



PRENSA Y REDES SOCIALES

Reporte hito apertura nuevo espacio Mallplaza Vespucio

DICIEMBRE 2024



Objetivo estratégico:

Posicionar a Mallplaza Vespucio como el mejor centro comercial de Chile

- + Anunciar y generar flujo a partir de la apertura del nuevo sector de mix fashion y de oferta de conveniencia de Mallplaza Vespucio.
- + Dar evidencia de la estrategia de crecimiento de Mallplaza en Chile (primeros GLA inaugurados del plan a 5 años)





Estrategia de comunicaciones:

Capitalizar la visibilidad generada por el evento de apertura de la nueva zona para **instalar a Mallplaza Vespucio como el mejor centro comercial del país, generando flujo e interés en visitarlo**

Claves de la estrategia:

Vocerías con relato focalizado en la propuesta diferenciadora

Prensa antes, durante y después que de cuenta de la transformación

Generar impacto en redes sociales a través de la vocería de influencers

EL DEAL

Mallplaza muestra sus cartas y es el primero en superficie en Chile

Con una oferta comercial distintiva de su competencia, que incluye gastronomía, servicios, salud, venta de autos, club para gamers, marcas internacionales, la operadora de centros comerciales proyecta aumentar la superficie de sus malls en 125.000 metros cuadrados en los próximos cinco años.

FOR CAROLINA LATHROP

Visión y convicción de seguir creciendo y modernizando. Leyendo el entorno, entendiendo lo que busca el consumidor de todas las edades. Así Mallplaza Chile ha ido mostrando resultados positivos los últimos años, con un crecimiento en sus ingresos de 10,7%, principalmente por la mayor ocupación, reajustes de tarifas e ingresos por parking.

Uno de los hits de este año, dicen, es la ampliación de 21.600 metros cuadrados de Mall Plaza Vespucio, ubicado en la comuna de la Florida, que será inaugurado este mes y lo convertirá en el centro urbano más grande de Chile con 190.000 metros cuadrados, con una inversión de US\$ 36 millones.

Pablo Pulido gerente de la división Chile de Mallplaza lleva tres años gestionando este proyecto de modernización. Un logro que lo llena de orgullo mientras recorre y muestra los avances del mall con su oferta gastronómica para todos los presupuestos, gustos y edades. Destaca Auto Plaza (que representa un 15% de las ven-

tas de autos en Chile), el primer Game Center en nuestro país y la enorme tienda Zara, la más grande del Cono Sur, que pronto abrirá sus puertas, así como H&M y Aufbau la distribuidora de la marca Apple. Ya abrió este año la primera tienda de chocolates Lindt y la primera de NBA en 2023. "Triplicamos la oferta con más de 100 propuestas gastronómicas, versus las 50 que son el estándar de un mall, y más de 1.200 tiendas nuevas o renovadas", dice. El próximo paso es incorporar un supermercado Santa Isabel, así como un parque de 12 mil metros cuadrados.

Su idea es apostar por la diversidad y por las marcas de alto valor, junto con entregar una oferta comercial que cumpla con lo que los consumidores están pidiendo. Ofrecer un espacio donde encuentren todo en un solo lugar, puedan pasar el día completo en el mall y, en definitiva, ser relevante en el wallet share, o la porción de los gastos totales de la billetera de un consumidor. Una diferencia clave, según explica, con el modelo norteamericano que es suburbano, transaccional, con solo tiendas.

"Nuestro proyecto está pensado para las personas, con una propuesta integrada que incluye gastronomía, salud, entretenimiento y parques que conecten el centro urbano con la ciudad", dice.

La modernización del 80% de la propuesta comercial alcanzada en Plaza Vespucio, que ya cumplió más de 30 años, la espera replicar en otros centros urbanos que el grupo tiene en Chile. De hecho, para los próximos cinco años la empresa proyecta ampliar en 125.000 metros cuadrados la superficie total en nuestro país, que hoy suma 1.500.000 metros cuadrados de área arrendable (GLA).

Planes para 2025

Además de la ampliación en Vespucio, durante este año han aumentado en más de 150% la propuesta gastronómica en otros centros como Mall Plaza Tobalaba, Mall Plaza Sur y Antofagasta. "En Chile estamos enfocados en fortalecernos desde lo que tenemos, y crecer en esos activos", explica Pulido. Para el próximo año, el foco de la compañía estará centrado en

continuar la renovación de los malls mediante una transformación interior, y en la tramitación de permisos para futuras ampliaciones. En este sentido, explica que, para el Mall de los Dominicos que ya renovó más de 60 de sus marcas, los planes apuntan a ampliar la oferta de servicios de entretenimiento y gastronómicos durante el primer semestre.

Para Trébol de Concepción, se preparará su crecimiento, superficie que aún no se ha anunciado, pero que podría ser similar a la de Vespucio. Misma suerte debieron correr los de Antofagasta, La Serena, Plaza Norte en Santiago, aunque con cantidad de metros menores (se calcula que podría ser entre 2 mil a 8 mil metros cuadrados). En los años venideros entrarán otros como el Plaza Oeste, en Santiago. "Tenemos 17 centros urbanos en Chile de los cuales Vespucio, Oeste, Trébol, Norte, Antofagasta, La Serena, Egaña son los líderes con buen rendimiento y tamaño, que representan un portafolio con una ventaja competitiva y propuesta de valor que se adaptan a los múltiples segmentos y a la

diversidad. A ellos le crece". Afirma que la calidad financiera entrará a las obras y que están trabajando en el presupuesto.

Con el crecimiento de Cencosud en el Mall de los Dominicos, el grupo tiene un portafolio de centros comerciales que cubren todo el territorio nacional.

