



Fernando de Peña y la ruta de Mallplaza tras M&A con Falabella: se consolida en Perú y evalúa proyectos multifamily en Chile

■ Ya está en curso la OPA para quedarse con todos los Open Plaza en el país andino. Su histórico gerente general plantea que la operación implicará una diversificación geográfica para la firma que les permitirá fortalecerse como el segundo operador de Perú, mientras exploran nuevas alternativas en Chile.

“El crecimiento es parte del ADN de Mallplaza y como tal estamos focalizados en seguir creciendo ya sea a través de proyectos de crecimiento orgánico y de M&A”.

A modo de síntesis, Falabella Perú tiene la propiedad completa de Open Plaza Perú y del 66,6% de Mallplaza en ese país. En el caso de que la OPA tenga éxito, Mallplaza pasaría a quedarse con la totalidad de esas operaciones, pagando más de US\$ 455 millones.

En medio de ese proceso, el gerente general de la cadena de centros comerciales, Fernando de Peña, evaluó -por escrito- lo que la operación significa para la compañía.

“El crecimiento es parte del ADN de Mallplaza y como tal estamos focalizados en seguir creciendo ya sea a través de proyectos de crecimiento orgánico y de M&A (fusiones y adquisiciones), como es el caso de la operación en Perú, con el objetivo de reforzar nuestra posición como principal plataforma de activos en la región andina, tanto por la cobertura de mercados, como la calidad de estos activos”, determinó el ejecutivo.

De Peña -CEO de Mallplaza desde 1990, el año en que Falabella creó esta sociedad- sostuvo que, alcanzando los 619 mil m² de GLA (superficie arrendable) y presencia en nueve ciudades, la compañía se consolidará como el segundo mayor operador de malls en Perú.

En los tres países en que opera, sumará 2,3 millones de m² de GLA. “Además de todas las potenciales sinergias y eficiencias de escala que nos generará, incrementará su diversificación geográfica en términos de Ebitda y GLA, con una distribución de m² brutos arrendables del 62% en Chile, 27% en Perú y 11% en Colombia y una participación en Ebitda por país de aproximadamente 75% en Chile, 18% en Perú y 7% en Colombia”, proyectó el ejecutivo.

Los planes en Perú

Como antecedente a esta OPA, el gerente recordó que, en 2014, adquirieron un Open Plaza de 12.000 m² de GLA en Arequipa, al que se le agregaron 30.000 m² entre retail, gastronomía, servicios y entretenimiento, transformación que comprendió la compra de dos terrenos adicionales. El Mallplaza Arequipa, dijo, se “posicionó como líder de su mercado en la zona de Cayma (...) se alcanzó un crecimiento de 240% de ventas entre 2015 y 2023, un crecimiento de 135% en ingresos/m²”.

Con esto, adelantó que con los nuevos activos que sumarán, buscan agregarles “mucho valor” incorporando las propuestas más

valoradas por los clientes: “Lo anterior podemos hacerlo porque ya lo hemos hecho antes y porque conocemos el mercado peruano muy bien”.

Asimismo, añadió que, aparte del M&A con Falabella, diseñaron una estrategia de crecimiento orgánico en Perú, que implica sumar otros 100.000 m² de GLA en cinco años, “fortaleciendo la oferta comercial, de socialización y entretenimiento e incorporando nuevas propuestas a los activos actuales y futuros en este país”.

Nuevos proyectos en Chile y Colombia

A nivel nacional, la empresa también apunta a seguir ampliando sus centros comerciales, con crecimiento orgánico de los Mallplaza Vespucio, Trébol, Oeste, Norte, Antofagasta, La Serena, Iquique y Biobío.

“En el caso de Chile, tenemos un plan de crecimiento orgánico de 125 mil m² para los próximos cinco años”, sostuvo De Peña. “Disponemos también de un *landbank* (banco de terrenos) en Chile de 550 mil m². Ello nos permite expandir nuestros centros urbanos o explorar nuevos usos, como el desarrollo de vivienda multifamiliar (renta residencial)”.

En 2021, el grupo de malls ya había ingresado a tramitación ambiental un proyecto para incorporar tres torres, con 766 viviendas en total, en el centro de Vespucio, en la comuna de La Florida. Cabe recordar que una de sus principales competidoras, Parque Arauco, ha estado profundizando su apuesta por los multifamily, en Chile, Perú y Colombia.

En ese último país, Mallplaza también busca seguir creciendo. “En Colombia estamos impulsando el despliegue de la propuesta de valor de Mallplaza Cali, nuestro quinto centro urbano en ese país, y nuestro centro urbano número 26 en la región. Además de continuar robusteciendo Mallplaza NQS en Bogotá el cual, a cuatro años de su compra, ya se ha transformado en un centro urbano Tier A”, dijo De Peña.

Durante los primeros seis meses del año, los ingresos de Mallplaza crecieron un 16% y el gerente estima que la firma ha sabido “entender las particularidades de cada uno de los mercados en que está presente”.

Así, De Peña cerró: “Seguiremos tomando las oportunidades que nos permitan fortalecer nuestro liderazgo en la región andina (...) Con más de 100 millones de habitantes en Chile, Perú y Colombia, la región andina presenta un considerable potencial de crecimiento y oportunidades interesantes para aquellos inversores internacionales que buscan diversificar sus portafolios en mercados con buenas perspectivas de crecimiento”.

POR MARTÍN BAEZA

A fines de octubre, tras haber culminado exitosamente un aumento de capital por US\$ 325 millones, Mallplaza concretó la Oferta Pública de Adquisición (OPA) para quedarse con los activos peruanos de su matriz, el Grupo Falabella.