

Fecha: 15-05-2025
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera - Pulso
 Tipo: Noticia general
 Título: Los malls que más subieron sus ventas son de regiones: lideran La Serena, Viña del Mar y varios outlets

Pág. : 4
 Cm2: 749,1

Tiraje: 78.224
 Lectoría: 253.149
 Favorabilidad: No Definida

Los malls que más subieron sus ventas son de regiones: lideran La Serena, Viña del Mar y varios outlets

En el primer trimestre de 2025, cinco shopping center aumentaron sus ventas a público en más de 30%. Todos ellos se ubican en regiones y en esto influyó la avalancha de turistas argentinos. Los gigantes de la capital siguen siendo Costanera Center, Plaza Vespucio y Parque Arauco Kennedy. Este último asegura que será el mayor del país, desplazando al mall ícono de Cencosud.

VICTOR COFRÉ

El primer trimestre fue un buen período para el comercio, impulsado por una avalancha de turistas que elevaron las ventas, sobre todo en tiendas por departamento y centros comerciales.

Pero no todos crecieron de la misma manera. Los estados financieros ya divulgados por los principales operadores de centros comerciales del país -Mallplaza, Cencosud, Parque Arauco y Grupo Marina- evidencian cuáles fueron las unidades que más crecieron en términos de ventas a clientes, reportadas por sus locatarios. Y cinco centros comerciales de regiones lideraron las expansiones en el primer trimestre.

El Mallplaza La Serena fue el que más elevó sus ventas, según los cuatro reportes, con un crecimiento de 36,7%. El centro comercial -cuya superficie arrendable es de 64.380 metros cuadrados- reportó ventas por \$ 67.111 millones entre enero y marzo, versus los \$ 49.100 millones del primer cuarto de 2024. Los ingresos que recibió Plaza S.A. de sus locatarios crecieron menos: 16,5%.

A La Serena le siguió Viña del Mar, donde el grupo Marina reportó un alza de ventas de 35%, las que subieron a \$ 111.563 millones. Podría ser el mayor mall de regiones si se consideran sus 100.915 metros cuadrados. Pero el grupo Marina agrupa en esas cifras tres unidades distintas: el Mall Marina, con 60.253 metros cuadrados, incluyendo torre de oficinas, abierto en 1999; el boulevard Marina, de 10.604 metros cuadrados; y el Mall Marina Oriente, con otros 30 mil metros cuadrados, abierto en 2018.

En sus balances desagrega las tres unidades: Boulevard Mall Marina tuvo un incremento de sus ventas de 40%, Mall Marina aumentó 38% y Mall Marina Oriente creció 26%. Con



ello, Mall Marina sería en realidad el centro comercial con la mayor alza, superando a La Serena.

“El crecimiento de los ingresos se vio influenciado principalmente por el aumento de turistas extranjeros en la Región de Valparaíso”, dijo en sus balances el grupo Marina, una alianza en partes iguales entre Parque Arauco y Ripley que tiene otras posiciones en Chillán y Concepción.

La tercera variación más empinada corresponde a un centro comercial de Cencosud: Portal Osorno, que subió sus ventas un 32,9%, hasta \$ 36.107 millones. No es el mayor mall del grupo Cencosud: tiene 28.715 metros cuadrados de superficie de venta.

Otro mall en regiones del Grupo Plaza creció más de 30%: Iquique, un shopping center de 27.395 metros cuadrados. Sus ventas subieron 32,7%, hasta \$ 21.635 millones.

Desde Mallplaza explicaron así el desempeño de sus unidades en La Serena e Iquique. “En ambos casos tenemos un efecto turismo, tanto de turistas internacionales como nacionales. La Serena ha tenido una actualización importante en su propuesta de valor integral y en el caso de Iquique la apertura de HM, en agosto de 2024, marcó una diferencia importante en los flujos, contribuyendo también a la propuesta de valor del centro urbano”.

Y el quinto mall que más creció en el inicio de la temporada 2025 es Portal Temuco, también de Cencosud, con una variación de 30,8%, hasta \$ 76.294 millones. El centro comercial tiene 62.445 metros cuadrados. “Este crecimiento se vio impulsado por un mayor flujo de visitas, mejoras en la propuesta comercial y una mayor captura del gasto turístico, particularmente de visitantes argentinos en el sur del país”, dicen desde Cencosud.

sobre los desempeños de Osorno y Temuco.

Otra unidad que subió más de 30% es un activo de Parque Arauco que agrupa sus unidades outlet. Se denomina Arauco Outlet Premium y reportó un alza combinada de ventas de 34%, hasta \$ 52.569 millones. Pero aquel activo reúne cuatro posiciones y Parque Arauco detalló a **Pulso** sus alzas: los outlet Buenaventura (en Quilicura, creció aproximadamente un 41%); Coquimbo (con un crecimiento de 45%); Curauma (región de Valparaíso, con 39% de alza) y San Pedro (en la Región de Biobío, con un 10%). El salto de los tres primeros, dice la firma, estuvo “influyendo por el turismo argentino, quienes van a los outlets por sus atractivas ofertas en precio”.

LOS GIGANTES DE LA METROPOLITANA

El centro comercial con las mayores ventas de sus locatarios siguió siendo Costanera Center, que creció también un saludable 26,9%, hasta \$ 207.625 millones en el primer trimestre de 2025. En el alza influyó un aumento de su superficie bruta alquilable (GLA, por sus siglas en inglés) de 15,1% reportada: ahora registra 158 mil metros cuadrados, versus los 137 mil del período enero-marzo de 2024. “Esto se atribuye a una propuesta reforzada mediante nuevas tiendas, habilitación de espacios como la galería ex Paris y el desarrollo de proyectos gastronómicos que han fortalecido la experiencia del visitante”, dicen en Cencosud sobre Costanera Center.

El segundo actor en ventas es Plaza Vespucio, con \$ 154.707 millones, un 18,7% más que lo que compraron los clientes en ese centro comercial entre enero y marzo de 2024. Es, hasta ahora, el mayor shopping center del país, con 186.278 metros cuadrados. Pero es probable que Parque Arauco, otrora el mayor mall del país, recupere el segundo lugar.

En el primer trimestre, Parque Arauco Kennedy creció un 23,5%, apoyado por el turismo que llegó a Chile en el inicio de 2025. Sus ventas sumaron \$ 153.388 millones y reporta 119 mil metros cuadrados de Área Bruta Locataria (ABL), como informa en sus estados financieros. Esa cifra, sin embargo, crecerá: en abril, la empresa cerró la compra de Open Plaza Kennedy en US\$ 173 millones, activo que agregará 54.000 metros cuadrados de superficie arrendable y un hotel de 15.500 metros cuadrados.

Parque Arauco explica que el alza se explana por el repunte que han tenido las tiendas departamentales, con crecimientos de doble dígito en Falabella, Paris y Ripley, y el impacto del turismo. “En Parque Arauco Kennedy se ha visto un impacto relevante de turistas argentinos que han colaborado con las ventas”, dicen desde la compañía.

El grupo anticipa que, incluso, superará con ello al Costanera Center. “Con el cierre de esta transacción durante el mes de abril, Parque Arauco Kennedy se posiciona como el activo más importante del país en ventas”, dice en su último reporte a inversionistas. Aquello, sin embargo, será comprobable en los reportes del segundo trimestre, cuando consolide su nueva adquisición. ☉