



# Auge de “malls chinos” en Los Ángeles tensiona arriendos y reconfigura el comercio local

Gremios alertan por alzas y competencia desigual, mientras expertos apuntan al factor precio y a la adaptación del emprendedor como claves del nuevo escenario.

Octavio Pérez  
prensa@latribuna.cl

El paisaje del centro de Los Ángeles ha cambiado con el paso del tiempo. Donde antes se erigían zapaterías de antaño o tiendas de telas familiares, hoy dominan el entorno los grandes letreros de los denominados popularmente “malls chinos”. Este fenómeno representa una transformación profunda en las dinámicas de consumo, en el mercado inmobiliario

y en la supervivencia del comercio local.

Para la Cámara de Comercio de Los Ángeles, la preocupación es inmediata. Nicolás Arismendi, socio director del gremio y presidente del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OSIS), afirmó que el mercado inmobiliario local sufre una distorsión sin precedentes. “El impacto más evidente es un aumento vertiginoso en los arriendos. Estas multitiendas presentarían irregularidades como la no emisión de boletas e informalidades



DESDE EL GREMIO, LA ECONOMÍA Y LA ACADEMIA, Nicolás Arismendi, Carlos Smith y Moisés Carrasco analizan un escenario que mezcla alza de costos, consumo ajustado y resiliencia emprendedora.

laborales. Al tener costos mucho más bajos, pueden pagar precios de arriendo muy distintos a los de los empresarios locales”, explicó Arismendi.

Esta asimetría ha generado un desplazamiento de locales históricos. Según Arismendi, el impacto se refleja en el cierre de establecimientos que eran parte de la identidad angelina: “Hemos

observado que los arriendos suben año tras año e incluso semestre tras semestre. Esto impacta negativamente en la posibilidad de generar nuevos negocios y en el cierre obligado de establecimientos tradicionales”, planteó.

Enfatizando que la solución pasa por la equidad: “Esperamos una fiscalización homogénea y equitativa que nos permita competir en un escenario claro y justo, para fomentar el desarrollo de todo el empresariado local”.

## EL FACTOR COSTO-OPORTUNIDAD

Desde otra perspectiva, el economista Carlos Smith propone una mirada que trasciende la nacionalidad de los inversionistas para centrarse en el flujo del dinero y en las necesidades del consumidor. A diferencia de la creencia común, Smith matiza el destino del capital. “Mucho de ese dinero se queda acá; las familias viven de eso, se pagan salarios y alimentación. Se genera un arriendo que perciben dueños de terrenos nacionales; por lo tanto, esa plata se va quedando en la zona”, sostiene.

Sin embargo, Smith reconoce que la ventaja competitiva de estos comercios suele originarse en la falta de rigurosidad normativa. “Se ha detectado que muchos no cumplen con normas de rotulación o entrega de boletas, lo que reduce sus

costos. Eso es injusto y la fiscalización es vital. Bajo las mismas condiciones, quedará el más eficiente”, detalló el economista.

Además, subrayó que el éxito de estos modelos responde al estancamiento de los ingresos reales: “El poder adquisitivo no ha crecido como antes y estas alternativas se vuelven atractivas. Poder gastar menos en algo de poco uso permite a una familia no sacrificar otros consumos básicos del mes”.

## LA RESILIENCIA DEL EMPRENDEDOR LOCAL

Por otro lado, Moisés Carrasco, economista y académico de la Universidad de Concepción, campus Los Ángeles, propone un cambio de narrativa. “Yo creo que no hay que subestimar al emprendedor; al contrario, hay que capacitarlo, darle herramientas y apoyo en salud mental. Porque ellos tienen algo único, que es la actitud proactiva. Con eso no hay por qué atemorizarse y pueden convivir frente a futuras adversidades”, afirmó el académico.

Carrasco es crítico con la forma en que se aborda la competencia desleal, sugiriendo que el lenguaje también construye realidades de mercado: “Si hablamos de desleal, de inmediato ubicas al emprendedor escalones más abajo de sus competidores, los aterrorizas, y eso habla de la perspectiva que

tenemos de los emprendedores”. Para él, la clave es entender las diferencias estructurales: “No podemos compararnos con los gastos y costos de China; somos países distintos en esa dimensión, ellos tienen una mayor capacidad económica”.

## EL DESAFÍO DE LA FISCALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD

El fenómeno de los denominados “malls chinos” en Los Ángeles es reflejo de una economía globalizada que se expresa en las calles de la capital provincial. La solución, según coinciden las fuentes, no pasa por un nacionalismo malentendido, sino por una institucionalidad robusta.

Mientras la Cámara de Comercio local pide mayor orden para evitar que el centro pierda su diversidad histórica, la academia recuerda que la competencia es inevitable y que el consumidor buscará optimizar su presupuesto. El futuro del comercio angelino dependerá entonces de dos variables: que el Estado garantice que todos operen bajo las mismas reglas —cumpliendo con impuestos y patentes— y que el comercio local logre destacar la calidad y el servicio como sus principales ventajas frente al bajo costo. En ese escenario, el crecimiento de la ciudad plantea también el desafío de resguardar la formalidad que ha caracterizado históricamente su desarrollo comercial.