

Cencosud crea nuevo brazo de negocios e incorporará parques automotrices en sus centros comerciales

■ “Auto City” es el nombre de la nueva marca que inscribió el brazo inmobiliario de la familia Paulmann. Comenzará a operar en Cenco Florida y Cenco Costanera.

POR MARTÍN BAEZA

“Auto City” se llama la nueva marca que fue inscrita por Cenco Malls, el brazo de centros comerciales del grupo Cencosud, y cuyo registro fue publicado el pasado viernes 16 de mayo en el Diario Oficial.

“Es un nuevo proyecto de Cenco Malls que busca incorporar parques automotrices en nuestros centros comerciales, con el objetivo de rentabilizar espacios, ampliar el mix de oferta comercial y, con esto, seguir fortaleciendo nuestra propuesta de valor, desarrollando espacios más eficientes y una experiencia cada vez más relevante para nuestros visitantes”, explicó la firma ante la consulta de **Diario Financiero**.

El conglomerado ligado a la familia Paulmann ya tiene planes concretos para la puesta en marcha de su nuevo

proyecto automotriz.

“En una primera etapa, Auto City se implementará en Cenco Florida y en Cenco Costanera donde se dispondrán en total 11.000 m2 enfocados en la venta de automóviles con las mejores marcas presentes en el país”, señalaron desde Cenco Malls. En esa línea, agregaron que el proyecto considera que, posteriormente, estos espacios también se habiliten en más centros comerciales de Chile como en el resto de los países en que la empresa tiene presencia. Cabe recordar que la firma inmobiliaria también opera malls en Colombia y Perú.

“En Cenco Malls, trabajamos continuamente para ofrecer experiencias únicas y de vanguardia a nuestros visitantes, alineándonos con las tendencias más avanzadas del mercado. En ese sentido, esta nueva propuesta permitirá a las



marcas tener presencia en un lugar privilegiado y de alta visibilidad como son nuestros centros comerciales”, agregaron desde la compañía.

Tendencia en la industria

El plan para sacar provecho a la superficie completa de los centros comerciales es una tendencia que viene desarrollándose con fuerza en esta industria durante los últimos años. Con el auge del comercio online, los malls se han enfocado en diversificar sus espacios más allá del retail tradicional y han invertido en mercados gastronómicos, zonas de entretenimiento, negocios de oficinas y otras renovaciones para ampliar sus actividades.

De hecho, en sus resultados pu-

blicados al cierre de 2024, el gerente general de Cenco Malls, Sebastián Bellocchio, detalló: “Desde inicios del 2023 a la fecha hemos sido capaces de colocar más de 34.000 m2 de GLA (superficie arrendable) provenientes

de espacios desafectados, equivalente a un área superior al GLA de Cenco Nuñoa”.

En el desglose, señaló que “dentro de estos se incluyen espacios previamente destinados a estacionamientos, oficinas, bodegas, entre otros, logrando ampliar nuestra oferta de superficie arrendable dentro de las principales ubicaciones comerciales de la compañía, satisfaciendo la demanda de nuestros locatarios y visitantes por mayores y mejores espacios”.

Asimismo, no es la única cadena de centros comerciales en habilitar parques automotrices propios: su competidora Mallplaza, del grupo Falabella, hizo lo propio con la marca Autoplaza.

11.000
M2
 SE DESTINARÁN A AUTO CITY EN UN COMIENZO