

# Derek Schwietzer, Mallplaza: "Siempre estamos evaluando todas las oportunidades, pero el foco está en Perú y Colombia"

La operadora de centros comerciales está apostando por expandirse a través de nuevos M&A e impulsar los proyectos brownfields.

POR DÉBORAH DONOSO

Hace casi dos años llegó el economista brasileño Derek Schwietzer Tang a manejar las finanzas de la operadora chilena de centros comerciales Mallplaza.

El ejecutivo, que habla un fluido español y también maneja a la perfección el inglés y el alemán, ha sido parte del equipo encargado de sacar adelante la adquisición de los activos de Falabella en Perú y apuesta por un crecimiento mayor de la compañía que es parte del holding de los Solari, los Cúneo y Del Río.

En entrevista, el también ex-director corporativo de finanzas, Relaciones con Inversionistas y M&A en la gigante brasileña BR-Malls, celebró el año que recién cerró para la empresa y las oportu-

nidades de crecimiento que ve en la región.

"Este año fue importante para Mallplaza, en distintas dimensiones", dijo, destacando la compra de nuevos malls en Perú, lo que les permitió consolidarse como el segundo mayor operador en ese mercado.

"Tenemos un norte: ser la plataforma referente para los socios comerciales e inversionistas que quieren tener exposición a la región andina", subrayó el actual CFO de la firma.

Así recordó las aperturas de tiendas H&M, Decathlon y los locales del grupo español Inditex, parte de las 463 aperturas de nuevas tiendas que se contabilizaron al al tercer trimestre de 2024. "Esto demuestra el apetito que tiene el

mercado por los activos de Plaza y eso nos ha permitido llegar al mayor nivel de tasa de ocupación en los últimos cinco años", dijo.

Al cierre de ese tercer trimestre, la firma registró una ocupación regional promedio de 96,4%, calificada por el ejecutivo como "muy potente". En Chile ese nivel sube a 96,8%, en Perú se ubica en 94,7% y en Colombia se ubica en 96,2% tras la inauguración del nuevo centro comercial de Cali.

Sobre esos mercados, Schwietzer dijo que lo interesante es que en Perú "es donde más estamos creciendo; a septiembre 2024, la tasa de ocupación creció 2,5 puntos porcentuales respecto del mismo trimestre del año anterior y es donde tenemos el menor costo de ocupación de los tres".

## Interés en Mallplaza y la región andina

En este escenario, la firma llevó a cabo a fines de 2024 un roadshow con inversionistas de Estados Unidos, Europa y América Latina, que dejó clara la hoja de ruta hacia adelante.

"La compañía está muy enfocada en el crecimiento y Perú es un buen ejemplo en este sentido", comentó el CFO, quien agregó que los últimos pasos han dejado ver que Mallplaza se arriesgará a crecer.

"Entendieron mejor el potencial que tiene Mallplaza y constataron que antes del aumento de capital se transaba a poco menos de US\$1 millón; hoy estamos en promedio a unos US\$3 millones. Eso hace que muchos inversionistas puedan invertir porque hoy somos la acción más líquida del sector", comentó.

## Evolución precio acción

Cifras en CLP



En 2024, la acción de Mallplaza ha tenido una rentabilidad de casi un 40%.

A su juicio, la región andina ofrece a los inversionistas mucha más estabilidad macro que otros países, como Brasil y México. "Si pensamos de cara al socio comercial, el apetito está. Hay planes de aperturas de tiendas y no es de corto plazo", agregó.

## Más M&A

En el marco de esa estrategia de expansión, la operadora de centros comerciales tiene una ruta definida: crecer a través de fusiones y adquisiciones (M&A, en inglés) mientras pueda, tal y como ocurrió en Perú a fines del año pasado.

"En Chile tenemos una participación importante; no es que no podamos hacer cosas, pero la



Fuente: Bloomberg

**2,3**  
MILLONES DE M<sup>2</sup>  
de superficie total arrendable (GLA)  
administra Mallplaza en la región

oportunidad mayor está en Perú y Colombia por los market share de la compañía en esos mercados”, señaló.

De acuerdo con Schweitzer, el espacio por crecer en estos dos mercados permite a Mallplaza buscar oportunidades. “Creemos que podemos generar valor con esta transacción. Lo hicimos con NQS (en Bogotá), un centro comercial que compramos y que visitaban 300 mil personas mensualmente; hoy lo visitan 1,2 millones”, contó.

También hay oportunidad en los proyectos brownfield (terrenos previamente urbanizados o donde ya están operativos), donde se enfocan en hacer obras de expansión. “Eso permite aumentar el market share del activo en la zona donde está ubicado. Se puede hacer que el mall original sea más atractivo y

puede generar GLA adicional para atraer nuevas marcas”, detalló.

“Tenemos apetito y potencial para hacer más. La gracia también para eso es que Mallplaza tiene un banco de terreno que nos permitiría hacer ampliaciones por 551 mil metros cuadrados o incluso buscar nuevos usos, como multifamily o explorar otros”, explicó Schweitzer.

Respecto de los desarrollos de renta residencial, el ejecutivo aseguró que no saldrán a ejecutar proyectos tipo stand alone, sino que siempre estarán conectados con uno de sus centros comerciales, “siempre en la lógica de potenciar más el mall”.

**Adquisición en Perú**

Mallplaza desembolsó casi US\$ 500 millones para quedarse con los activos de Falabella.

Este movimiento fue catalogado como “exitoso” por el banco de inversión estadounidense JP Morgan, que elevó su precio objetivo en 33% a 2.200 pesos chilenos, y señaló que “Mallplaza es nuestra primera opción en el sector”.

“Preferimos los centros comerciales chilenos a los brasileños por el potencial de expansión de GLA de 225 mil metros cuadrados que se iniciará en el corto plazo”, indicó la entidad.

Y detalló que 125 mil m2 están destinados a Chile y 100 mil m2 a Perú. Esto llevaría a que Mallplaza informe un crecimiento de Ebitda de 22% el próximo año, según JP Morgan, mientras que Cencomalls (de Cencosud) y Parque Arauco rondarían el 7%.

“Mallplaza se convertirá en la empresa de centros comerciales más

grande de Latinoamérica en términos de tamaño de cartera, con 2,3 millones de m2 de GLA, 11% más que el segundo lugar, y el operador más grande de la región andina”, aseveró la entidad.

Al respecto, Schweitzer comentó que la transacción en Perú ayudará a aumentar el flujo total en el mercado, “siendo el mayor portafolio en Sudamérica, el segundo player más importante de ese país y el primero por GLA en Chile (con 31% de market share)”.

Actualmente en Perú, Mallplaza tiene el 21% de participación de mercado, mientras que en Colombia tiene el 4%, siendo éste un mercado “muy atomizado”.

Tras la adquisición de los activos de Open Plaza, la operadora posee 37 activos en los tres mercados, cuya población supera los 100

millones. Los visitantes superan los 340 millones de personas al año.

**¿Brasil es una oportunidad?**

Schweitzer tiene una amplia experiencia en la industria de centros comerciales. Trabajó más de 12 años en BRMalls, uno de los principales jugadores en América Latina y el líder en Brasil.

Este conocimiento, sumado a los 15 años de trayectoria como profesional en áreas de Finanzas Corporativas, Relación con Inversoristas, M&A y Mercado de Capitales en el rubro inmobiliario, llamaron la atención de Mallplaza.

Consultado si la firma podría virar hacia la primera economía sudamericana, el ejecutivo reiteró “siempre estamos evaluando todas las oportunidades, pero el foco está en Chile, Perú y Colombia”, concluyó.