¡EN ESPECTACULAR DESFILE DE MODA! EMILIA DIDES BRILLÓ EN LA PASARELA DE MALLPLAZA VESPUCIO



Mallplaza Vespucio abrió nuevo espacio de grandes marcas



"Hoy damos la bienvenida a nuevas marcas, anheladas por nuestros visitantes, y que han preferido a este centro urbano para sorprender con sus mejores formatos, algunos de ellos incluso inéditos. Estas marcas se suman a las que ya forman parte de Mallplaza Vespucio haciendo de su propuesta la más atractiva y completa de Chile y convirtiéndolo en el centro comercial del futuro"

Felipe Pinochet, subgerente de N

★ ¡En espectacular desfile de moda! Emilia Dides brilló en la pasarela de Mallplaza Vespucio

Mallplaza Vespucio fue el epicentro de la moda y el entretenimiento, con un evento que sorprendió a todos los asistentes y visitantes del centro comercial.



En la jornada se desarrolló un desfile de moda, animado por Carola de Moras, junto con una presentación en vivo de la destacada cantante chilena Daniela Castillo, quien realizó con su música el paso por la pasarela conocidos rostros e influencers, además en emocionante al público con su música.

Emilia Dides, Miss Universo Chile, fue la encargada de cerrar el evento, siendo esta su primera pasarela de regreso al país. Además, junto con el público, realizó su característico giro de Chile.



Pedro Astorga

1.1 mill.

@pedroastorga



Publicó 2 historias

En espectacular desfile de moda, Emilia Dides brilló en la pasarela de Mallplaza Vespucio



Mallplaza Vespucio fue el epicentro de la moda y el entretenimiento, con un evento que sorprendió a todos los asistentes y visitantes del centro comercial.

En la jornada se desarrolló un desfile de moda, animado por Carola de Moras, junto con una presentación en vivo de la destacada cantante chilena Daniela Castillo, quien realizó con su música el paso por la pasarela conocidos rostros e influencers, además en emocionante al público con su música.

Viernes, 13 de diciembre de 2024 | 16:10

Mallplaza Vespucio finaliza expansión por US\$ 36 millones y alcanza el mayor área arrendable del país

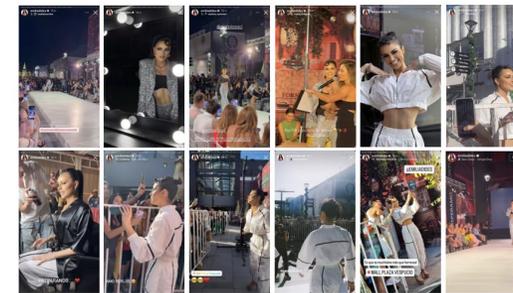
En total, se trata de un incremento de 21.600 metros cuadrados de GLA, los que se suman a los 168.000 existentes.



Emilia Dides

1.3 mill.

@emiliadides



Publicó 11 historias y 1 reel



Total publicaciones

Medios de espectáculos, de moda, tendencias y más

PRV total: \$135.676.302

54 notas de prensa



108 historias + 5 reels +
5 post/tiktok

* PRV gestión prensa Económica	\$17.014.160
* PRV gestión prensa Espectáculos, moda, tendencias	\$57.212.142
* PRV redes sociales influencers	\$61.450.000

*En ese total no se considera la gestión previa 2023/2024 realizada durante la construcción de la nueva zona y que tiene un PRV de \$66.012.136, totalizando \$201.688.438

Total publicaciones

Según medios

33 notas prensa espectáculos y tendencias

- Portal Fotech
- FM Dos Online
- Meganoticias.cl
- Chilevisión.cl
- La Cuarta
- Soy Chile
- Página 7 (varias)
- FM Dos Online
- América Retail
- Canal13 - Tu Día
- Canal 13 - Hay que Decirlo
- Periodismo Chileno
- Datos Mujer
- Gritonas
- Revista Velvet
- Publimetro
- Ar13.cl
- La Nacion.cl
- La opinión. Mi Voz
- Press Latam

18 notas prensa económica y nacional

- ValorFuturo
- Diario Financiero - Señal DF impreso
- DF.cl
- América Retail
- Meganoticias.cl
- El Mercurio Inversiones
- 24 Horas
- Puente Alto al Día
- Radio Agricultura
- Mediabanco
- AdPrensa
- Duplos.cl
- As Chile
- En Cancha
- Sabes
- Supermercado al Día

Mensajes instalados:

Desde Mallplaza (Felipe Pinochet, subgerente de Mallplaza Vespucio):

*“En este nuevo sector de Mallplaza Vespucio, damos la bienvenida a nuevas marcas, anheladas por nuestros visitantes, y que han **preferido a este centro urbano para sorprender con sus mejores formatos, algunos de ellos incluso inéditos en el cono sur.** Es una plataforma única que reúne moda, gastronomía y disfrute, posicionando a **Mallplaza Vespucio como el centro comercial del futuro y a la comuna de La Florida como un referente experiencias y marcas de alto nivel**”*

Desde terceros (Daniel Reyes, alcalde de La Florida)

*Mallplaza tiene una historia íntimamente vinculada a la comuna de La Florida. Hace 34 años que son parte de nuestra comunidad, la gente los reconoce y quiere a Mallplaza. Nuestros vecinos agradecen los espacios donde existe una gran oferta comercial pero también de gastronomía y entretención, un espacio donde finalmente se puede encontrar la familia. **Si queremos ser la mejor comuna de Chile debíamos tener el mejor mall de Chile**”*





PRENSA

DETALLE COBERTURA MEDIOS ECONÓMICOS

En semana del desfile



DICIEMBRE 2024

Gestión durante la semana del desfile

Nacional

Así es el nuevo espacio al aire libre inaugurado por centro comercial capitalino: Inversión fue de 36 millones de dólares

Por Lucas Figueroa
13 dic. 2024 - 18:04 hrs.

