuestas, para que las personas vayan a atenderse con un profesional, a realizarse un estudio de diagnóstico, o al gimnasio, y luego realicen alguna compra o se tomen un café o una cerveza y, tal vez, lo complementen con alguna actividad de entretenimiento. Andrés Zavattieri, gerente del Mendoza Plaza Shopping, plantea que la idea es que los clientes puedan ir al centro de compras desde para arreglar un calzado o sacarse la copia de una llave hasta para llevarse una heladera o un auto. Este es precisamente el perfil que quieren seguir acentuando, especialmente con variedad de propuestas gastronómicas y otros servicios.

Así, en el amplio local de 2.600 metros cuadrados que ocupaba el bowling, abrió a fines de enero o principios de febrero un gimnasio de la red nacional SportClub, con la incorporación de tecnología. Además, en una segunda etapa tienen planificado incorporar una pileta, que estaría cerrada y climatizada en invierno, y descubierta durante el verano.

Por otra parte, a los cafés que ya llevan un buen tiempo en el shopping, se suma la cafetería y pastelería Parcelso - en el local que ocupaba Starbucks - y, para diversificar la oferta gastronómica, abrió la semana pasada la cervecería Lúpulo, con la marca Corona, que complementa la oferta de la artesanía Patagónica, que cuenta con un local de 400 metros cuadrados sobre el bulevar Pérez Cuesta. También está prevista para fin de año la apertura de la heladería artesanal Innamorato y de un local de KFC (Kentucky Fried Chicken).

Durante la pandemia, el centro co-



CONSUMO. Algunos centros comerciales de la provincia aseguran que han notado un repunte de ventas desde octubre.

Bonificaciones Especial Los Andes Pass en Palmares

Hoy y mañana, con la tarjeta Los Andes Pass, las compras en Palmares tendrán una bonificación del 30% con pago efectivo y del 20% con Ahora 3 y 6. De esta promoción podrán participar los socios de Los Andes Pass y quienes ingresen en el sitio web de esta promoción (www.losandes.com.ar/especialpalmares), completen el formulario y descarguen la tarjeta virtual. Esta podrá imprimirse o mostrarse en la pantalla del celular para acceder a los descuentos y sólo será válida para el Especial Palmares.

Los locales adheridos son: Akiabara, 47 Street, American Store, Arredo, Blaqué, Bras&Panties, Broer, Cardón, Desiderata, Dionne, Eva Miller, Eyelet, Grimoldi, Grisino, Kosiuko, La Martina (sólo 30% en efectivo), Las Alba (con tarjeta sólo en 3 cuotas), Markova, MDV, Ona Saez, Penguin, Petite Maison (con tarjeta sólo en 3 cuotas), Peuque, Portsaid, Simmons (sólo 30% en efectivo), Swatch (aplica 20% con pago efectivo y 10% con Ahora 3 y 6), Tascani, Teófila, Umara, Vea (30% de descuento en perfumería, flambrería, bazar, textil y ferretería) y Wanama.

mercial perdió tres marcas, que ya venían con dificultades previas, y fueron reemplazadas por Mundo Licencias -una casa de indumentaria para niños con imágenes de Cartoon Network- Elephant y Owoko.

Diego Lago, gerente de Palmares Open Mall, planteó que desde que se permitió la reapertura, la gente ha ido retomando a estos espacios, con todas las precauciones que marca el protocolo. Asimismo, coincidió en que hay una búsqueda de mayores opciones de entretenimiento, ya que los centros comerciales se han convertido en una de las opciones de encuentro permitidas en el contexto de la pandemia.

En el mall ha habido una cierta renovación, con bastante foco en el sector gastronómico. Esto, detalla Lago, se debe a que no hay locales disponibles en el sector de retail, pese a que hubo una nueva ampliación. Así, en los últimos meses abrió la casa de café Rama Negra y están por inaugurarse Taco Azteca, junto a otras dos marcas muy reconocidas de comida rápida, en los espacios que dejaron vacantes Starbucks y Burger King. Además, incorporarán un nuevo rubro con la apertura de la segunda sede en la provincia de la Universidad Siglo XXI, en una moderna oficina.

Desde fines de octubre se encuentran en Palmares la reconocida marca de motos de origen indio, accesorios e indumentaria Royal Enfield. Además, durante la pandemia abrieron la marca de relojes smart Garmin, las agendas de Kate Gráfica, la tienda de indumentaria masculina Pato Pampa y la de plantillas ergonómicas O&P.

Romina Schwartzman, gerente comercial La Barraca Mall, comentó que, para un año tan complicado como ha sido 2020, consideran que el balance

es positivo. Es que, apenas se permitió la reapertura, la respuesta de la gente fue muy fuerte, porque estaba esperando poder volver a salir después de la cuarentena. Si bien en setiembre las ventas cayeron un poco, en octubre, con el Día de la Madre, repuntaron y, con la llegada de los días cálidos, los mendocinos han perdido un poco el miedo y empezaron a salir con los niños.

