



Mallplaza tras cerrar compraventa con Falabella: “La compañía está creciendo fuerte y consolidándose en el mercado peruano”



■ En su junta de accionistas, el gerente general, Fernando de Peña, delineó el plan estratégico de la cadena de centros comerciales.

POR MARTÍN BAEZA

En Mallplaza Norte (Huechuraba), la cadena de centros comerciales ligada al grupo Falabella llevó a cabo su junta ordinaria de accionistas.

La filial inmobiliaria fue uno de los puntos altos del *holding* durante 2023, cerrando el año con un crecimiento de un 13% en sus ingresos, que se elevaron a \$419.904 millones, y un 14% de aumento en su Ebitda, que alcanzó los \$ 322.185 millones.

El gerente general de Mallplaza, Fernando de Peña, señaló que la estrategia de crecimiento de la compañía se ordena en tres pilares: los centros urbanos ya operativos; nuevas inauguraciones como el *mall* que acaban de abrir en Cali,

Colombia; y de manera inorgánica, como con la compraventa que acaban de cerrar con su matriz, Falabella, para adquirir todos los Open Plaza de Perú.

Dicho negocio implica que Mallplaza lance una Oferta Pública de Adquisición (OPA) por US\$ 589 millones para así quedarse con todas las operaciones inmobiliarias del grupo en Perú. Falabella no concurriría al aumento de capital que se realizará para ese propósito y, de esta manera, podría avanzar en su plan de venta de activos -de hasta US\$ 1.000 millones- que está impulsando para reducir sus indicadores de deuda.

El 19 de abril, la clasificadora de riesgo Feller Rate emitió un co-

municado en el que ratificó la nota “AA+” de Plaza S.A. tras conocerse los detalles del acuerdo. “Con esta transacción se estima, debido a los efectos de consolidación de Perú, un aumento en el Ebitda del 20%, considerando las cifras al cierre del año. Además, se espera un crecimiento en su generación producto de las sinergias respectivas y eficiencias debido a la escala, entre otros factores”, dijo la entidad.

Y agregó que “se espera que los indicadores de cobertura se mantengan en los rangos acorde con su clasificación”.

Proyecciones

Tras la junta, De Peña también destacó las mejoras que la empresa

Feller Rate dijo que, con la operación en Perú, para Mallplaza “se espera un crecimiento en su generación producto de las sinergias respectivas y eficiencias”.

ha realizado en sus centros comerciales. “Hemos incorporado nuevas marcas como H&M, Ikea, Inditex (Zara), Decathlon, y también hemos ampliado muy fuerte la propuesta de restaurantes y socialización,

diseñando propuestas novedosas (...) esta compañía mejoró muchísimo su propuesta de valor, está creciendo fuerte y consolidándose en el mercado peruano a través de este M&A”, sostuvo.

En tanto, Derek Schwietzer, gerente de Finanzas, remarcó que el plan de crecimiento va aparejado con una estrategia para financiarlo y soportarlo, como por ejemplo con la colocación de un bono por UF 3 millones (unos US\$ 116 millones) que concretaron la semana pasada. “En términos de nivel de ocupación, llegamos al mayor nivel de los últimos cuatro años (...) es un crecimiento importante de cara al contexto y el mercado que vemos hoy en día”, dijo el ejecutivo.