Compartir    

 **EL MERCURIO** *Inversiones* 

Viernes, 13 de diciembre de 2024 | 16:10

Mallplaza Vespucio finaliza expansión por US\$ 36 millones y alcanza el mayor área arrendable del país

En total, se trata de un incremento de 21.600 metros cuadrados de GLA, los que se suman a los 168.000 existentes.

"Se trata de una renovada zona al aire libre, que, con una inversión de US\$36 millones, convoca a grandes marcas, con una combinación de mix fashion, accesorios, hogar y conveniencia, entre otras categorías", dijo la firma en un comunicado. "Su principal característica es el tamaño y look & feel de sus tiendas, como el Zara más grande del cono sur, con 4.300 m2, así como un H&M de 3.200 m2, ambas en proceso de apertura", detalló.

"Mallplaza Vespucio es un ejemplo de nuestros planes de crecimiento para la operación en Chile y la región, siendo capaces de transformar activos en propuestas únicas, de alto nivel y que se convierten en plataformas atractivas no solo en Chile, sino en la Región Andina", dijo Felipe Pinochet, subgerente de Mallplaza Vespucio.

SEÑAL DF
SINOPSIS FINANCIERA

SABADO 14 DE DICIEMBRE DE 2024 11

EL DEAL

Mallplaza muestra sus cartas y es el primero en superficie en Chile

Con una oferta comercial distintiva de su competencia, que incluye gastronomía, servicios, salud, venta de autos, club para gamers, marcas internacionales, la operadora de centros comerciales proyecta aumentar la superficie de sus malls en 125.000 metros cuadrados en los próximos cinco años.

POR CAROLINA LATHROP

Visión y convicción de seguir creciendo y modernizando. Leyendo el entorno, entendiendo lo que busca el consumidor de todas las edades. Así Mallplaza Chile ha ido mostrando resultados positivos los últimos años, con un crecimiento en sus ingresos de 10,7%, principalmente por la mayor ocupación, reajustes de tarifas e ingresos por parking.

Uno de los hitos de este año, dicen, es la ampliación de 21.600 metros cuadrados de Mall Plaza Vespucio, ubicado en la comuna de la Florida, que será inaugurado este mes y que lo convertirá en el centro urbano más grande de Chile con 190.000 metros cuadrados, con una inversión de US\$ 36 millones.

Pablo Pulido gerente de la división Chile de Mallplaza lleva tres años gestionando este proyecto de modernización. Un logro que lo llena de orgullo mientras recorre y muestra los avances del mall con su oferta gastronómica para todos los presupuestos, gustos y edades. Destaca Auto Plaza (que representa un 15% de las ven-

tas de autos en Chile), el primer Game Center en nuestro país y la enorme tienda Zara, la más grande del Cono Sur, que pronto abrirá sus puertas, así como H&M y Aufbau la distribuidora de la marca Apple. Ya abrió este año la primera tienda de chocolates Lindt y la primera de NBA en 2023. "Triplizamos la oferta con más de 100 propuestas gastronómicas, versus las 50 que son el estándar de un mall, y más de 1.200 tiendas nuevas o renovadas", dice. El próximo paso es incorporar un supermercado Santa Isabel, así como un parque de 12 mil metros cuadrados.

Su idea es apostar por la diversidad y por las marcas de alto valor, junto con entregar una oferta comercial que cumpla con lo que los consumidores están pidiendo. Ofrecer un espacio donde encuentren todo en un solo lugar, puedan pasar el día completo en el mall y, en definitiva, ser relevante en el wallet share, o la porción de los gastos totales de la billetera de un consumidor. Una diferencia clave, según explica, con el modelo norteamericano que es suburbano, transaccional, con solo tiendas.

"Nuestro proyecto está pensado para las personas, con una propuesta integrada que incluye gastronomía, salud, entretenimiento y parques que conecten el centro urbano con la ciudad", dice. La modernización del 80% de la propuesta comercial alcanzada en Plaza Vespucio, que ya cumplió más de 30 años, la espera replicar en otros centros urbanos que el grupo tiene en Chile. De hecho, para los próximos cinco años la empresa proyecta ampliar en 125.000 metros cuadrados la superficie total en nuestro país, que hoy suma 1.500.000 metros cuadrados de área arrendable (GLA).

Además de la ampliación en Vespucio, durante este año han aumentado en más de 150% la propuesta gastronómica en otros centros como Mall Plaza Tobalaba, Mall Plaza Sur y Antofagasta. "En Chile estamos enfocados en fortalecernos desde lo que tenemos, y crecer en esos activos", explica Pulido.

Para el próximo año, el foco de la compañía estará centrado en

continuar la renovación de los malls mediante una transformación interior, y en la tramitación de permisos para futuras ampliaciones. En este sentido, explica que, para el Mall de los Dominicos que ya renovó más de 60 de sus marcas, los planes apuntan a ampliar la oferta de servicios de entretenimiento y gastronómicos durante el primer semestre. Para Trébol de Concepción, superficie que aún no se ha anunciado, pero que podría ser similar a la de Vespucio. Mismo suerte debieron correr los de Antofagasta, La Serena, Plaza Norte en Santiago, aunque con cantidad de metros menores (se calcula que podría ser entre 2 mil a 8 mil metros cuadrados). En los años venideros entrarán otros como el Plaza Oeste, en Santiago.

