

// En el interior del país

CRECEN LOS SHOPPINGS

Se espera un gran crecimiento de los shopping centers en ciudades medianas y chicas del interior del país. Hay 21 en construcción en todo el país, incluido el de Comodoro.

La Cámara Argentina de Shopping Centers (CASC) organizó el 4º Congreso Internacional de Shopping Centers, el mes pasado. El evento congregó a representantes de este sector comercial que cuenta con 25 años de antigüedad en el país y 98 centros comerciales activos y 21 en construcción. Se calcula que en los próximos años el número de shopping del país ascenderá a 116 y demandará una inversión de 700 millones de dólares.

Santiago Blaksley, presidente de la Cámara Argentina de Shopping Centers destacó que "los shopping centers de proximidad, de un máximo de 50 locales, son los que se perfilan como los de mayor crecimiento en los próximos años, sobre todo, los del interior del país, localizados en ur-

banizaciones medianas o chicas". Esta tendencia está creciendo en toda América Latina. "Tanto Perú como Colombia muestran mucha actividad, y Brasil ya superó los 500 centros comerciales, pero lo más interesante es que cada país tiene sus modelos de desarrollo y de gerenciamiento particulares".

De los 98 shoppings que hay actualmente en la Argentina, el 20% se ubica en la Capital Federal, el 40% en la provincia de Buenos Aires y el resto en el interior del país. De las 21 aperturas programadas, sólo ocho se concretarán en la Capital Federal y en el conurbano bonaerense, pero la gran mayoría se concentrará en ciudades del interior: desde Salta hasta Ushuaia, y en urbes en las que todavía los grandes centros no pudieron hacer pie, como Comodoro

Trece de los 21 shoppings que se están construyendo se ubican en el interior del país.

Rivadavia, San Juan y Rafaela. En total, "los shoppings abarcan 700 mil m2 de superficie comercial y en estos 25 años se invirtieron 5.000 millones de dólares en su expansión", explicó Blaksley. Desde el 2006 hasta la actualidad, el sector de los centros comerciales viene registrando aumentos en las ventas cercanos al 20% y 43 millones de visitas mensuales". Representan el 19% del consumo nacional, y emplean a 46 mil personas.

Michael Kercheval, presidente de la International Council of Shopping Centers, convocado al Congreso, explicó que mientras en Estados Unidos y en Europa la expansión de la industria de los shoppings terminó porque el mercado está maduro, en la Argentina se encuentra en pleno desarrollo.

SHOPPING COSTANERA en Comodoro Rivadavia



// Premios

+INFO

La arquitecta Zaha Hadid ganó el Premio Stirling 2011 por el Evelyn Grace Academy, un complejo educativo ubicado en el sur de Londres que es también su primer proyecto terminado en la capital inglesa. Distinguida por segundo año consecutivo (en 2010 lo ganó por el Museo de las Artes del Siglo XXI, en Roma) por la Asociación Real de Arquitectos Británicos (RIBA, por sus siglas en inglés), la iraquí salió triunfante en la edición número 16 del certamen, a pesar de no ser la favorita. "Un diseño único, insertado

en un sitio muy estrecho, muestra el lugar que esta escuela le otorga al deporte mientras que la importancia de los alumnos queda evidenciada en cada giro de este complejo", afirmó Angela Brady, la presidenta de RIBA. Además del galardón, Hadid recibió un cheque por 20 mil libras esterlinas y señaló que "las escuelas son el primer ejemplo de arquitectura que experimentan los niños y tienen un fuerte impacto sobre su formación". El Stirling premia al mejor edificio nuevo de Europa que haya sido "diseñado o construido en Inglaterra".



// Nuevo modelo

CONSUMO

El presidente de la Cámara Argentina de Shopping Centers explicó que el modelo de venta se modificó desde los años 90 al presente. "En la actualidad, se ha reducido el espacio destinado para entretenimiento y comidas a los efectos de potenciar el sector de venta de productos. Cambio también

el tipo de entretenimiento y es mucho más difícil competir con la oferta gastronómica de la calle, pero no se modificó la sensación de recorrer los locales, sobre todo de indumentaria (60% del total) y poder probar los productos. Es una costumbre que se va a mantener por muchos años".