



■ El gerente general, Fernando de Peña, sostuvo que en Chile solo usan el 37% del potencial de construcción y que en Perú y Colombia saldrán a buscar adquisiciones.

POR MARTÍN BAEZA

En diciembre, Mallplaza concretó la adquisición de los 11 activos de Open Plaza en Perú, que pertenecían justamente a su controlador, el Grupo Falabella. Fue la guinda de la torta de un año bisagra para la cadena de centros comerciales, que cerró el ejercicio 2024 con un crecimiento de 18% en las ventas, olvidando los años en que la pandemia le asestó un golpe a la industria de los malls.

“Mallplaza tiene el mejor portafolio de centros comerciales de la región”, dijo el gerente general de la firma, Fernando de Peña, quien contestó por escrito algunas consultas de este medio. “No hay otra compañía en Latinoamérica con esa cantidad de activos líderes en sus mercados, con sostenido aumento de flujo y ubicaciones estratégicas en mercados grandes y con potencial de crecimiento”.

El ejecutivo planteó que han demostrado tener una “estrategia de crecimiento clara”, consolidando su presencia en la región andina y llegando a operar 37 centros comerciales en 23 ciudades de Chile, Perú y Colombia, que totalizan 2,3 millones de m2 de GLA (superficie arrendable).

Asimismo, atribuyó estos números a la renovación de la propuesta de valor, con la que diversificaron sus espacios. “Por ejemplo, destinamos un 33% del GLA a comercio esencial de tráfico diario (supermercados, centros médicos, centros de educación, cowork, mejoramiento del hogar, gimnasios, servicios públicos y privados), un 20% a retail de especialidad, un 20% a tiendas departamentales y un 14% a gastronomía y entretenimiento”, explicó de Peña.

Solo en 2024, agregó, abrieron 677 nuevos locales. En tres años, han sido 1.870, lo que equivale a un 37% del total de tiendas.

Remodelaciones en Chile

“Nos hemos puesto el desafío de seguir creciendo”, adelantó el gerente. “Lo más inmediato es crecer en sí mismos, potenciando la propuesta de valor en los mismos metros que ya tenemos, incorporando marcas que son queridas por los visitantes y mejorando la experiencia”.

Sin embargo, precisó que esto se potencia con otros dos focos: la expansión a través de M&A (fusiones y adquisiciones) y el



El gerente general de Mallplaza, Fernando de Peña.

Mallplaza promete seguir creciendo, remodelando centros y comprando otros nuevos

125
MIL M2

DE SUPERFICIE ARRENDABLE SUMARÁN EN CHILE.

a un 30% de manera de potenciar la experiencia y propuesta de valor de nuestros centros comerciales, lo que nos permitirá crecer en flujo e ingresos”.

El objetivo, entonces, es transformar los 11 Open Plaza de Perú desde malls de conveniencia a “centros de experiencia”.

“Me parece importante señalar que conocemos muy bien el mercado peruano. Llegamos en 2006 y lo hemos venido operando desde entonces, evolucionando junto con las personas, y con el expertise de transformación a partir de M&A. De hecho, ya lo hicimos con Mallplaza Arequipa, el cual adquirimos en el año 2014 como un power center de Open Plaza de 12 mil m2 de GLA y que hoy tiene 42 mil m2 con una renovada oferta”, argumentó de Peña.

Salir de compras

Para el caso de Colombia, en tanto, se focalizarán en “capturar la maduración de los nuevos activos” y seguir analizando oportunidades para nuevos M&A.

“En Perú y Colombia tenemos un market share (participación de mercado) de 9,2%, por lo que aún tenemos múltiples oportunidades para seguir creciendo y la adquisición será la principal vía para hacerlo”, anunció de Peña. “Tenemos buena experiencia para transformar centros de conveniencia a uno de disfrute (...) Es este know how y capacidad de transformación, con propuestas de valor únicas en sus mercados, con una operación de excelencia -junto a una saludable situación financiera y un balance sólido- lo que nos permite seguir haciendo crecer la compañía”.

crecimiento orgánico a través de proyectos brownfield (renovación de inmuebles ya desarrollados).

Entre estos últimos, en Chile, la cadena tiene un plan para crecer con 125 mil m2 de GLA. Foco de estas transformaciones, especificó de Peña, serán los Mallplaza Vespucio, Oeste, Norte, Antofagasta, Egaña, La Serena, Iquique, Biobío y Trébol. De hecho, para el último, ubicado en Talcahuano, la compañía ya ingresó a evaluación ambiental una remodelación que implica una inversión de US\$ 75 millones.

El ejecutivo subraya que espacio para crecer, ya lo tienen: “Disponemos de un banco de terrenos en Chile de 550 mil m2 y estamos utilizando solo alrededor del 37% del potencial de construcción para

nuestros centros comerciales”.

Los exOpen Plaza

En Perú, Mallplaza cuenta con 15 activos, en nueve ciudades. Los exOpen Plaza se han ido incorporando a su nueva marca, como ya se hizo con el caso de los inmuebles de Angamos, Piura y Huancayo. Estos se sumaron a los Mallplaza Trujillo, Arequipa, Comas y Bellavista. Entre los siete, representan el 80% del Ebitda de la firma en Perú.

“Para estos activos tenemos un plan de crecimiento potente para los próximos cuatro años, partiendo por potenciar ahora la propuesta de moda, socialización y el disfrute”, dijo de Peña. “Nos hemos propuesto reducir del 60% de GLA que hoy se destina a conveniencia

“En Perú y Colombia tenemos un market share de 9,2%, por lo que aún tenemos múltiples oportunidades para seguir creciendo y la adquisición será la principal vía para hacerlo”.