



Mallplaza reafirma plan de expansión en Perú tras compra de Open Plaza

La operadora chilena de centros comerciales Mallplaza, brazo de *real estate* del holding Falabella, registró resultados mixtos durante 2024. Frente a un leve descenso en su utilidad anual, los ingresos respaldaron el desempeño de la firma con un alza de casi 18%.

El hito más relevante de la compañía fue la adquisición de los 11 activos Open Plaza de su matriz Falabella en Perú, lo cual aseguró ha sido un impulso para continuar creciendo en ese mercado.

De acuerdo con el gerente general de la operado-

La firma se centrará en potenciar activos estratégicos como Mallplaza Trujillo, Angamos, Comas y Piura.

ra de centros comerciales, Fernando de Peña, la firma estará enfocada este año en expandirse "a través de proyectos orgánicos y de adquisiciones".

"A partir de ahora, nuestra estrategia en Perú será robustecer nuestra propuesta de valor y aumentar nuestra participación de mercado, ya que actualmente, el 62% del GLA de los antiguos activos Open Plaza está dedicado a conveniencia".

"Buscamos transformar estos activos hacia un modelo orientado a la experiencia, equilibrando el mix comercial y potenciando categorías como moda y entretenimiento", agregó.

El plan de expansión
El plan de crecimiento en

Perú, dijo el ejecutivo, consiste en proyectos *brownfield* que sumarán 100.000 m² de GLA en los próximos cuatro años. "Este crecimiento se centrará en potenciar activos estratégicos como Mallplaza Trujillo".

Agregó que en la etapa actual reforzarán los activos de Mallplaza Angamos, Comas y Piura, entre otros. "Nuestro objetivo es transformar algunos de estos activos de conveniencia".

Por su parte, el CFO de la firma, Derek Schwietzer, comentó que "con este cambio (de formato en los centros



comerciales) podremos generar ingresos adicionales para esos malls. Es decir, estos son centros comerciales que aún tienen costos de ocupación más bajos que en los otros dos países".

Durante la jornada del

martes, Mallplaza debió cerrar el centro comercial en Bellavista, por fallas encontradas en la infraestructura y para evitar que sucediera algo similar a lo sucedido con Real Plaza Trujillo (de su competencia, InRetail).