SEÑAL DF
DIARIO FINANCIERO

Fecha: 05/07/2025 Audiencia: 48.450 Sección: ACTUALIDAD
Vpe pág.: $7.443.240 Tirada: 16.650 Frecuencia: OTRAS
Vpe portada: $7.443.240 Difusión: 16.150 Ámbito: NACIONAL
Sector: ECONOMIA

EL **DEAL**

El MUT desafía a los gigantes del retail

A pesar de que no es un mall, sino el primer mercado urbano del país, ya supera los 650 mil visitantes mensuales y atrae a clientes de íconos como Parque Arauco, Costanera Center y Mall Plaza.

POR MARÍA JESÚS DOBERTI

El Mercado Urbano Tobalaba (MUT) abrió sus puertas en julio de 2023 sin pretender ser un mall, pero ya está reconfigurando el mapa del consumo capitalino. Aunque no se define como un centro comercial, sino como el primer mercado urbano del país, ha comenzado a captar público habitual de íconos del retail como Parque Arauco, Costanera Center y Mall Plaza.

Actualmente, el MUT supera las 650 mil visitas mensuales y ya acumula más de tres millones en lo que va del año. Buena parte de estos visitantes provienen de otros centros comerciales, según revela un estudio de Cohels + Partners: de cada 100 personas que llegan al MUT, 22 solían visitar Mall Plaza, 19 al Parque Arauco, 14 al Alto Las Condes y 8 al Costanera Center. Y no solo están cambiando de trayecto, también están modificando sus decisiones de compra: vestuario, accesorios y libros son algunos de los ítems que han dejado de adquirirse en malls tradicionales para comprarse aquí.

El fenómeno ha generado inquietud en la industria. Grandes operadores ya están estudiando el modelo del MUT, que combina gastronomía, cultura, espacios abiertos y experiencia urbana, para identificar fórmulas que puedan adaptar a sus propios formatos.

Para el director del Centro de Estudios del Retail (CERET) de Ingeniería Industrial, U. de Chile, Marcel Goic, "el éxito no se explica solo por un factor de novedad, sino que por una propuesta de valor atractiva que le hace sentido a un segmento relevante de clientes".

Ahora bien, esto no quita que el modelo tenga algunos desafíos de continuidad. "En particular, es esperable que algunas de las tiendas que inicialmente se embarcaron en el proyecto no logren generar la rentabilidad deseada por lo que en algún momento habrá que hacer una renovación de la oferta", agregó.

Un referente

El MUT se ha convertido en un referente para el sector. Entre sus atributos más valorados destacan su propuesta innovadora, el diseño moderno, la escala barrial, la experiencia de visita, y la calidad del entorno (ver gráfico).

Para el director de Business Insight, Christian Oros, finalmente son "los elementos de experiencia de visita, lo hacen bastante diferencial" y es de lo cual pueden aprender los otros malls. Además de la conceptualización de sus pisos, la incorporación de tiendas que no son de cadena, y por sobre todo, la forma de cómo un espacio como el MUT se vuelve un concepto urbano, anclado a la ciudad.

Por otra parte y en respuesta al avance del canal digital, las tiendas físicas han fortalecido el concepto de experiencia de compra. En ese contexto, el MUT ofrece una alternativa diferenciadora: "Ha demostrado que es posible atraer comercios de nicho, algo que en los modelos tradicionales suele depender de grandes tiendas anclas", agregó Goic.

Balance y proyecciones

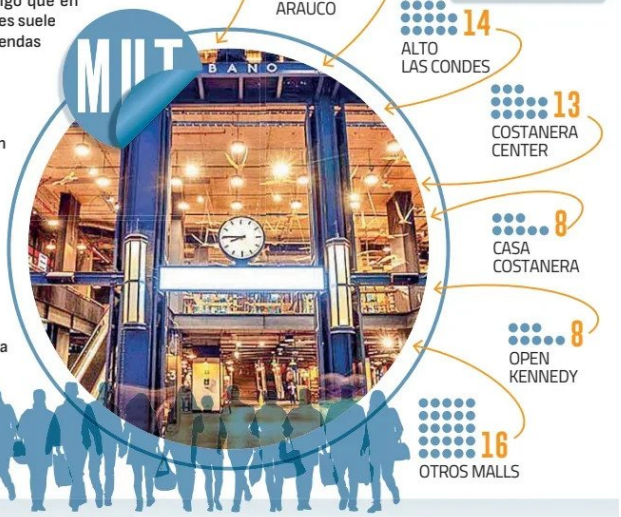
Hoy el MUT, cuenta con 200 locales abiertos, lo que representa un 50% de ocupación. "Es una proporción que nos tiene muy satisfechos, dado que optamos por una apertura gradual y en armonía con el barrio", contó la gerenta general del MUT, Paloma Cintolesi.

El foco está en finalizar la etapa de la Torre 4 que se plantea como un nuevo referente para oficinas. También se proyecta seguir ampliando la oferta comercial y gastronómica, y fortalecer su Bici Hub.

"El primer paso es consolidar el modelo y asegurar la rentabilidad del metro cuadrado, lo que siempre es un desafío en estas fases iniciales", apuntó Goic. "Si el MUT logra afirmarse, no me sorprendería ver otros proyectos de mercados urbanos replicando, al menos en parte, su propuesta de valor", concluyó.

Descomposición visitas únicas 2025

Distribución de los visitantes del MUT según el centro comercial que frecuentaban anteriormente (CÁLCULO BASADO EN 100 PERSONAS).



COMPRAS EN MERCADO URBANO TOBALABA

Considerando tu última visita. ¿Qué compraste en el MUT?¿Y ese mismo producto, dónde lo compraste antes?

% MUT		% PARQUE ARAUCO	% ALTO LAS CONDES	% COSTANERA CENTER	% MALL PLAZA (CONSOLIDADO)	% OTROS
19	VESTUARIO	29	15	12	32	12
15	ACCESORIO MODA	39	12	9	25	15
14	LIBRERÍA	31	20	11	20	18
10	SUPERMERCADO	11	29	19	23	18
10	DECORACIÓN HOGAR	20	9	16	31	24
9	RESTAURANTS	23	16	11	28	22
8	LOCALES DE COMIDA	16	12	21	29	22
7	TOMAR CAFÉ	14	8	11	39	28
7	VIDA SANA	20	12	23	32	13
6	PRODUCTOS FRESCOS	13	19	17	35	16
6	DEPORTE	21	16	22	31	10
6	CALZADO	13	10	19	35	23
5	ACCESORIOS TECNOLOG.	15	9	20	36	20
5	TECNOLOGÍA	23	17	20	32	8
4	BELLEZA	21	8	19	29	23
4	PAELERÍA	28	13	17	32	10
7	INFANTIL	19	10	16	31	24
12	OTROS	21	15	21	32	11

VISITA CENTROS COMERCIALES ÚLTIMOS 30 DÍAS - 2025

RESIDENTES COMUNAS LAS CONDES, VITACURA,LO BARNECHEA, PROVIDENCIA

FUENTE: COLHERS + PARTNERS
INFOGRAFÍA: MABEL FLORES V.