

MARIAN DÍAZ

marian.diaz@gfrmedia.com
Twitter: @mariandiazrodr

Empresas Caparra, propietaria de San Patricio Plaza, culminó la demolición del antiguo Kmart, comenzó la construcción de la zapata para el nuevo desarrollo y está en el proceso de identificar posibles inquilinos para el concepto que creará en dicho predio, que se conocerá como The Square at San Patricio Plaza.

El área comercial que ocupaba Kmart se redujo a 60,000 pies cuadrados, de los cuales poco más de 14,500 estarán en el interior del mall. Allí habrá siete establecimientos, entre ellos DEO Eyewear, especializada en espejuelos y gafas de sol; Laline, que ofrece productos para la piel y fragancias; y The Room, dedicada a la venta de ropa y artículos para el surfing, adquirió 4,600 pies cuadrados para ampliar su presencia en el mall y convertir a esa tienda en la estrella de la cadena.

“Los 15,000 pies cuadrados están todos en cartas de intención y en el proceso de firmar los contratos. Ya hemos entregado varios espacios”, aseveró **Luis Rafael González**, vicepresidente de Arrendamiento de Empresas Caparra. En el caso de DEO Eyewear y Laline se esperan que abran a fines de este año.

Mientras, en el exterior habrá 45,000 pies cuadrados, distribuidos entre restaurantes, comercios, una plaza para eventos y espacios relacionados con la salud y el bienestar. Hasta ahora, no hay ningún negocio que haya firmado contrato.

“Todo está en proceso de cartas de intención. Y ya tenemos un 45% aproximadamente de los espacios comprometidos”, dijo González, quien indicó que tienen tiempo suficiente para identificar a candidatos prospectos y negociar los contratos. Esto, ya que todavía falta casi un año y medio para la apertura, pues The Square at San Patricio Plaza inaugurará a finales de 2022.

Los espacios en el exterior comenzarán a entregarse en el verano del año que viene. Hasta ahora, la mayoría de los posibles inquilinos son emprendedores locales, agregó el vicepresidente de Arrendamiento.

Por su parte, **Adolfo “Tito” González**, presidente de Empresas Caparra, señaló que la primera fase ya finalizó. “Ya completamos la demolición del área de almacenes y pasillos de servicio, y ya se hincaron los 177 pilotes que darán soporte a la nueva estructura”.

The Square at San Patricio contará con una nueva plaza, algo que hacía tiempo deseaban construir, y ahora tienen la oportunidad de hacerlo. “Aunque las restricciones de la pandemia atrasaron un poco el itinerario de construcción, hoy con orgullo anunciamos que estamos en la segunda fase del proyecto. Estamos comen-



Ayer, Adolfo “Tito” González, presidente de Empresas Caparra informó que tras la demolición del espacio de K-Mart, ya se hincaron los 177 pilotes que darán soporte a la nueva estructura.

teresa.canino@gfrmedia.com

The Square inicia su segunda etapa de construcción

● El proyecto que se construye en los predios del antiguo Kmart de San Patricio Plaza contará con 45,000 pies cuadrados de restaurantes y comercios

zando a fraguar el proyecto”, agregó el presidente de Empresas Caparra.

La inversión estimada rondará los \$15 millones. El Banco Popular le otorgó el financiamiento del proyecto. El equipo de diseño del proyecto está formado por RSP Architects y Carrera and Associates. La construcción estará a cargo de Interlink y CIPO Group.

En el evento estuvo el alcalde de Guaynabo, **Ángel Pérez**, quien en tono de broma comentó que el District Live en Miramar “tiene que cuidarse” porque The Square at San Patricio Plaza traerá muchos eventos, y será un competidor para la nueva plaza de entretenimiento en San Juan.



El espacio contará con 45,000 pies cuadrados, distribuidos entre restaurantes, comercios, una plaza para eventos. (teresa.canino@gfrmedia.com)

DirecTV consolida su relación con Lopito, Ileana & Howie sus

A partir de octubre de este año, la agencia publicitaria puertorriqueña Lopito, Ileana & Howie Inc. será la responsable de la estrategia de comunicación publicitaria y creativa de DirecTV.

Tras una relación de negocio de más de cinco años, en la que LIH ha manejado la estrategia de medios de DirecTV, la marca decidió unificar sus comunicaciones en una sola agencia publicitaria. Ahora, LIH continuará desarrollando las comunicaciones para la marca, incluyendo al servicio de medios, las disciplinas de relaciones públicas, producción creativa y tácticas digitales.

“Por los pasados cinco años, el servicio y atención de LIH han sido clave para el fortalecimiento de DirecTV en Puerto Rico. Su especialización en todas las disciplinas nos movió a tomar la decisión de unificar todos los servicios de publicidad y medios, para lograr que nuestras campañas estén integradas y sea de mayor beneficio para la marca”, expresó **Belkys Mata**, AVP Sales Operations Puerto Rico.

“Para nosotros es un honor que nuestros clientes cada vez más confíen en nuestro equipo de expertos. Nos hemos dado a la tarea de desarrollar cada área para poder ofrecer a nuestros clientes un servicio completo o especializado, según sea la necesidad del negocio. En LIH nos damos a la tarea de conocer la esencia de las marcas de nuestros clientes. Sus marcas se convierten en las nuestras, y eso nos hace expertos de su negocio”, mencionó **Alexandra Caraballo**, Customer Interaction Management y socia de LIH.



Alexandra Caraballo, Customer Interaction Management y socia de Lopito, Ileana & Howie, junto a Belkys Mata, AVP Sales Operations Puerto Rico. (suministrada)

LA CIFRA

INVERSIÓN

\$15

MILLONES. Monto estimado de la inversión de Empresas Caparra en The Square at San Patricio Plaza