



PAULINA ORTEGA

Espacio Urbano, la empresa de centros comerciales de Confuturo, compañía de seguros de propiedad de la Cámara Chilena de la Construcción, está impulsando una reconversión y readecuación de la superficie de sus malls. De los 13 centros comerciales que opera actualmente, dos remodelaciones ya fueron inauguradas y otras tres están en proceso de construcción o de recepción municipal de las obras.

“Lo que hemos ido haciendo de acuerdo a nuestra propuesta de valor es redefinir cada uno de nuestros centros comerciales. Generalmente es una readecuación de metros cuadrados, pero en algunos casos significa una ampliación del mismo centro comercial. No estamos creciendo en terrenos nuevos de construcción, sino que estamos potenciando cada uno de nuestros centros comerciales actuales”, detalla el gerente comercial de la empresa, Felipe Recabal.

Espacio Urbano cuenta con 350 mil metros cuadrados totales en los 13 centros comerciales que opera actualmente: siete en la Región Metropolitana, dos en Valparaíso y los otros distribuidos en Antofagasta, el Maule, Magallanes y O'Higgins. La firma estima que es el cuarto actor con mayor superficie en el mercado.

En este momento está en proceso de remodelar su sucursal de Viña del Mar, Espacio 15 Norte, el que corresponde a uno de los proyectos más grandes de la compañía. Se trata de la reconversión de 90 mil metros cuadrados, de 124 mil metros cuadrados totales, lo que significó una inversión de casi US\$51 millones.

Esta readecuación del centro comercial en Viña del Mar comenzó en 2023, tras las negociaciones que se terminaron de firmar en 2022, cerrando un acuerdo con Falabella para poder contar con la presencia de esa multitienda de retail.

Esto último, Recabal lo califica como “un hito importante en la Quinta Región, porque por primera vez la tienda Falabella va a estar dentro de un centro comercial”. La marca de retail tendrá una tienda de 9.000 metros cuadrados distribuidos en tres pisos en el Espacio 15 Norte. Será la segunda sucursal que Falabella tiene en Viña del Mar.

“Adicionalmente, ya estamos incorporando marcas que no teníamos en la cadena de Espacio Urbano, como la tienda deportiva Marathon, que es un operador importante, y la librería Antártica”, cuenta Recabal.

El área remodelada aún no ha sido inaugurada. Una parte ya ha recibido recepción municipal, con lo que varias marcas ya se encuentran habilitando sus tiendas en las instalaciones. Espacio Urbano aún está a la espera de la segunda recepción de la superficie readecuada, donde está incluida Falabella. Se estima que estará abierto en su total capacidad para diciembre.

Además de este, espera la recepción de obras de otra remodelación en su centro comercial Las Rejas, en Estación Central. Con una inversión de US\$6,7 millones, Espacio Urbano modernizó 5.000 metros cuadrados,



La apuesta de Espacio Urbano por la transformación y ampliación de sus malls

La compañía ya realizó readecuaciones en Antofagasta, Magallanes, Viña del Mar y Estación Central, en los últimos dos aún a la espera de la recepción final de obras por parte de los respectivos municipios. Ahora impulsará una ampliación de su centro comercial La Laguna, en Chicureo, con una inversión de US\$24 millones. Opera 13 malls en el país, con lo que estima que es el cuarto actor con mayor superficie en el mercado.

En los planes de la cadena ahora ligada a la Cámara Chilena de la Construcción, cuyos activos antes pertenecían a Walmart, no está potenciar el desarrollo de nuevos malls, pero sí impulsar la transformación de los que opera en la actualidad, lo que vienen haciendo desde 2016.

Ahora, en carpeta, tiene la ampliación de La Laguna, un centro comercial ubicado en la comuna de Colina (Chicureo), en la Región Metropolitana. Con una inversión de US\$24 millones, esperan incrementar la superficie arrendable en 13.000 metros cuadrados aproximadamente. Ya cuentan con todos los permisos para iniciar obras y partirán este año. Prevén que estará lista durante el primer semestre de 2027.

Este será el quinto proyecto de estas características para Espacio Urbano. Antes de Viña del Mar y Estación Central, fue Punta Arenas, donde se readecuaron zonas, pero

se sumaron también 5.000 metros cuadrados arrendables.

Y el primero fue el de Antofagasta, con 17 mil metros cuadrados que se sumaron como superficie arrendable, que significó una inversión de 1 millón de UF.

EL DESEMPEÑO DE LOS MALLS

Felipe Recabal destaca el desempeño del mall de Antofagasta: “Se trata de uno de los centros comerciales donde pudimos poner en práctica nuestra propuesta de valor desde el inicio a fin. Nos otorgó un resultado extraordinario. Tenemos marcas que en la compañía no teníamos. Como Puma, como Maui. Eso nos ha permitido tener una credibilidad dentro de la industria muy significativa que, a su vez, nos ha permitido poder desarrollar los demás proyectos”, dice.

Detalla que es uno de los centros comerciales que genera mayores ingresos para la com-

pañía, puesto que también es el más grande en superficie. Adicionalmente, esperan que una vez que Viña del Mar esté funcionando en su total capacidad, también sea uno de los más importantes en la facturación.

En 2024, los malls de Espacio Urbano lograron aumentar el flujo de visitas en un 8% versus el 2023, asegura Recabal. En tanto, las ventas de los locatarios tuvieron un crecimiento de 3%. En algunos casos se explica por el turismo de compras de los argentinos. “Tenemos centros comerciales que geográficamente están ubicados bastante cercanos (a los pasos fronterizos) y hemos tenido buenos resultados con respecto a las visitas de los vecinos argentinos. Es el caso de Los Andes, Punta Arenas y Viña del Mar”, señala el gerente comercial.

Para este 2025 esperan aumentar en un 10% el flujo de visitantes y en un 4% real en UF las ventas. ●