"Tenemos 17 centros urbanos en Chile de los cuales Vespucio, Oeste, Trébol, Norte, Antofagasta, La Serena, Egipcia son los líderes con buen rendimiento y tamaño, que representan un portafolio con una ventaja competitiva y propuesta de valor que se adaptan a los múltiples segmentos y a la

diversidad en nuestros clientes. A ellos vamos a renovar y hacerlos crecer", dice Pulido. Afirma que la mayoría está en calidad de anteproyectos, viables financieramente y comercialmente, para entrar a la fase de permisos y de ahí a las obras. Para algunos de regiones están trabajando en los Estudios de Impacto Ambiental, aunque no puede especificar cuáles. Con estos planes en mente señalan que superó a su competencia, Cenco Malls, en particular Costanera Center, aunque para Pablo Pulido, la competencia real está en otros lugares como las plataformas digitales o el marketplace chinos.

Respecto del proyecto multifamily que era construir 776 viviendas en tres torres en La Florida y para las que ya cuentan con el permiso de construcción de una torre, Pablo Pulido explica que el proyecto está suspendido por el momento dadas las altas tasas de interés e inflación. "Para el negocio del multifamily vamos a esperar para que tenga factibilidad financiera. Podría tener un despegue importante en los próximos tres años por la caída que se viene en las tasas".



Total publicaciones

Medios económicos

18 notas



- En Cancha
- Sabes
- Diario Financiero - Señal DF impreso
- DF.cl
- América Retail
- Meganoticias.cl
- Supermercado al Día
- 24 Horas
- Puente Alto al Día
- Mediabanco
- AdPrensa
- Radio Agricultura
- Duplos.cl
- ValorFuturo
- El Mercurio Inversiones
- América Retail
- América Retail
- As Chile

PRV: \$17.014.160



PRENSA

DETALLE COBERTURA MEDIOS ESPECTÁCULOS Y TENDENCIAS

DICIEMBRE 2024



Total publicaciones

Medios de espectáculos, de moda, tendencias y más

33 notas



MODA

En espectacular desfile de moda, Emilia Dides brilló en la pasarela de Mallplaza Vespucio



LarrainVial



POR EQUIPO VELVET | 16 DICIEMBRE 2024



Mallplaza Vespucio fue el epicentro de la moda y el entretenimiento, con un evento que sorprendió a todos los asistentes y visitantes del centro comercial.

En la jornada se desarrolló un desfile de moda, animado por **Carola de Moras**, junto con una presentación en vivo de la destacada cantante chilena **Daniela Castillo**, quien realizó con su música el paso por la pasarela conocidos rostros e influencers, además en emocionar al público con su música.



- Portal Fotech
- FM Dos Online
- Meganoticias.cl
- Periodismo Chileno
- La Cuarta
- Soy Chile
- Página 7
- FM Dos Online
- América Retail
- Datos Mujer
- Gritonas
- Chilevisión Programa
- Canal13 - Tu Día
- Canal 13 - Hay que Decirlo
- Revista Velvet
- Chilevisión.cl
- Página 7
- Publimetro
- Chilevisión.cl
- Ar13.cl
- La Nacion.cl
- Soy Chile
- La opinión. Mi Voz
- Portal Fotech
- Press Latam
- Chilevisión Primer Plano

PRV: \$57.212.142

¡EN ESPECTACULAR DESFILE DE MODA! EMILIA DIDES BRILLÓ EN LA PASARELA DE MALLPLAZA VESPUCIO

diciembre 16, 2024



¡EN ESPECTACULAR DESFILE DE MODA! EMILIA DIDES BRILLÓ EN LA PASARELA DE MALLPLAZA VESPUCIO

Por Editor Banco de Noticias - December 16, 2024

20



El conocido kayakista y chico reality, Pedro Astorga sacó aplausos la noche del jueves 12 de diciembre, tras participar como modelo en un desfile animado en el Nuevo Mall Plaza Vespucio.



★ ¡En espectacular desfile de moda! Emilia Dides brilló en la pasarela de Mallplaza Vespucio

Mallplaza Vespucio fue el epicentro de la moda y el entretenimiento, con un evento que sorprendió a todos los asistentes y visitantes del centro comercial.



En la jornada se desarrolló un desfile de moda, animado por Carola de Moras, junto con una presentación en vivo de la destacada cantante chilena Daniela Castillo, quien realizó con su música el paso por la pasarela conocidos rostros e influenciadores, además en emocionar al público con su música.

Emilia Dides, Miss Universo Chile, fue la encargada de cerrar el evento, siendo esta su primera pasarela de regreso al país. Además, junto con el público, realizó su característico grito



«Es súper emocionante»: Emilia Dides reacciona a la posibilidad de llegar a Viña 2025

Por Diego Fuentes y Daniela Chávez - domingo 15 de diciembre de 2024 en Entrevistas, Festival de Viña del Mar



Entretenimiento

Pedro Astorga sorprendió al debutar como modelo: “¡No sé nada de esto! Qué vergüenza”

El deportista enfrentó la pasarela por primera vez en el evento de un conocido centro comercial.

como modelos en el desfile de modas de Mallplaza Vespucio, donde presentaron la esperada colección de verano de sus nuevas tiendas. Ambos compartieron su entusiasmo y nerviosismo antes de saltar a la pasarela, marcando un hito en sus carreras.

“Es la primera vez que modelo, así que espero no caerme ni equivocarme. Estoy muy emocionada de poder hacerlo junto a Nico y disfrutar de esta experiencia”, afirmó La Guarán. Por su parte, Nicolás Solabrrieta también expresó su alegría por ser parte de este evento, aunque admitió que modelar es un terreno desconocido para él.





