



Cenco Malls aumenta en 54,3% sus utilidades y reporta baja en ventas de locatarios

“En un entorno global desafiante, nuestro negocio de centros comerciales mostró resiliencia, con crecimiento en visitas en los tres países donde operamos”. Esas fueron las palabras con las que el CEO de Cenco Malls, Sebastián Bellocchio, describió el desempeño del primer trimestre de la firma parte del holding Cencosud.

La compañía reportó un aumento del

54,3% en utilidades, alcanzando los \$ 93.279 millones. Cenco Malls detalló que fue producto de “a una mejora en la valorización de los activos de la compañía, un mejor desempeño operacional y una favorable evolución del resultado no operacional del trimestre”.

Sobre su nivel operacional, Cenco Malls afirmó que durante este primer trimestre las visitas a sus centros comerciales

crecieron 5,1%, alcanzando 34,9 millones de personas. Las ventas de locatarios, sin embargo, registraron una baja de 2,6%, “explicadas principalmente por una menor actividad turística en Chile y una alta base de comparación”.

El Ebitda, por otro lado, llegó a los \$ 84.367 millones, cifra un 3,7% mayor respecto al mismo periodo en 2025.

