LITORALPRESS

Fecha: 07-08-2025
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: Ganancias de Cenco malls caen ante mayor cargo por impuestos

Pág. : 8
Cm2: 225,5

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Ganancias de Cenco malls caen ante mayor cargo por impuestos

Desde la firma señalaron que se trata de algo estacional. Pese a ello, logró aumentar sus ventas, ante la incorporación de más superficie para arrendar a sus locatarios.

PAULINA ORTEGA

La filial de centros comerciales de Cencosud, Cenco Malls, informó este miércoles una caída en sus utilidades atribuibles a los propietarios de la controladora el primer semestre. Las ganancias de la firma cayeron casi un 4% hasta los $123.799 millones (US$133 millones).

En el segundo trimestre las ganancias totalizaron más de $63.370 millones (US$68 millones), lo que es una disminución de 6,5%. "Esta caída se debe principalmente a un mayor cargo por impuestos, que contrarresta el mejor desempeño tanto operacional como no operacional del trimestre", explicó Cenco Malls. De acuerdo a la compañía, estos cargos extras corresponden a impuestos diferidos, un efecto estacional.

Pese a la caída en las ganancias de la firma, las ventas aumentaron tanto a nivel semestral como trimestral. Entre enero y junio los ingresos subieron aproximadamente un 9% hasta los $181.252 millones (US$194 millones), mientras que entre abril y junio se incrementaron 7% hasta los $90.979 millones (US$98 millones).

Esto fue impulsado en su mayor parte por Chile, cuyos ingresos aumentaron 7,5% en el segundo trimestre. Perú se mantuvo relativamente estable con un alza de 0,3%, mientras que Colombia disminuyó sus ventas en un 2,6%.

"Este crecimiento por sobre inflación se debe a la incorporación de nuevo GLA, principalmente en Cenco Costanera, Cenco Portal la Dehesa y oficinas, sumado a un mayor ingreso variable impulsado por el desempeño de ventas de locatarios", dijo Cenco Malls al respecto.

Las ventas de locatarios subieron un 5,6% en el trimestre y casi un 8% en el acumulado de los 6 meses, totalizando $2.216.540 millones (US$2.375 millones) en lo que va del año, "destacando una mejora en el consumo, especialmente en Chile", dijo Cenco Malls.

A su vez, las visitas aumentaron marginalmente un 1,1% interanual. El CEO de Cenco Malls, Sebastián Bellocchio, apuntó a que si bien el tráfico de turistas sigue siendo fuerte, sobre todo en malls como el Costanera, Temuco y Osorno (cercanos a los cruces fronterizos, también "más gente está volviendo a los centros comerciales".

El margen ebitda de Cenco Malls cayó 103 puntos bases versus junio del año pasado.