PRENSA

COBERTURA REDES SOCIALES

DICIEMBRE 2024



Redes sociales

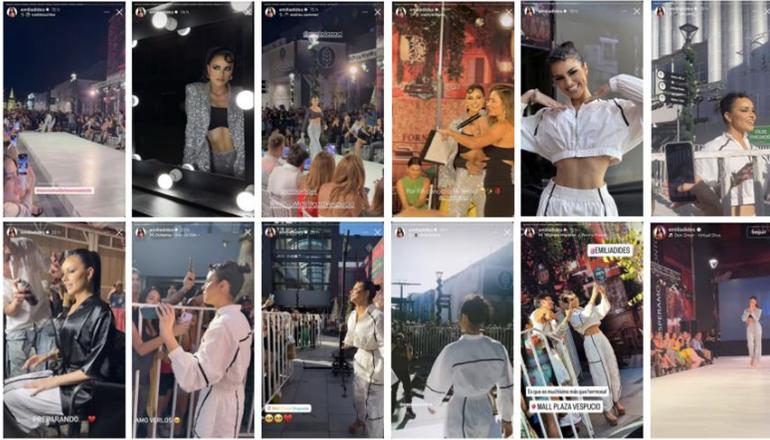


Emilia Dides



1.3 mill.

@emiliadides



Publicó 11 historias y 1 reel

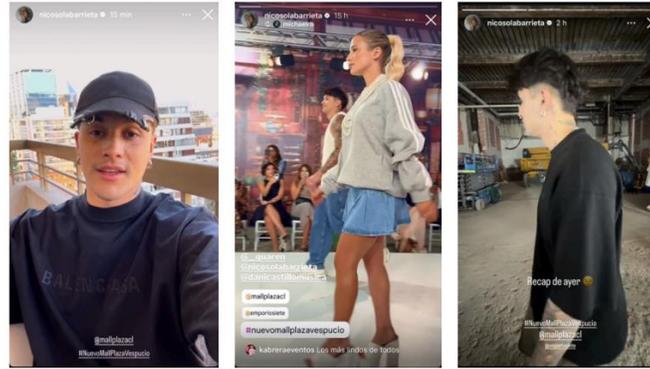


Nicolás Solabarrieta



535 mil

@nicosolabarrieta



Publicó 3 historias

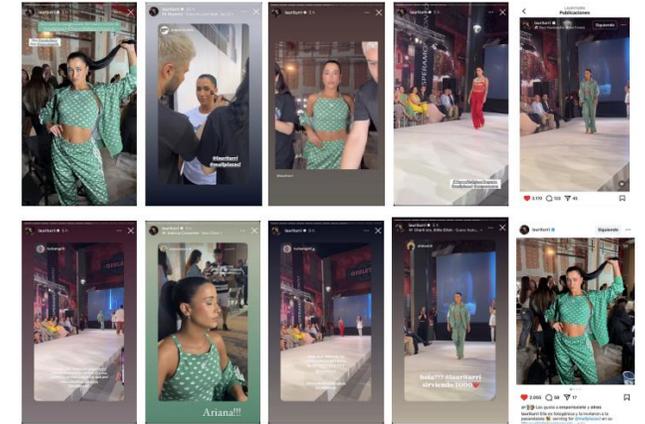


Laura Iturrieta



59.1 mil

@lauriturri



Publicó 8 historias, 1 reel y 1 post



Valentina Torres



466 mil

@_guaren



Publicó 6 historias



Pedro Astorga



1.1 mill.

