

POR MARÍA GABRIELA ARTEAGA

En diciembre de 2024, el gerente general de Parque Arauco en Perú, Alejandro Camino, aseguraba en entrevista con **DFSUD** que había “mall para rato” en ese mercado y en toda Latinoamérica y que veían “mucho espacio para crecer”.

Precisamente, como parte de su estrategia de expansión, delinearon que uno de los pilares sería de las fusiones y adquisiciones.

La primera de esas operaciones de este año se concretó este miércoles por la noche, cuando el Grupo Centenario dio a conocer que la operadora chilena había comprado el 100% del mall Minka, uno de los principales centros comerciales de Lima, con 54.800 metros cuadrados de superficie arrendable (ABL) y más de 18 millones de visitas al año.

Es “nuestro activo número 22 en el país (...) se convertirá en el segundo más importante de Parque Arauco en Perú en términos de visitas y ventas, y el tercero más importante en Ebitda, después de Megaplaza Independencia y Larcomar”, dijo este jueves el gerente general de la firma, Eduardo Eduardo Pérez Marchant.

La adquisición de Multimercados Zonales SAC, dueña de Minka -un mall ubicado en una zona estratégica del concurrido distrito de Callao, en Lima- se cerró en US\$ 102 millones. Sin embargo, Parque Arauco detalló que dicha compañía “posee una deuda financiera neta de US\$ 36 millones, con lo que el precio total de compra por el 100% de las acciones asciende a US\$ 66



Minka “será el segundo activo más importante de Parque Arauco en Perú en términos de visitas y ventas”

■ Así lo aseguró el gerente general de la firma chilena, Eduardo Pérez Marchant, luego de que se conociera que compraron el 100% de la dueña del mall ubicado en Callao, Lima.

millones”.

La operación, que se espera sea aprobada en un par de meses, se financiará con recursos propios,

apalancados con el desempeño financiero de la empresa y la reciente venta de una participación minoritaria en el portafolio de

outlets en Chile.

El aporte de Minka

Con una historia de 20 años de servicio, sus 540 tiendas, un 97% de ocupación actual y una gran presencia en la venta de productos frescos en la zona de Callao, Minka pasa a convertirse en pieza fundamental en la estrategia de crecimiento de

US\$ **66**
MILLONES

ES EL MONTO FINAL DE LA TRANSACCIÓN AL DESCONTAR LA DEUDA ACTUAL DE MINKA.

la firma en la región.

En el detalle, los 54.800 m² de superficie comercial están distribuidos en 47.800 m² de retail y 7.000 m² de mercado tradicional, que representa un 23% de los ingresos comerciales del activo y atrae alrededor del 20% de sus visitantes.

Respecto de la superficie arrendable de retail, las marcas que están presentes en el activo incluye a los supermercados Metro, Vega y Mayorsa, un cine Cinerama, un gimnasio Smartfit y una tienda H&M.

Además, cuenta con una zona outlet con marcas como Skechers, Puma, Nike, Adidas, Prüne, entre otras.

“Minka tiene una importante ubicación junto al futuro nuevo acceso al aeropuerto, en una zona que viene densificándose y reconvirtiéndose de industrial a residencial, a la cual le vemos gran potencial”, agregó Camino en su cuenta de LinkedIn.

Con todos estos atributos, la compañía estima un ingreso operativo neto (NOI) anual cercano a los US\$ 10 millones una vez se finalice la compra.