

Fecha: 26-02-2026
 Medio: Diario la Región
 Supl.: Diario la Región
 Tipo: Noticia general
 Título: Un «centro comercial a cielo abierto» para revivir la zona

Pág.: 6
 Cm2: 499,5

Tiraje: 4.000
 Lectoría: 12.000
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Un «centro comercial a cielo abierto» para revivir la zona

A simple vista, parece un detalle más del paisaje coquimbano: desde la costanera hacia adentro, el centro se apaga temprano y el flujo comercial se desplaza a otros polos. Pero para la Cámara de Comercio y Turismo de Coquimbo el diagnóstico es más duro: locales que se fueron, rubros tradicionales que cerraron y una sensación de inseguridad que desincentiva ir al casco histórico. Con esa lectura, el gremio empuja una apuesta asociada en Chile a barrios como Lastarria o Italia, pero con un formato más planificado: un centro comercial a cielo abierto.



Por Joaquín López Barraza

La idea fue presentada este miércoles en una reunión con Francisco Velásquez, jefe de la División de Fomento e Industria (DIFOI) del Gobierno Regional. Allí, el GORE entregó lineamientos sobre áreas de financiamiento y actores estratégicos para levantar el proyecto. «Estuvimos analizando una iniciativa que está desarrollando, o queriendo desarrollar la Cámara de Comer-

cio de Coquimbo... le dimos lineamientos respecto de cuáles son las áreas de financiamiento con las cuales nosotros trabajamos», señaló. Velásquez evitó comprometer apoyo económico directo, pero dejó abierta la puerta a seguir trabajando el diseño: «Dispuestos a poder avanzar... en la medida que nuestras líneas se ajusten a lo que ellos quieran financiar», indicó.

En simple, un centro

comercial a cielo abierto busca que un conjunto de calles comerciales funcione con una lógica parecida a la de un mall, pero en espacio público: gestión unificada, identidad común, actividades y coordinación en limpieza y seguridad, para que el sector «se note» como un polo y no como una suma dispersa de locales. En la literatura, este modelo aparece justamente como reacción del comercio urbano frente a la expansión de grandes centros comerciales, reproduciendo lógicas de gestión y experiencia de compra en el espacio abierto.

El vicepresidente del gremio, Fernando Guzmán, lo explicó desde esa comparación: «Esto tiene una gerencia continua, tiene una mensualidad de actividades, es como un centro comercial, como un mall, pero abierto». Estimó un costo del orden de

\$110 millones anuales para sostener el esquema y mencionó referencias internacionales. Consultado por si esta iniciativa también dialoga con el impacto que el comercio del centro atribuye a la llegada del Mall Vivo Coquimbo, Guzmán recordó que este tipo de modelos nacen precisamente en ciudades donde el flujo se desplazó hacia grandes recintos y el comercio reaccionó con apoyo de autoridades para «recuperar el centro» y hacerlo nuevamente atractivo. «Esto nace en España... en Pamplona pasa esto mismo y el comercio reacciona con las autoridades», señaló.

Para la presidenta del gremio, Juana Iris, el punto de partida es urgente. «Es demasiado importante porque nos hace falta una remodelación, avanzar con el comercio. Coquimbo últimamente está muy alicaído», dijo, su-

brayando que el proyecto «viene años trabajándose» y que se levantaron antecedentes con apoyo académico. «Se trabajó con la Universidad Católica del Norte en el año 2019 y ahora estamos buscando financiamiento. Vamos a golpear todas las puertas», sostuvo.

Iris describió un centro que perdió diversidad y movimiento. «Hacen falta más actividades... los locales que antes estaban se han ido casi todos», relató. Y puso el énfasis en una condición que, a su juicio, define el éxito o fracaso de cualquier plan: seguridad. «La gente tiene mucho miedo de ir al centro de Coquimbo... necesitamos más seguridad, más cámaras, más personal, más carabineros», afirmó, señalando reuniones con Carabineros y gestiones para abordar el tema con el alcalde.