@pedroastorga



Publicó 2 historias

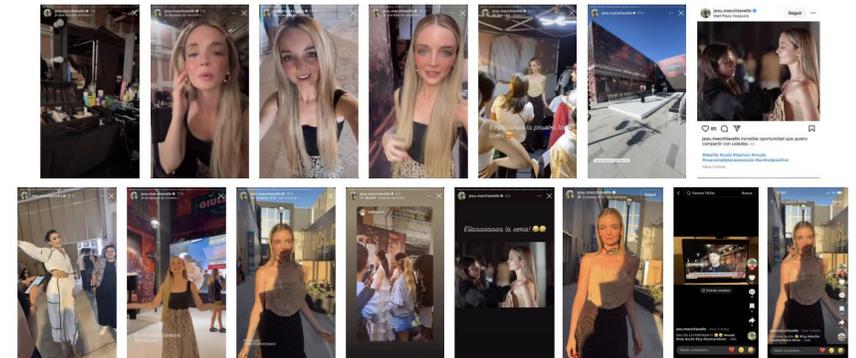


María Jesús Macchiavello



7760mil / 22,5mil tiktok

@jesu.mcchiavello



Publicó 11 historias, 1 post, 1 reel, 2 tiktoks



Daniela Castillo

912 mil

@danicastillomusica



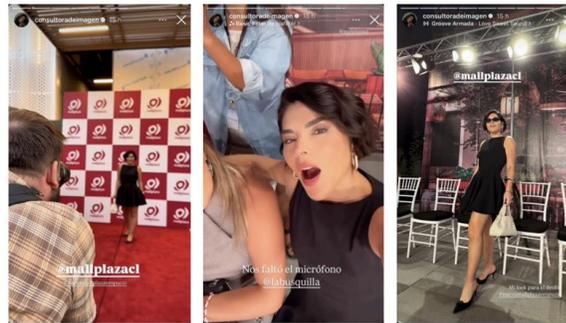
Publicó 6 historias



Isis Miralles

631 mil

@consultoradeimagen



Publicó 3 historias



Trinidad de la Noi

265 mil

@trinidaddelanoi



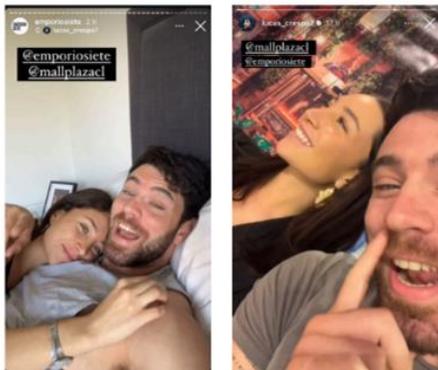
Publicó 2 historias



Lucas Crespo

655 mil

@lucas_crespo7



Publicó 2 historias



Lorena Parra

255 mil

@lorena_parra_lagomarsino



Publicó 7 historias



Camila Woldarsky

348 mil

@labusquilla



Publicó 3 historias



Dani Peirano



83.9 mil

@danipeirano



Publicó 7 historias

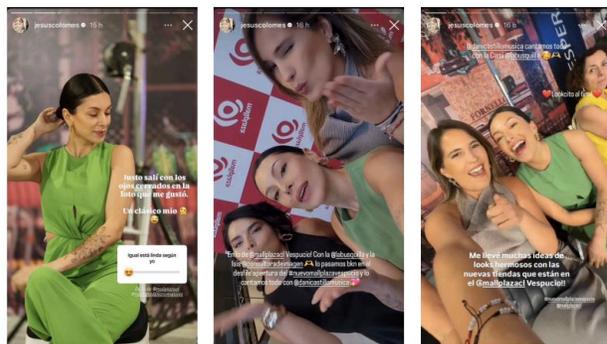


Jesús Colomés



50.5 mil

@jesuscolomes



Publicó 3 historias



Javiera Mieres



123 mil

@turbangirl



Publicó 6 historias



Maite Phillips



135 mil

@maitephillips



Publicó 2 historias

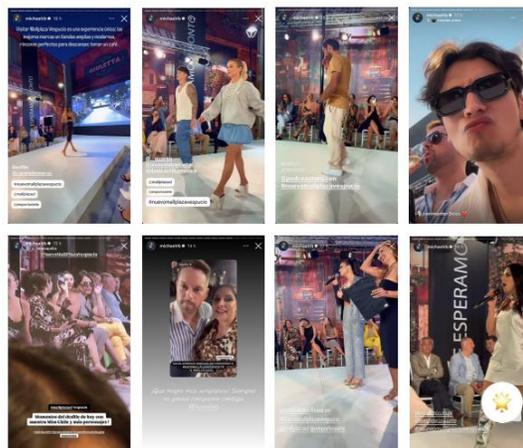


Michael Roldán



167 mil

@michaelrb



Publicó 8 historias

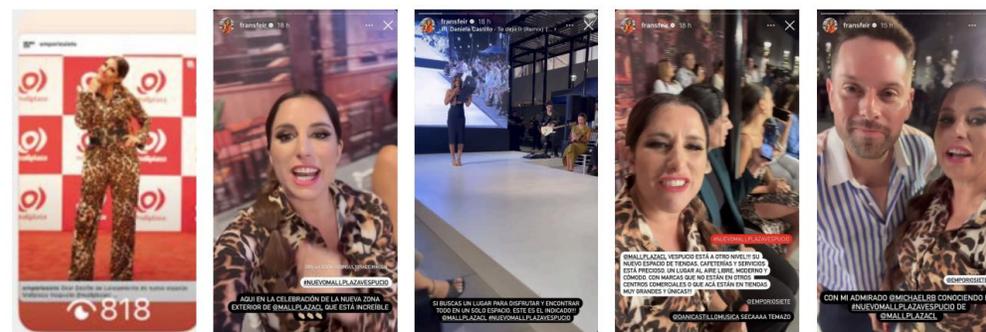


Francisca Sfeir



246 mil

@fransfeir

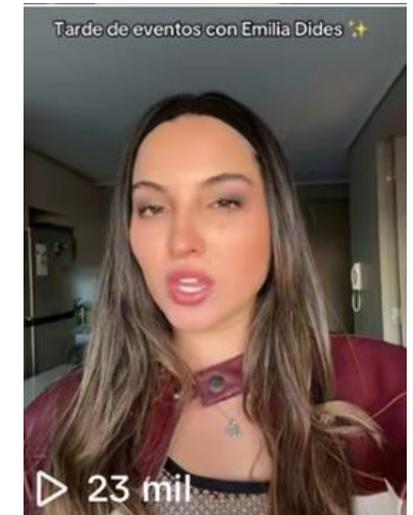


Publicó 5 historias

Otros: Redes sociales

A modo de cobertura, se invitó a Natalia Blaschke y Matías Sammer como prensa/influencer para subir historias a Instagram y un TikTok resumen a sus cuentas personales.

PRV RRSS: \$61.450.000





PRENSA

ANTERIOR COBERTURA MEDIOS ECONÓMICOS

2023/2024

DICIEMBRE 2024



Desde noviembre de 2023 se ha impulsado una gestión constante con el fin de dar a conocer la inversión realizada por Mallplaza en su primer y más importante Centro Urbano, Mallplaza Vespucio.

Tras una primera nota de anuncio, de manera constante se han vinculado hitos tales como los reportes de estados financieros y la compra de otros activos en la región, y el lanzamiento de la OPA, para destacar que uno de los íconos del plan de crecimiento en Chile es justamente la ampliación, renovación y transformación de Mallplaza Vespucio y en consecuencia Lifestyle. Así mismo la apertura de la nueva zona tiene un espacio relevante en la gestión de todas las notas corporativas del año.

Ya en el segundo semestre de 2024 se instala con mayor detalle el valor de la propuesta de la nueva zona.

