

1

El ícono de Isidora 3.000

“Isidora 3.000 fue el primer proyecto bajo la marca Territoria, empresa que fundamos con Francisco Rencoret. Este proyecto, el de Isidora, se trata también de una iniciativa pionera en el uso mixto de los espacios, ya que considera el hotel W, departamentos residenciales, una torre de oficina y comercio. Para ello, contratamos una empresa norteamericana especialista en usos mixtos”.

“Fue un proyecto muy importante para la ciudad, pero también para la historia de Territoria, porque hasta esa fecha veníamos haciendo edificios de oficinas e Isidora 3.000 fue nuestra primera iniciativa de construcción de experiencias”.

2

Mercado Urbano MUT

“Este concepto de buscar el desarrollo de experiencias tiene su mayor expresión luego en el Mercado Urbano Tobalaba (MUT) que cumplió un año desde su apertura, con tasas de ocupación récord para la realidad nacional: el 85% en el caso de las oficinas; un 75% para el comercio. Se trata de un proyecto de US\$ 600 millones y que fue financiado en un 80% por el fondo soberano ADIA, de Arabia Saudita”.

“Hasta ahora ha sido un éxito extraordinario, para un mercado con altas tasas de vacancias. (...) Lo que está detrás son precisamente las características del proyecto. Las empresas, por ejemplo, consideraron un activo todo el programa de sostenibilidad que tenemos en el proyecto, los espacios verdes, el énfasis en el bienestar de las personas. Y tuvimos mucho interés, además de la ubicación, la conectividad, entre otros. Y lo mismo corre para el comercio”.

“La clave fue que trabajamos mucho en el concepto del proyecto. Estuvimos tres años pensando en qué íbamos a hacer, es un sitio muy grande, pero también tan central y de tanta significación urbana. Y aprendimos que si quieres desarrollar una experiencia verdaderamente rica, de lo que te tienes que preocupar no es de la forma del edificio, sino que la forma en que las personas viven el edificio, que es muy distinto. Es una aproximación completamente radical que nos cambió totalmente la forma en que conceptualizamos el proyecto”.

“En primer lugar, teníamos claro que, pese a que iba haber comercio, queríamos hacer algo distinto a lo existente hasta ese momento. Y en ese sentido, definimos desarrollar un mercado urbano, porque si tú pones en el centro de tu gestión y de tu pensamiento arquitectónico a la persona, el mercado responde precisamente a ese concepto”.

“El mercado, ancestralmente, desde un punto de vista histórico, recibe y atiende personas por personas. Son espacios fraccionados, chicos, trabajados normalmente por su propio dueño y así se establece un contacto personal”.

“Para entender el concepto, hay que pensar que el Costanera Center tiene cuatro ve-

El socio de Territoria en cuatro proyectos

Ignacio Salazar, gerente general y cofundador de Territoria, señala que las tasas de ocupación que registra el Mercado Urbano Tobalaba, MUT, a un año de su apertura nunca se las habían imaginado. Entrevistado en Money Talks, habló de cuatro de los más emblemáticos proyectos, construidos y por desarrollar, del grupo. Salazar en primera persona.

Una entrevista de ANDRÉS BENÍTEZ | Foto PEDRO RODRÍGUEZ



ces la superficie del MUT, pero la misma cantidad de tiendas. Todo es mucho más chico: en el corazón está el mercado, están las industrias creativas, y están los restaurantes. ¿Y por qué urbano? Porque nosotros creemos que el verdadero tractor de las personas es el espacio público, por eso hemos desarrollado plazas que cumplen el doble rol de atraer e integrarse a la ciudad”.

“Y esto también significa pensar la forma cómo la gente va a llegar al lugar. Ahí se nos ocurrió un concepto de barrio que es la bicicleta y construimos un bicicletero para 2 mil bicicletas. Lo divertido es cuando lo propusimos, luego se transformó en una de las exigencias de las autoridades”.

