



Ventas de Mall Zofri caen en un 7,4% durante el primer trimestre del 2026



LOS GREMIOS DE USUARIOS ENCIENDEN LAS ALARMAS POR ALTOS COSTOS DE ARRIENDO, CIERRE DE TIENDAS Y FALTA DE PROMOCIÓN DEL RECINTO.

La administración atribuye la baja a un “efecto de comparación” tras un histórico 2025. Usuarios preocupados por cierre de módulos

Daniela Ortega Novoa
 daniela.ortega@estrellaiquique

Una disminución del 7,4% registraron las ventas de Mall Zofri durante el primer trimestre de 2026, en comparación con el mismo período del año anterior. La cifra fue dada a conocer a través del Boletín Informativo del Primer Trimestre 2026, de Zofri S.A.

Las ventas del Mall Zofri alcanzaron los 1.199 mil UF, cifra que se traduce en una contracción del -7,4% equivalente a una disminución de 96 mil UF en comparación con el primer trimestre de 2025.

El análisis del boletín señala que “esta contracción se explica principalmente por una menor de-

manda encategorías clave como tecnología y perfumería, rubros que históricamente concentran una alta participación en las ventas del recinto y que dependen en gran medida del flujo de turistas extranjeros y compradores regionales”.

Entre los antecedentes positivos con respecto al Mall Zofri, es que en el primer trimestre del presente año se vio un incremento del 0,7% en el flujo de visitantes en comparación con el primer trimestre de 2025.

GERENCIA ZOFRI

Por su parte, Maximiliano Pérez, gerente comercial de Zofri, detalló que la disminución de un 7,4% en las ventas se explica principal-

mente por un efecto de base de comparación “el año 2025 fue excepcionalmente alto, con un crecimiento de 21,6% respecto a 2024, el mayor salto registrado en los últimos cinco años. En ese contexto, las ventas de 2026 —equivalentes a 1.199 mil UF— siguen siendo superiores a las de 2022, 2023 y 2024, lo que refleja que el Mall mantiene una tendencia positiva de mediano plazo”.

Pérez, explicó que con respecto a la reducción de las ventas en tecnología y perfumería dijo “se trata de categorías de alto valor

unitario cuyo comportamiento está estrechamente vinculado al gasto de compradores regionales y turistas extranjeros. En ese sentido, la variación observada responde principalmente a un ajuste en el gasto promedio de esos segmentos más que a una disminución del interés por visitar el Mall”.

USUARIOS

En tanto desde los gremios de usuarios, plantean su preocupación con respecto a las ventas del Mall Zofri. Es el caso de Max Barrera, presidente de la Asociación Usuarios Zofri A.G. 1, quien señaló “es preocu-

“Es preocupante no solo la baja de ventas sino que también el cierre de tiendas.”
 Barrera- Ptda AUZ

96

21,6%

mil UF, fue la disminución de ventas en el primer trimestre del presente año en Mall Zofri.

fue el crecimiento de ventas en el 2025 en comparación al 2024 en Mall Zofri.

pante no solo la baja de ventas sino que también el cierre de tiendas, que hacen menos atractivo y competitivo el Mall. Si bien la baja de turistas durante este verano es un dato que explica en parte las menores ventas, creemos que ella no es la única causa, también lo es la falta y mala promoción del sistema, no teniendo explicación como se gasta el fondo de promoción que pagan mensualmente los usuarios, así como también la falta de modernización y mejoramiento de atractivos para hacer interesante

visitar dicho Centro”. Asimismo, Viviana Brontis, presidenta de la Asociación de Empresarios, dijo “con arriendos tan altos, es imposible ser competitivos dentro de Mall Zofri. Lamentablemente la concesionaria no entiende esto e insiste en renovar contrato sin siquiera analizar esta situación que hemos reclamado por años”. Además Brontis planteó discriminación “las grandes empresas manejan distinta escala de tarifa en arriendo vs los pequeños y medianos empresarios”.