

Fecha: 10-05-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
 Tipo: Noticia general
 Título: PRESIDENTE DE MALLPLAZA: "Hay hartas oportunidades en América Latina. Siempre estamos mirando"

Pág.: 15
 Cm2: 531,4

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Premio EY y El Mercurio

Empresa Destacada en criterios ASG 2025

PRESIDENTE DE MALLPLAZA: "Hay hartas oportunidades en América Latina. Siempre estamos mirando"

de la transformación digital del retail, ¿cómo pudieron sobrevivir?

"Pudimos salvar bastante bien, porque la empresa estaba sana financieramente y también tuvimos un poco de suerte, porque con la inseguridad, muchos locatarios que estaban en la calle quisieron irse al mall.

Aunque el comercio electrónico tomó parte de la demanda, al mall llegó otra que antes estaba en la calle. Y la angustia principal era que no sabíamos cuándo iba a terminar y a qué velocidad iba a volver la gente, pero el hombre es un animal social, siempre va a querer salir y encontrarse con otros".

—¿Por dónde viene hoy el crecimiento de la industria?

"Tenemos que atraer a la gente al mall, como un lugar de entretenimiento y de encuentro. Si hago una encuesta de qué le falta, lo primero que responden es cultura y áreas verdes. Tanto que en nuestro mall en Cali, Colombia, hicimos una gran plaza en el techo y pasa repleta. Lo mismo que en el Parque Vicuña en Santiago, que tiene especies nativas y diseño arquitectónico. Y ahora vamos a construir edificios".

—¿El foco para crecer está fuera, porque no le ha ido bien al último mall en Chile, en Los Dominicos?

"Esperemos a fin de año. Están arreglando, cambiando el look y el tipo de tiendas de ese mall. Los malls grandes son muy potentes, generan tal cantidad de satisfacciones, que es muy difícil competir con un mall nuevo. Es verdad que no hay espacio (en Chile), y que hay hartas oportunidades fuera, en América Latina. Siempre estamos mirando, aparecen de repente".

—¿Entonces no van a morir los malls?

"Noooo, es imposible que mueran si hay un buen mix de entretenimiento, cultura, compras, la gente va a ir.

La omnicanalidad cobró importancia con la pandemia, cuando muchos presagiaban

la caída de los centros comerciales. Hoy es parte de nuestra propuesta de valor, hemos logrado que el flujo digital aporte y traccione hacia el físico. La inteligencia artificial nos permite eficientar nuestra operación, conocer mejor a nuestros visitantes y mejorar la propuesta de valor para nuestros socios comerciales".

"Estoy desilusionado con el nivel de este debate"

—Y usted, ¿cómo se proyecta en Mallplaza, luego de 16 años como presidente?

"Hace ocho años partí en 'el 3xi', cuando mi amigo Alfredo Moreno era presidente de la CPC. Su propósito también es la cultura del encuentro, con gente de derecha y de izquierda. No es algo partidista ni pretende serlo, pero sí hablar de los temas que están en el debate público. Más de 11.000 personas han pasado desde el primero en Pirque, lo hemos hecho en Maipú, Renca, y lo voy a seguir empujando, porque puede transformarse en un movimiento potente, una tercera voz no política.

Le doy mucha importancia a lo social, porque en la medida que las empresas se preocupen de la comunidad, Chile va a ser otro país".

—¿Cuándo los empresarios empezaron a tomar conciencia de su rol social?

"De a poco, hace cinco años".

—¿Con el estallido de 2019?

"Sí. Cada día hay más conciencia del rol social que tiene la empresa. Antes estaba la cuestión social y la empresa por su lado, ha pasado el tiempo, hay muy buenas experiencias y se ha producido este acercamiento".

—¿Cómo vuelven a posicionarse como creadores de progreso frente al discurso antiempresarial?

"Está empezando a cambiar, porque todo va junto, Chile tiene hoy tremendas oportu-

nidades para crecer, de pegar un salto importante. El mundo se electrificó, se necesita cobre y litio y si falta agua podemos desalinizar".

—¿No se fue "a la cresta", como dijo hace unos años?

"El riesgo de irnos a los radicalismos ha disminuido muy fuerte, sobre todo después del rechazo al proyecto constitucional de 2022. La gente tiene claro que puede sonar muy bonito ese modelo, pero construye poco. Ahora pienso que nos va a ir mucho mejor que en el pasado, pero no tan bien como nos gustaría, llevamos apenas dos meses y ya se están oponiendo a todo".

—La confianza empresarial ha bajado y el apoyo al Gobierno, ¿quizás la gente vuelva a preferir un Estado más fuerte, más paternalista?

"La gente cree en el esfuerzo personal, lo dicen las encuestas, pero con el voto obligatorio, los que quieren soluciones a corto plazo y no encuentran, se cambian de bando. Creo en la democracia y me gustaría que funcionara bien, pero estoy desilusionado con el nivel de este debate".

—¿Ayuda que el proyecto mas importante del Gobierno baje los impuestos a las empresas, "a los ricos"?

"Pueden ponerle impuestos del 30% a las empresas y los productos van a subir de precio; el consumidor lo paga en el IVA y el capital se va a otro país. Comparto cien por ciento lo que dijo José Pablo Arrellano, lo más importante son los permisos, eliminar las trabas para invertir. Lo veo en la construcción con proyectos paralizados por años. También en la minería, tengo una mina chica en Iquique y paramos una parte por un problema de agua. ¿Sabe qué nos dijeron? Haga todo de nuevo. Y en eso llevo cinco años".



Sergio Cardone, presidente de Mallplaza.

FELIPE BAEZ