

N. BIRCHMEIER Y C. SOTTOVIA

Mallplaza reenfoca su estrategia de crecimiento para los próximos años. Tras la inauguración de su último centro comercial en la ciudad de Cali (Colombia) en marzo de este año —que puso término al plan de inversión de US\$ 314 millones contemplado para el período 2019-2022, y que se extendió por la pandemia—, la compañía controlada por el Grupo Falabella prepara una reorientación de su expansión en Chile y Perú.

La firma proyecta en los siguientes 5 años ampliar de manera orgánica su superficie bruta arrendable (GLA, en sus siglas en inglés) en 225 mil m<sup>2</sup>. De esa cifra, unos 100 mil m<sup>2</sup> corresponden a expansiones en los activos que incorporarán de la operación de compra-venta de inmuebles a su controladora Falabella en Perú. Se trata de 11 centros comerciales que opera Open Plaza en el país vecino. El negocio incluye también el 66% de Mall Plaza Perú, que pasará en un 100% a manos de la operadora de malls. Toda la transacción es valorada en unos US\$ 848 millones.

Producto de la adquisición Mallplaza pasará de los 297 mil m<sup>2</sup> que maneja (a través de cuatro establecimientos en Perú) a operar 619.000 m<sup>2</sup>, totalizando para 2028 unos 719 mil m<sup>2</sup> de superficie arrendable en este mercado, según estiman en la empresa.

Fernando De Peña, gerente general de Mallplaza, afirma a "El Mercurio" que ven un atractivo potencial de crecimiento de concretarse la incorporación de los nuevos malls a su operación peruana. "Perú es un mercado que conocemos muy bien, al cual entramos el 2006 y lo hemos venido operando desde entonces. Hemos podido evolucionar junto con las personas, y, por lo tanto, con nuestros activos, buscando siempre ofrecer una completa propuesta comercial", dice. "Los activos que estamos incorporando están en muy buenas ubicaciones y nosotros vemos que son mercados con un gran potencial de crecimiento, a los cuales les podemos agregar mucho valor. Un ejemplo de ello es la transformación que queremos hacer de Angamos para convertirlo en un Tier A (establecimiento insignia), pasando de un centro de conveniencia a uno de disfrute y experiencia", afirma.

La adición de estos centros comerciales tendrá un relevante impacto en los balances de la compañía. Estiman que su Ebitda pasará de US\$ 367 millones a US\$ 448 millones al consolidar la operación peruana, lo que representa un aumento de 18%.

De Peña agrega que la oportunidad de crecimiento también estará en consolidar la operación inmobiliaria en Perú bajo una sola administración, a través de Mallplaza. "Nos permite lograr sinergias tanto al fusionar dos compañías y estructuras en una, como también al lograr las eficiencias de economía de escala, al pasar de 4 activos a 15 activos administrados", sostiene.

El ejecutivo subraya que para la empresa no será algo nuevo la reconversión de centros comerciales en Perú, puesto que años atrás ya ejecutaron un "pilot" en esa dirección. "Lo que vamos a hacer en Perú ya lo hemos hecho antes, conocemos el mercado peruano. Un ejemplo es la transformación que realizamos en Mallplaza Arequipa, el cual adquirimos en el año 2014 como un *power center* de Open Plaza de 12.000 m<sup>2</sup> de GLA, contando con una tienda departamental Saga Falabella, un supermercado Tottus y un complejo de cines y estacionamientos en superficie", detalla. "La transformación comprendió incorporar 2 terrenos y la construcción y desarrollo de 30.000 m<sup>2</sup> adicionales de GLA para albergar nuevas propuestas de retail, gastronomía, servicios, y entretenimiento, junto con la intervención de los estacionamientos. Con todo, este nuevo centro urbano totalizó 42.000 m<sup>2</sup>", dice. "Incorporamos supermercados, oficinas, gimnasio, más de 70 nuevas tiendas de retail, nueva propuesta gastronómica con un sector de terrazas, boulevard financiero y de conveniencia y zonas de entretenimiento. Todo este desarrollo nos permitió crecer un 240% en ventas entre 2015 y 2023 y un aumento en ingresos de 135% de ingresos", asegura.

