

Ganancias de Mallplaza se disparan en el primer semestre y anuncia ingreso al mercado de los outlets

La compañía, que obtuvo ganancias 180% mayores que en el mismo lapso del año pasado, también reveló que el monto de su plan de inversiones será de US\$314,6 millones.

DAVID NOGALES

Mall Plaza reportó ganancias por \$492.058 millones en el primer semestre del año (unos US\$ 527 millones), un alza sustantiva de 180% en relación a los \$ 175.131,1 millones registrados en el mismo periodo de 2024.

La ganancia estuvo impulsada por un efecto contable asociado a la revalorización de las propiedades de inversión. Este ajuste no implica entrada de caja, pero refleja el mayor valor de mercado de los activos, especialmente tras la incorporación de los nuevos malls en Perú, explicó la firma.

En su análisis razonado, la operadora de centros comerciales controlada por Falabella reportó que los ingresos de explotación subieron en \$ 81.579 millones explicados por la consolidación de ingresos de división Perú, sumado a mayores ingresos por arriendo debido a mayores metros arrendados, mayores ventas, reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, mayores ingresos parking y mayores ingresos en MP Cali por inicio de operaciones en marzo 2024.

RESULTADOS TRIMESTRALES

En una mirada solo al segundo trimestre, Mall Plaza reportó ganancias atribuibles a los propietarios de la controladora por \$421.546,4 millones, lo que se compara positivamente con los \$120.990,8 millones del periodo abril-junio de 2024.

Los ingresos consolidados crecieron 32,9% interanual, totalizando \$160.062 millones (US\$ 171 millones), y el Ebitda se elevó 39,7%, hasta US\$137 millones, con un margen de 80%.

En términos operacionales, la compañía registró 92,8 millones de visitas, lo que representa un alza de 26,9% frente al mismo trimestre de 2024, y mantuvo un alto nivel de ocupación, alcanzando el 95,7%.

Las ventas de los socios comerciales crecieron un 24,2%, reflejando un fuerte dinamismo en la actividad dentro de los centros.

Este desempeño responde a la ejecución de una estrategia clara, mejoras en la propuesta de valor con foco en trans-



formación, expansión del portafolio y alianzas comerciales.

“Este trimestre da cuenta de la solidez de nuestra estrategia y de la capacidad de Mallplaza para seguir creciendo. Reforzamos nuestro liderazgo en la región andina con resultados sobresalientes y un portafolio de alto desempeño, mientras impulsamos inversiones selectivas que consolidan nuestra proyección de largo plazo en cada mercado”, destacó Fernando de Peña, gerente general de Mallplaza.

INGRESO A LOS OUTLETS

En el comunicado, la compañía también reveló que el monto de su plan de inversiones será de US\$314,6 millones, el cual se aplicará a su programa de ampliaciones de superficies por 86.700 m² en Chile y Perú

Entre los proyectos más relevantes destacan Mallplaza Trébol (26.100 m² de GLA adicional), Mallplaza Angamos (17.900 m²), Mallplaza Oeste (16.100 m²), Mallplaza Trujillo (7.500 m²) y Mallplaza Piura (7.200 m²), “que incorporarán nuevas marcas de alto valor y mejoras en la experiencia de visita, así como potenciar la rentabilidad por me-

tro cuadrado”.

En ese contexto, anunció su ingreso al mercado de los outlet, con proyectos en Mallplaza Biobío (Chile) y Open Plaza Atocongo (Perú).

“Ambos centros están siendo reconvertidos para incorporar importantes marcas reconocidas. En Biobío, la nueva propuesta comercial incluirá más de 50 tiendas y una oferta de entretenimiento como Cinemark, Chuck E. Cheese, Happyland, Trampoline Park y una pista de hielo, además de servicios esenciales como supermercado Tottus y Homecenter”, dijo en el documento.

En Atocongo, el foco estará en potenciar marcas como Adidas, Reebok, Skechers y Tommy Hilfiger, entre otras. Esta nueva línea complementa el modelo de centros urbanos y responde a oportunidades de mercado con operaciones más eficientes y flexibles.

Así, con una visión centrada en el largo plazo, Mallplaza continuará fortaleciendo su modelo de centros urbanos mediante decisiones de inversión estratégicas, el desarrollo de alianzas de alto valor y la incorporación de soluciones que eleven la experiencia y rentabilidad. 📌