Este reporte SOLO considera las notas gestionadas con contenido exclusivo de Lifestyle y Mallplaza Vespucio

ECONOMÍA | Miércoles 21 de noviembre de 2023 | Los Últimos Noticias

UP 26.520,11 | Dólar Informal Compra 885,00 | Índice 889,00 | Euro Informal Compra 855,00 | Índice 374,00 | UTM 63,900 | IPC Oct. 0,4% | TIP 27.896,35

Se suman al proyecto unas 20 tiendas con tiendas de gran formato

Mallplaza Vespucio crece: tendrá espacio urbano al aire libre

Con una inversión 36 millones de dólares sumarán 24 tiendas, gastronomía y un parque

La inauguración de la zona Lifestyle será el último trimestre de 2024; ya comenzaron los trabajos en el acceso principal.

¿Qué tiendas van a llegar?

¿Fendrá conexión directa a la Estación Bellavista?

El PIB vuelve al alza en el tercer trimestre

SANTIAGO DE CHILE, SABADO 10 DE NOVIEMBRE DE 2023

LA FIRMA INCORPORARÁ MÁS DE 10.000 M² ARRENDABLES EN LOCALES

Mallplaza reconvierte espacios en Vespucio e invierte US\$ 100 millones

La compañía se encuentra desarrollando una transformación en su primer mall comercial, inaugurado en 1990. Considera para los próximos años nuevos desarrollos para su propuesta de retail y un proyecto residencial con más de 700 departamentos.

8 DE NOVIEMBRE DE 2023



“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

PABLO PULIDO
CEO DE MALLPLAZA

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

Mallplaza Vespucio suma a H&M y la mayor tienda Zara en el cono sur

A semanas de la inauguración de la ampliación del centro comercial, la firma dio un gran salto y ya cuenta con acuerdos con el 100% de las marcas que ingresarán al centro comercial.

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”



DAVID ALARCÓN

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

MALLPLAZA SUMA 21.600 M² DE SUPERFICIE DESTINADA A NUEVAS TIENDAS DE RETAIL EN VESPUICIO

La operadora Mallplaza tiene previsto sumar 21.600 m² en superficie destinada para nuevas tiendas de retail en su centro comercial icono de Vespucio. Esto, en medio de los planes de la compañía para incorporar activos inmobiliarios de Falabella en Perú.

La cadena indicó que prevé realizar una inversión de US\$ 36 millones para la construcción de la “nueva zona Lifestyle”, espacio que contará con marcas “fast-fashion internacionales”. La idea forma parte del Plan Maestro de Mallplaza Vespucio.

“Hay y tenemos el 70% de los acuerdos comerciales cerrados con las marcas internacionales que ingresarán, lo que demuestra el alto interés que tiene Mallplaza Vespucio, ya sea por su ubicación estratégica, como por su potente oferta comercial, gastronómica y por su alto flujo de visitantes”, señaló Pablo Pulido, gerente de División Chile de Mallplaza.

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

Plaza Vespucio supera en ventas a Parque Arauco Kennedy

El centro comercial del grupo Plaza sobrepasó en el primer trimestre en volumen de negocios, para sus locatarios y sus dueños, al mall del holding de la familia Said. Y este año se convertirá en el mayor shopping del país, con 190 mil metros cuadrados. Parque Arauco vende más por metro cuadrado, eso sí. El líder en ventas totales sigue siendo Costanera Center.

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”



EL PESO DE CADA MALL

Centro Comercial	Ventas (en millones de dólares)	Var (%)
Costanera Center	166,4	13,3%
Mallplaza Vespucio	132,3	13,3%
Parque Arauco Kennedy	126,5	7,1%
Mallplaza Trebol	122,6	6,8%
Centro Abto Las Condes	120,5	5,1%
Mallplaza Oeste	120,0	3,1%
Mallplaza Norte	83,8	0,9%
Mallplaza España	71,8	6,5%
Centro Florida	68,3	5,0%
Mallplaza Antofagasta	66,1	1,0%

FUENTE: ESTADÍSTICAS DE VENTAS

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

Mall Plaza Vespucio inaugurará nueva ampliación orientada al lifestyle en 2024

El nuevo espacio "Lifestyle" considera una construcción de 21.600 metros cuadrados y estará disponible a finales del próximo año.

José Manuel Villar | 28 de noviembre de 2023 | 2 min de lectura



“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

Forbes

Mallplaza invertirá 36 millones de dólares en la ampliación de su nueva zona "Lifestyle" en Vespucio

Forbes Staff | noviembre 27, 2023 @ 1:11:36 pm



“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque comercial y un proyecto residencial, además de un proyecto multifamiliar”

Notas gestionadas 2023/2024

19 notas

- El Mercurio
- El Mercurio Inversiones
- Diario Financiero
- Pulso
- Forbes
- América Retail
- Valor Futuro
- Las Últimas Noticias
- The Clinic
- Radio ADN
- Radio Infinita
- Meganoticias.cl
- En Cancha
- Chócale

*se refieren a la gestión exclusiva y contienen lifestyle en el su titular/bajada



LA FIRMA INCORPORARÁ MÁS DE 10.000 M² ARRENDABLES EN LOCALES

Mallplaza reconvierte espacios en Vespucio e invierte US\$ 100 millones

La compañía se encuentra desarrollando una transformación en su primer mall ícono, inaugurado en 1990. Considera para los próximos años nuevos desarrollos para su propuesta de retail y un proyecto residencial con más de 700 departamentos.

RICARDO RIVERA

Mallplaza está llevando a cabo una transformación de sus centros comerciales en Vespucio, ubicado en la comuna de La Florida, tras ejecutar una millonaria inversión.