#### OPA y minoritarios

Respecto de los montos de inversión para los planes de expansión orgánica, el ejecutivo no entrega cifras. "Hoy día estamos cerrando los detalles de los proyectos del plan de expansión que reforzarán aún más la propuesta de valor y participación de mercado de nuestros activos, permitiendo así un crecimiento importante en el GLA de la compañía. Cuan-

FIRMA PLANEA OPERAR 719 MIL M<sup>2</sup> DE SUPERFICIE ARRENDABLE EN PERÚ AL 2028:

# Mallplaza reorienta estrategia internacional con aperturas y amplía superficie en Chile

La firma financiará la compra de los Open Plaza en el mercado peruano, a través de una OPA, caja, y la emisión de un bono por US\$ 110 millones. "La estructura de financiamiento que estamos proponiendo es la óptima para esta transacción y para Mallplaza", afirma Fernando de Peña, CEO de la empresa.



## EN CARPETA proyectos de multifamily en regiones Metropolitana y Biobío

En paralelo a los planes de crecimiento de sus centros comerciales, Mallplaza también avanza en ampliar su nicho de negocios. En los últimos tres años, la firma viene trabajando en proyectos de renta residencial (*multifamily*) para incorporar "alternativas habitacionales" a su oferta en las comunas de La Florida, aledaño a Mallplaza Vespucio. También tiene en carpeta una iniciativa en Huechuraba, en un terreno cercano a Mallplaza Norte, que se desarrollará junto a CCLA Group.

Fernando De Peña señala que "actualmente disponemos de un banco de terrenos en Chile de 550 mil m<sup>2</sup> y estamos utilizando alrededor del 37% del potencial de construcción para nuestros centros comerciales". Esto les permite también "explorar nuevos usos, como el desarrollo de vivienda multifamiliar". Agrega que su estrategia apunta a la búsqueda de "socios que posean experiencia en este tipo de activos y que sean capaces de invertir, desarrollar y operar" este tipo de iniciativas.

En el caso de Mallplaza Vespucio, recalca que prevén desarrollar tres edificios, albergando un total de 766 viviendas. Actualmente, cuentan con los permisos correspondientes para la construcción de la primera torre, por lo que "estamos esperando el momento más adecuado para iniciar la construcción".

De Peña también asegura que poseen los "permisos de edificación para la construcción de dos torres en Mallplaza Biobío, edificios que se podrían destinar a la renta de viviendas".

## Operadora alista renovación de espacios y nuevos locales para REVERTIR EFECTO de la pandemia en Los Dominicos

Una difícil tarea ha enfrentado Mallplaza en el sector oriente con la operación del centro comercial Los Dominicos. El recinto ubicado en Las Condes, inaugurado a mediados de 2017 y que involucró una inversión de unos US\$ 240 millones, no ha logrado despejar en sus ventas quedándose lejos del desempeño que presentan otros establecimientos de la cadena como Vespucio (La Florida), Oeste (Cerrillos), Norte (Huechuraba) o Trébol (Concepción).

En la zona oriente de la capital registra una fuerte competencia con Alto Las Condes (Cencosud) y Parque Arauco. De hecho, Los Dominicos quedó rezagado en cuanto a rendimiento en 2023 frente a sus rivales, al exhibir ventas por \$148.747 millones, muy atrás de los \$515.165 millones de Parque Arauco Kennedy y los \$501.285 millones de Alto Las Condes.

En este contexto, en Mallplaza reconocen que la operación de Los Dominicos se ha visto mermada en los últimos años, particularmente por los efectos de la pandemia, que impactó la curva de crecimiento que venía registrando el centro comercial desde su inauguración. Por lo tanto, la firma alista un plan de renovación de algunos espacios (que en total posee una superficie de 95.620 m<sup>2</sup> de GLA), así como también la apertura de nuevos locales.

