



# Mall Sport aumenta sus ventas y su Ebitda pese a la debilidad del consumo

**En medio** de un año complicado para el sector retail, Mall Sport superó las expectativas en un contexto de lento crecimiento económico. Sus ventas subieron 7% y su Ebitda subió 20%, impulsado por la apertura de nuevas tiendas que llevaron la ocupación del centro comercial al 95%. La expectativa es cerrar el año con una ocupación de 97%.

LEONARDO CÁRDENAS

A pesar del desafiante escenario que ha experimentado el sector retail durante este año, marcado por un lento crecimiento económico, Mall Sport -propiedad de Jorge Gálmez- logró un positivo balance durante el primer semestre de 2024, con un aumento en sus ventas.

Asimismo, sus ingresos de explotación fueron de \$2.600 millones, lo que corresponde a un 7% más que los obtenidos durante los primeros seis meses de 2023, cuando llegaron a los \$2.430 millones. El Ebitda también experimentó un crecimiento, aumentando en un 20% en comparación con el primer semestre del año pasado.

“Este crecimiento se debe principalmente a la apertura de nuevas tiendas y espacios de experiencias y entretenimiento, con lo cual llegamos a una ocupación de un 95% de nuestro centro comercial, con 89 tiendas enfocadas en nueve categorías que incluyen bicicleta y motor, *outdoor* y *running*, multideporte, *lifestyle*, accesorios deportivos, gastronomía y entretenimiento”, comentó el gerente general de Mall Sport, Marko Djulic.

Durante 2023, sus inversiones llegaron a \$1.000 millones en su operación. En 2024 invirtió 4.200 UF (\$158 millones) y en 2025 se espera que la cifra llegue a 5.000 UF (\$188 millones). Su operación se distribuye en 17.000 metros cuadrados arrendables, y por ahora no tienen planes de crecimiento, aunque esperan terminar el año con una ocupación del 97%.

Al cierre del primer semestre crecieron 3,3% en visitas, influenciado principalmente por el clima y la temporada de nieve que comenzó en mayo. En 2023, 2,1 millones de personas visitado el centro comercial y esperan cerrar este año con un alza de 3,1%.

Respecto a las tiendas que abrieron durante este primer semestre, se trata de Thule, UrbanGo, marca nacional de *scooters* eléctricos -urbanos, monociclos, *hoverboard*, profesionales, todo terreno y para personas con movilidad reducida-, así como también *e-bikes*, *e-skates* y *e-motos*; y Velopro, servicio técnico profesional para bicicletas de enduro, *gravel*, ruta, urbanas y *cross country*.

## EXPERIENCIAS DEPORTIVAS EN MALL SPORT

Este año también se inauguró un muro escalada -obra de ingeniería realizada por Chile Climbers-, de 4,5 metros de altura, 250 m2 es-



Marko Djulic, gerente general de Mall Sport.

calables, 40 mt lineales, con una zona de entrenamiento de 30 m2, ubicado en el sector Laguna del centro comercial, enfocado en deporte y experiencias y puede ser utilizado tanto por principiantes como profesionales.

Sumado a lo anterior, Mall Sport junto a su socio VR Racing instalaron un simulador de realidad virtual que permite a sus visitantes vivir la experiencia de ser un piloto de carreras, en un espacio inmersivo ubicado en PowerSport.

Marko Djulic comentó que “hoy día hay una tendencia que ha agarrado cada vez más fuerza, que tiene que ver con la búsqueda de una vida saludable y de actividades físicas, lo que queda demostrado con el aumento de la práctica deportiva que ha experimentado nuestro país durante los últimos años. Lo anterior, lo estamos aprovechando al máximo, debido a que justamente nuestro modelo de negocio se enfoca en entregar a nuestros visitantes en un solo lugar, tanto un *mix* de tiendas con una variedad deportiva única en Chi-

le, como experiencias que buscan ayudar a las personas a llevar una vida saludable, ya que las acercamos a diferentes disciplinas deportivas para que las conozcan de cerca, las prueben y puedan decidir qué deporte realizar en base a lo vivido”.

“Tanto este muro de escalada como el simulador de realidad virtual forman parte de nuestra estrategia que busca entregar a nuestros visitantes experiencias deportivas sin importar su edad ni profesionalismo, lo que los ha cautivado. Esto queda demostrado en el aumento del flujo de personas que vienen a Mall Sport, el que ha aumentado en un 3% durante este 2024”, continuó Djulic.

Para lo que resta del año, en Mall Sport se abrirán cinco nuevas tiendas. Se trata de Khapia, con ropa deportiva elaborada con algodón peruano; Kugan, marca de bicicletas y accesorios; el grupo The Line, quien suma a su foco urbano o *street wear* un nuevo concepto *outdoor* con reconocidas marcas de zapatillas y vestuario tales como Nike, Quiksil-

ver, Roxy, entre otras; Spyder, con colecciones de ropa y accesorios para actividades *outdoor*, esquí y *training* y Mawud, emprendimiento de accesorios y productos elaborados 100% a mano. Y además, en su zona gastronómica se abrirá un nuevo local de la cadena de comida especializada en *sándwiches*, Subway.

“Con la llegada de las nuevas tiendas, experiencias y restaurantes, esperamos cerrar el año con ventas superiores a un 8% mayores respecto a 2023. Cabe destacar que estas nuevas marcas se suman a las más de 200 que ya se encuentran disponibles en Mall Sport, y que junto a nuestros espacios de entretenimiento y gastronomía, entregan una experiencia única a las comunidades, quienes además de encontrar lo que necesitan para realizar deporte, pueden ser parte de diversas iniciativas deportivas y esparcimiento para todas las edades y enfocadas a fomentar en las personas un estilo de vida saludable y amigable con su entorno”, finalizó Marko Djulic. ●