La compañía viene desarrollando un fuerte plan de inversiones de 2,7 millones de U\$ (unos US\$ 107 millones) contemplado para el periodo 2022-2024 para su primer mall ícono, inaugurado en 1990, que cuenta con unos 174.000 m² de área bruta arrendable (G.A., según su sigla en inglés).

Esto, en medio de la expectativa del mercado en relación a que se controlador, el Grupo Falabella, podría evaluar una posible venta de un 20% de su participación (posee un 59,28% de la propiedad) para recibir recursos con miras a financiar nuevos planes de apalancamiento y no perder el grado de inversión.

La operadora de centros comerciales puso en marcha esta estrategia, en línea con su foco de negocios sus acciones "Tier 1" o "reignitas", señaló Pablo Faldut, gerente de la División Chile en Mallplaza. Detalló que la compañía posee 10 centros Tier 1 entre Chile y la región que representan más del 60% del Ebitda de la empresa, donde Vespucio lidera en la categoría. De esta marca, Faldut afir-



“El master plan que tenemos considera realizar una ampliación de retail, un parque exterior hacia Vicuña Mackenna, además de un proyecto multifamily”.

PABLO FALDUT
Directivo de Activos Reales de Mallplaza

afirmó que han permitido reconstruir espacios para tiendas de retail y locales comerciales. “Estamos habilitando aproximadamente unos 30000 m² de cara al cliente”, afirmó. Esto, considerando un patio de cerveza, así como también un nuevo formato gastronómico “Mercado del 14” y la remodelación de Antipiza, dijo el gerente. “Queremos ser la zona gastronómica del postente de Santiago”, añadió.

A su anterior asumió que también incorporaron la ampliación de los salones de cine, adicionando la sala IMAX. A su vez, se agregan los más de 19.000 m² en propuestas de retail, con más de 87 locales como Bath and Body Works, Decathlon, Minsu, The Line, Fraycho Biológico, entre otros, así como también la renovación de la superficie en más de 160 tiendas.

Estas iniciativas han impulsado

24 millones de visitas, un alza anual de 50% frente al 2021.

Nuevos espacios
Pablo sostuvo que las inversiones realizadas en los últimos

LEVE AUMENTO:

Ingevec logra utilidades y avanza en renta residencial

La firma comenzó el arriendo del primer proyecto en La Florida.

BARRO CORTIÑEZ

Ingevec informó ayer que registró utilidades por 58.096 millones, un leve aumento de 0,4% anual. Sus ingresos, en tanto, llegaron a \$211.598 millones en igual lapso, con un incremento de 1,6% en 12 meses.

El segmento Ingeniería y construcción de la compañía reportó al tercer trimestre una utilidad de \$4.163 millones, 93,2% más que en el mismo periodo del año pasado. El gerente general de Ingeniería, Rodrigo González, señaló que “los resultados a septiembre muestran que el rubro comienza a estabilizar sus precios, especialmente en Ingeniería y construcción, donde hemos tenido un aumento en la actividad, sumado a un mayor margen bruto, relacionado a la estabilización de los costos”.

En el segmento inmobiliario, la firma observó una utilidad de \$3.342 millones a septiembre de 2023, una recesión de 30% anual.

La empresa inició en el último periodo el arrendamiento del primer proyecto de renta residencial, ubicado en la comuna de La Florida. La firma está participando del Fondo de Inversión Desarrollo para Renta Residencial Larraín-Vial-Ingevec, que desarrollará siete iniciativas en las comunas de Santiago, Navolvo y La Florida, los cuales serán operados por Asset Plan.

PRV: \$66.012.136

Mensajes instalados

La zona inaugurada en Mallplaza Vespucio transformará a este centro urbano en el más grande de Chile en términos de GLA. Forma parte del Plan Maestro de reconversión de este centro urbano, con el cual se busca atraer al consumidor de la zona suroriente, además de darle un nuevo diseño a la zona exterior con una potente incorporación de 21.600 m² adicionales y un mejorado Look & Feel de comercio al aire libre con fachadas únicas y mejoramiento del racetrack del centro comercial.

En Mallplaza Vespucio hemos materializado una transformación que redefine el concepto de centros urbanos, posicionándolo como un referente de innovación en la región andina. Este espacio se ha convertido en un atractivo inigualable para marcas de renombre internacional que, por primera vez, llegan a Chile, fortaleciendo así su propuesta de valor. Mallplaza Vespucio no sólo ejemplifica la visión de transformación que guía a Mallplaza, sino también nuestra forma distintiva de hacer las cosas: integrando sostenibilidad, diseño urbano, y experiencias únicas. Este centro urbano del futuro representa el compromiso de la compañía con el desarrollo de un portafolio de excelencia en la región andina.

Se trata de una potente propuesta mix fashion y oferta de conveniencia, orientados a captar los grandes flujos que generan las dos estaciones de Metro cercanas. Para ello, **recibiremos a marcas estratégicas y de alto valor que prefirieron la plataforma de Mallplaza para DEBUTAR en Chile con formato de tiendas tipo flagship, es decir, espacios más grandes, con nuevas experiencias de visita y el mejor stock de su propuesta/productos.**



PRV Total Nueva Zona Mallplaza Vespucio

Gestiones en torno al desfile

- PRV gestión Espectáculos, moda, tendencias: \$56.612.142
- PRV gestión Económicos: \$17.014.160
- PRV redes sociales: \$61.450.000

= \$135.076.302

Gestiones 2023/2024

- PRV: \$66.012.136

Total: \$201.088.438



PRENSA Y REDES SOCIALES

Reporte desfile Mallplaza Vespucio



DICIEMBRE 2024