"En el caso de Mallplaza Los Dominicos, que se vio desafiado por un contexto único como fue la pandemia y que afectó a toda la industria, estamos implementando un proyecto de transformación donde buscamos dar relevancia a la familia, la entretención e incorporar conceptos innovadores. Empezamos el año 2023 con la apertura de Centro X, un espacio de 2.600 m<sup>2</sup> habilitados para exposiciones, eventos internacionales y locales de alto nivel (...) en línea con esta transformación, ya tenemos más de 35 acuerdos con nuevos socios comerciales que iremos materializando a lo largo de 2024, y que nos permitirá terminar el año con una propuesta completamente mejorada y atractiva para clientes y marcas", dijo De Peña.

“Los activos que estamos incorporando están en muy buenas ubicaciones y nosotros vemos que son mercados con un gran potencial de crecimiento, a los cuales les podemos agregar mucho valor”.

FERNANDO DE PEÑA  
 CEO de Mallplaza

do se completen los proyectos, divulgaremos más detalles al mercado de manera oportuna", explica.

En tanto, la compra en Perú se efectuará vía una Oferta Pública de Adquisición (OPA) que lanzará Mallplaza por el 100% de Falabella Perú S.A.A. (sociedad dueña de los activos) por un valor de US\$ 589 millones. La compañía detalló que la transacción se financiará con una combinación de caja, deuda y un aumento de capital por hasta US\$ 300 millones.

De Peña precisa que emitieron la semana pasada un bono local por UF 3 millones, equivalente a unos US\$ 110 millones, destinado a

refinanciamiento e inversiones, mientras que el resto del financiamiento para la OPA será a través de caja. "Creemos que la estructura de financiamiento que estamos proponiendo es la óptima para esta transacción", afirma.

En cuanto a las dudas del mercado sobre si la deuda que tendrá Mallplaza con esta operación elevará los pasivos de su matriz Falabella, dijo que no habrá un impacto. El CEO señala que analizaron distintos escenarios con el objetivo de mantener a Mall Plaza en los rangos de apalancamiento acorde con la clasificación de riesgo. "Dada la estructura de financiamiento que estamos empujando, creemos que el endeudamiento de Mallplaza quedará en cerca de 4,0 veces, y como somos una compañía de gran capacidad de generación de flujo de caja, y vía crecimiento del Ebitda, nos será posible bajar este nivel de apalancamiento", comenta. Añade que por el momento, Falabella no tiene intenciones de concurrir al aumento de capital.

Respecto a la intención de los accionistas minoritarios de participar en el aumento de capital, De Peña indica que "han comunicado su intención de concurrir hasta el total de su

prorrata, sin embargo, estarían disponibles a disminuir ese porcentaje si es necesario para satisfacer la demanda y en beneficio de aumentar la liquidez de la compañía".

En este sentido, sostiene que "vemos que hay una oportunidad de generar valor al existir la posibilidad de mejorar la liquidez y *float* de la acción". Actualmente, el *float* de los papeles de la firma se ubican en torno a 15%.

#### Expansión en Chile

El crecimiento también proyecta añadir 125 mil m<sup>2</sup> en Chile, en sus principales recintos como Antofagasta, La Serena, Vespucio (La Florida), Oeste (Cerrillos), Norte (Huechuraba) y Trébol (Concepción), así como también en establecimientos de Iquique y Mirador Biobío.

Sobre si están analizando un posible opción de adquirir activos de Open Plaza en Chile, tal como lo harán en Perú, De Peña señala que "siempre estamos buscando oportunidades de alojar el capital eficientemente", aunque "en términos de nuevas adquisiciones, la tendencia es que se concentren más en Perú y Colombia, ya que vemos oportunidades interesantes en estos mercados y tenemos una participación de mercado menor en comparación con Chile".

Como parte de sus planes de renovación de espacios, recalcan que han efectuado un plan de reconversión de grandes tiendas del orden de 119.000 m<sup>2</sup> en los últimos cuatro años, disminuyendo en un 15% la superficie destinada a este formato. Esto se vio "acelerado" durante la pandemia por los bajos niveles de ocupación debido a las restricciones sanitarias, privilegiando "la presencia no solo de grandes marcas, sino que también de propuestas de entretenimiento, gastronomía y también de servicios públicos, los cuales son muy importantes porque traccionan flujo diario debido a la alta demanda que tienen sus servicios".

MACHERIA PEREZ