“Hicimos un esfuerzo muy importante en conjunto con el Metro, para conectar la estación Tobalaba. Trabajamos 12 años en esto, y pensábamos que efectivamente el flujo del metro -60.000 personas que entran y salen diariamente- iba a ser el público principal

del MUT. Entonces ajustamos el proyecto en base a ello y desarrollamos tres pisos subterráneos, que es bastante inédito. Pusimos el mercado pusimos el corazón del proyecto en el -2, Servicios en el -3, las industrias creativas en el -1 y ahí para arriba”.

“Hoy el MUT es un destino final, especialmente los fines de semana -que tenemos más visitas-, lo cual nos tiene muy contentos porque significa que verdaderamente se convirtió en parte de la ciudad. Y la gente no pasa, sino que permanece”.

“La sangre que va a correr en las venas del MUT se llama artes y oficios. Se enfoca en desarrollar ferias, oficios, eventos de calidad y todo un programa cultural que potencia el comercio. Es parte del modelo de negocio y que culmina con un teatro que estamos abriendo ahora en la en la última torre para cerca de 350 personas sentadas, 500 paradas. Y queremos que tenga un énfasis en la música fundamentalmente”.

3

Campus Santa Rosa

“Producto del cambio de Enel a las oficinas del MUT, pensamos que era una buena idea desarrollar un proyecto de ciudad en ese espacio donde estaba el edificio Enel. Lo hemos llamado Campus Santa Rosa y es una inversión de US\$ 160 millones”.

“Nos gustaba mucho ese lugar y el concepto de mantener un edificio, pensando en la sostenibilidad: el edificio más sostenible es finalmente el que no se construye”.

“Es cierto que la idea es un poco contra corriente, pero a nosotros nos apasiona la idea de construir algo en el centro, porque creemos mucho en sus fundamentales: conectividad, cercano a lugares muy vibrantes de la ciudad, como el cerro Santa Lucía, la Biblioteca Nacional, el barrio Lastarria y un potencial de conectividad con el barrio París y Londres. Además, es el sector más denso en todo Santiago en términos habitacional. Y en esa premisa, lo que pensamos era que podríamos desarrollar un mercado como en el MUT, pero con un proyecto de vivienda, a diferencia de las oficinas, que sabemos se están trasladando de ahí”.

“Posteriormente, estuvimos conversando con la Fundación Chile, concretamente con su presidente, Pablo Zamora, a quien le gustó mucho el concepto de MUT y la filosofía que hay detrás de él, en especial el fomento al emprendimiento. Y él nos planteó la idea de hacer un ‘Startup Campus’, un lugar donde acoger distintas iniciativas con eje en el cambio climático y fundamentalmente biotecnología y tecnología. De ahí nació el campus Santa Lucía. Para esto la Corfo podrá un fondo de US\$ 10 millones”.

“Paralelo a lo anterior, existirán dos edificios residenciales y un edificio de madera donde estará el mercado, esta vez orientado a la comida de América Latina”.

4

Campus Santander

“Es un proyecto que está en Av. Vespucio con Presidente Riesco, y tiene una inversión de más del doble del campus Santa Rosa. Este era un proyecto que desarrollamos antes de que se lo vendiéramos al Santander y cuyo eje es cambiar la forma de trabajar, en el sentido de que hoy día prácticamente todos los edificios, de los años 80 para adelante, están construidos en base a muros cortina, es decir, envolventes, que se climatiza en el interior del edificio. Y nosotros dijimos: queremos cambiar la forma en que las personas trabajan, sobre todo considerando todo lo que pasó por pandemia, que a la gente hay que atraerla a los lugares de trabajo con espacios totalmente distintos, más parecidos a la casa que a las tradicionales oficinas”.

“Hicimos espacios grandes exteriores que te permiten trabajar fuera como si fuera el jardín de las casas. Esto tiene muchos beneficios, como ser más sustentables, y a que se puede aprovechar el aire fresco para bajar sustancialmente el consumo energético”.