



Turistas argentinos e inicio del año escolar impulsan al alza **ingresos de centros comerciales**

■ En el primer trimestre, sus ventas crecieron un 9% y en el sector apuntan a una consolidación de los malls en regiones.

POR LAURA GUZMÁN

En los primeros tres meses del año, los ingresos de los centros comerciales crecieron un 9% frente al mismo período de 2024, de acuerdo al indicador que elabora la Cámara Nacional de Comercio (CNC) para estudiar estos establecimientos.

Desglosado por mes, los ingresos aumentaron 9,4% en enero, 11,5% en febrero y un 6,1% en marzo. En tanto, las visitas a los centros comerciales crecieron un 5,7% en el período.

Según el análisis -que es encargado por la Cámara de Centros Co-

merciales (CCC)- tanto el aumento de los ingresos como el de las visitas fue impulsado principalmente por el mayor flujo registrado en enero y marzo, asociado a factores como la llegada de turistas argentinos y el inicio del año escolar.

“Esta buena noticia reafirma el positivo momento para los centros comerciales y para el país por la importancia del comercio para la economía nacional. La cantidad de visitas también muestra la ratificación de una tendencia al alza”, recalzó la presidenta de la CCC, Katia Trusich.

Respecto a la tasa de vacancia



promedio de los centros comerciales, el gremio explicó que durante el primer trimestre de 2025 este indicador se ubicó en 3,4%, concentrado principalmente en la Región Metropolitana, lo que podría estar influenciado por factores estacionales.

Foco en regiones

En concreto, tanto en la capital

como en regiones, el alza de los ingresos fue de 9%. Si se analiza por formato, los malls lideraron con un aumento del 9,9%, mientras que otros formatos -como strip centers, power centers y outlets- crecieron un 4,9%.

En la Región Metropolitana, los malls registraron un alza del 9,8%, mientras los otros formatos crecieron un 3,7%, el mayor aumento desde que se mide este indicador. En regiones, los malls crecieron un 10% y los otros formatos un 5,9% interanual.

Lo anterior, señaló Trusich, evidencia una “clara expansión y consolidación fuera de la Región Metropolitana”, lo que se verá reflejado en un futuro cercano con la construcción de nuevos centros comerciales en algunas regiones, “contribuyendo a la creación de empleos y materializando el aporte del sector al desarrollo económico y social del país”.

En relación a las visitas a estos establecimientos, la Región Metropolitana experimentó un crecimiento del 5,4%, mientras que las regiones mostraron un alza leve superior, alcanzando el 6%.

“Los resultados del primer trimestre de 2025 proyectan un buen año para el sector, cuyo dinamismo se ve reflejado en las distintas inversiones que se están haciendo, donde destacan cinco nuevos proyectos evaluados en US\$ 275 millones en total”, cerró Trusich.

