

ECONOMÍA & Negocios

MICHAEL WOODMAN, TEXTIL DEL PACÍFICO [B2]

“Las exigencias de los compradores de textiles son cada vez mayores”



NO HAY AUTORIZACIÓN [B3]

En Barranca ya se realizan cultivos con transgénicos pese a vacío legal

DÓLAR: Paralelo ◊ Compra 2,980 Venta 3,000 • Interbancario ◊ Compra 2,996 Venta 2,997 • Bancario ◊ Compra 2,930 Venta 3,050 • EURO: Bancario ◊ Compra 4,341 Venta 4,450

CENTRO COMERCIAL EN EL SUR DE LIMA SIGUE CRECIENDO

El Sur Plaza Boulevard recibirá a 35 nuevos operadores desde diciembre

■ Sodimac ocupará espacio de 1.500 m² que será ampliado a partir de abril

■ Tiendas de moda, belleza, gastronomía y otros rubros están aseguradas

FERNANDO CHEVARRÍA LEÓN

“Todos quieren estar, pero solo algunos lo logran”. Esa frase cae de perillas en el caso del Sur Plaza Boulevard (SPB), el centro comercial ubicado en el balneario de Asia (km 97,5 de la Panamericana Sur). Y es que 180 nuevos operadores postularon para instalarse en ese complejo para esta campaña, pero solo 35 calificaron. ¿De quiénes se trata? **El Comercio** se lo cuenta en exclusiva.

SPB abrirá sus puertas el 14 de diciembre próximo con un nuevo jugador de peso. Estamos hablando de la cadena de tiendas de artículos para el mejoramiento del hogar Sodimac. “La llegada de Sodimac le cambiará la cara al centro comercial, pues este tipo de formato nos permitirá consolidar nuestra oferta para empezar a operar todo el año a partir del 2008”, afirma Lilian Acuña, gerenta comercial del ‘mall’ que opera Inversiones Castelar. Inicialmente, el ‘home center’ del grupo Falabella tendrá una carpa de 1.500 m², pero a partir de abril pasará a ocupar 4.500 m².

Aunque Sodimac no ha revelado aún cuáles son sus proyecciones de ventas, queda claro que serán de las mejores, teniendo en cuenta que se desarrollan grandes complejos inmobiliarios en la franja costera (entre Lima y Cañete) y



INVERSIONES CASTELAR

DE TODO. La oferta comercial del Sur Plaza Boulevard es cada vez más completa y algunos operadores brindarán servicios todo el año. Además, para los próximos meses se espera el inicio de la construcción de un centro de convenciones con capacidad para 5.000 personas.

EN PUNTOS

Acceso por la Panamericana Sur

■ La administración del SPB ha dispuesto que desde diciembre el acceso principal al ‘mall’ sea por la misma carretera Panamericana Sur, para descongestionar la Av. Cayma, donde estaba la única entrada.

■ Inversiones Castelar trabaja

con COVI Perú el desarrollo de un intercambio vial en la Panamericana Sur para facilitar el acceso a los visitantes.

■ El ticket promedio del 2007 en el SPB ascendió a US\$22. Para el 2008 se espera que las ventas se incrementen en 25%.

en la ceja de sierra que está frente a Asia (los valles de Asia, Azpitia, Calango, entre otras zonas).

¿Quiénes más llegarán? La sanguchería de Gastón Acurio, Pasquale Hnos.; Consorcio Persa y Bloom (decoración). Secretos (lencería), Sabz (trajes de baño), RKF, Nu (Rip Curl) y SIG, en moda. Med Surgical en belleza. Peroni, Absolute, Ron 33 y Johnnie Walker, en cuanto a módulos y locales de bebidas; Braillard Perú, Expressnet, Faber Castell, Pretzel, Tecnimotors, Kawasaki y Puig Perú. En lo que respecta

a centros de diversión nocturna, los nuevos jugadores son Alaia y Lateral. Se informó que Ripley y el supermercado Wong han ampliado sus tiendas considerablemente y que Rímac operará un centro cultural de 6.000 m² con capacidad para 1.300 personas.

Con los 35 operadores nuevos, el centro comercial tendrá 225 arrendatarios en el 2008. “Tenemos capacidad para más, pero cuidamos el ‘mix’, pues el éxito de un centro comercial depende mucho de una oferta balanceada”, advirtió la ejecutiva.

LOS QUE VAN TODO EL AÑO Acuña informó que, además de Sodimac, operarán todo el año, a partir del 2008, un grupo de bancos ubicados sobre un área de 2.000 m², que será operada por Prosegur, así como restaurantes, farmacias y la clínica San Pablo, que ampliará sus instalaciones en 1.000 m² con el objetivo de atender a los trabajadores de las empresas de la zona.

“En el 2008 inauguraremos el centro de exposiciones Asia Expo Center (3.000 m²), donde tendremos ferias todo el año y estamos trabajando para abrir un museo”, reveló la ejecutiva. Agregó que en el 2008 el 20% del total de arrendatarios operará todo el año y que para el 2010 se espera que lo haga el 100%.

Además, Asia es el ‘point’ de la clase A y B limeña y las marcas son conscientes de ello. Por ello, no escatiman en gastar gran parte de su presupuesto publicitario anual para anunciar en el SPB. Así, hasta el momento han asegurado espacios LAN, Pacífico, Rímac, BCP, Scotiabank, Samsung, Telefónica, KIA, Prima y Barena.

Sin embargo, la mejor ubicación, según expertos en publicidad, la ostentará Ambev Perú, que instalará un ‘lounge’ para su marca Brahma en la única loma del terreno comercial, desde la cual se puede ver todo el ‘mall’. Fuentes del SPB afirman que Backus ha ofrecido el oro y el moro a Inversiones Castelar por arrebatarle la ubicación a Ambev, pero ha recibido un no como respuesta, debido a que esta última tiene la primera opción al momento de renovar los contratos de arrendamiento.

Por todo lo expuesto, parece que el 2008 marcará el despegue del SPB. ¿Se animará otro grande como Sodimac, Wong o Ripley a instalarse en este monstruo de 300.000 m²? El tiempo lo dirá. ■

VAMOS PERÚ!

PERÚ-BRASIL

Domingo 18 de noviembre
Estadio Monumental - 4 p.m.



Baby Beef kg
de S/. 27,50 a

S/. 22⁰⁰



Filete parrillero de
pierna con piel de
pollo natural

kg de S/. 13,90 a
S/. 10⁹⁹

TV LCD 32" AOC
mod. L32W665
de S/. 2.399,00 a

S/. 1.999



Maquillaje hincha color

S/. 2⁵⁰

Pañoleta hincha color

de S/. 7,90 a
S/. 5⁹⁰

Por la compra de un
Vino Comte de Valmont
bot. 750 ml + S/. 1,00
Lleve 1/2 Pollo
Brasa con papas



Cerveza Brahma
bot. 355 ml six pack
+ 1 Pepsi 1,5 litros
¡Gratis!

S/. 11⁹⁰



Ofertas válidas hasta el domingo 18 de noviembre del 2007.

Wong
Donde comprar es un placer