Hoy, indicó, el movimiento es casi normal y, si bien la ocupación está restringida -y se mantienen en control de temperatura y del uso del barbijo al ingresar, como también de alcohol en gel-, han abierto todos los sectores, incluso los juegos para niños; con excepción de los cines. Aún resta recuperar el consumo, porque el poder adquisitivo se ha visto resentido, pero en La Barraca casi no tienen locales desocupados y han podido sumar nuevas marcas, como Juanita Jo, Guanama e India Style.

Outlets

Los centros comerciales cerrados suelen tener un gran número de marcas reconocidas. Una estrategia que adoptaron para aquellas personas que quieren usar estas etiquetas, pero buscan un precio más accesible, fue la incorporación de outlets. En setiembre, todos los locales de La Barraca sumaron un sector con mercadería de temporadas anteriores o modelos discontinuos, lo que favoreció las ventas. Además, en planta alta hay una tienda exclusiva de outlet deportivo.

En el Mendoza Plaza Shopping, en un local de 400 metros cuadrados, abrió la semana que viene We Outlet, un espacio que contará con primeras marcas nacionales e internacionales, pero con los precios diferenciales de este tipo de negocios.

Descuentos de hasta el 35% por promociones navideñas

En los días previos a la Nochebuena, los shoppings y malls se han caracterizado por realizar fuertes promociones y desarrollar acciones para atraer compradores en esta fecha. Si bien este año el Covid-19 limitará las posibilidades, estos centros comerciales ofrecerán descuentos del 25% al 35% con las tarjetas de casi todos los bancos, algunos especiales de hasta el 60% en momentos determinados, regalos y sorpresas.

Romina Schwartzman, de La Barraca, detalló que desde octubre se entrega un vino por las compras a partir de \$ 2.500. En estos días, además, cuando alcancen ese monto, los compradores estarán participando de un sorteo por tres premios de cheques de diversos valores, para utilizar en los negocios del shopping durante todo el 2021, por un importe total de \$ 100 mil para el ganador, \$ 80 mil para el segundo y \$ 70 mil para el tercero. A esto se suman promociones bancarias, con bonificaciones del 20% al 30% y tres cuotas sin interés en días puntuales.

En el hall central, además, se ha armado un "bosque mágico" en el que, entre el 18 y el 24 de diciembre, estará Papá Noel, para que las familias puedan sacarse fotos con él. Habrá también un fotógrafo profesional, para quienes prefieran esta opción. Schwartzman resaltó que se cuidará el distanciamiento, el uso del barbijo y la cantidad de personas.

En Palmares Open Mall, además del especial Los Andes Pass de este fin de semana (ver aparte), las promociones con las tarjetas de los bancos comienzan el jueves 17 y viernes 18, con 25% y 30% de descuento con las tarjetas del Galicia; el jueves 17 y el jueves 24, también 25% y 30% con los plásticos del Nación. Además, el viernes 18 y el sábado 19, el banco Macro devolverá el 25% al 30% según la tarjeta; y el sábado 19, Supervielle bonificará el 30% y 35%, mientras el descuento llegará al 50% el miércoles 23.

En tanto, en el Mendoza Plaza Shopping ya lanzaron descuentos desde los primeros días de diciembre, a través de la app "Appal". Además, han solicitado oficialmente la autorización para extender el horario de apertura hasta las 0 el día miércoles 23 (aún no han recibido respuesta por parte de las autoridades). En los días previos, en lugar de concentrar las promociones después de las 18, para evitar la aglomeración de gente, las distribuirán a lo largo de toda la jornada, entre las 10 y las 21. De acuerdo a lo informado desde el centro comercial, las bonificaciones serán de hasta 35% y de hasta el 60% el día previo a la Nochebuena. El 24 y el 31 cerrarán, como es habitual, a las 14.

Jefatura Zona Riego Malargüe	
IRRIGACIÓN	
Objeto: Adquisición de cubiertas para camión tractor	Llamado a licitación Pública N°: 02/2020
La documentación podrá ser consultada y solicitada por los interesados en la Jefatura de Zona de Riego Malargüe - Av. San Martín 258 - Malargüe - Mendoza, lugar donde se realizará el acto Licitatorio. Asimismo se pueden consultar los pliegos en el web del Departamento General de Irrigación (www.irrigacion.gov.ar)	Expediente: 782.722-30-2020 Apertura: 18/12/2020 - Hora: 10:00 h Lugar: Jef. de Zona Riego Malargüe Presupuesto Oficial: \$ 600.000 Valor del Pliego: \$ 500.000 Venta de Pliegos: Código Nro. 548