

ESTUDIO DE IMPACTO SOBRE EL SECTOR REALIZADO POR UNA CONSULTORA PARA LA EMPRESA

El Hiperacor paliará un 16,17% el déficit comercial de Córdoba, según el proyecto

En la zona de influencia se podrían vender 742 millones de euros más

Sus potenciales clientes tienen una capacidad de compra de 1.900 millones

RAFAEL VALENZUELA
CÓRDOBA

El estudio de impacto sobre el comercio de Córdoba que ha presentado Hiperacor ante la Consejería de Comercio, como un anexo más de la solicitud de licencia comercial para su centro de Turruñuelos, refleja, entre otras muchas cuestiones, que Córdoba se encuentra entre un 10 y un 30% por debajo del índice de ocupación comercial respecto a Granada, Jaén, Málaga y Sevilla.

Además, según esta voluminosa documentación (sólo al estudio de impacto comercial se dedican 247 folios), la demanda potencial del área de estudio es de casi 500.000 posibles consumidores (los que residen en los municipios que distan aproximadamente unos 30 minutos en coche). Estos potenciales usuarios del centro están agrupados, según el estudio elaborado por la empresa Geoconyka, en 150.000 hogares, que manifiestan gastar más de 1.900 millones de euros al año.

Al respecto, el documento elaborado por la consultora para Hiperacor, indica que esta demanda es atendida por establecimientos comerciales cuya capacidad potencial de venta "no su-



Hiperacor pertenece al grupo El Corte Inglés, y ha iniciado los pasos para implantarse en Córdoba.

pera los 1.300 millones de euros". Por tanto, como resultado del balance comercial, los redactores del estudio aseguran poder afirmar que "en términos generales, el área de influencia marcada para Hiperacor Córdoba, tiene un déficit de dotaciones comerciales cifrable en más de 742 millones de euros".

En cuanto a la capacidad de ventas que se espera que tenga el futuro centro comercial que, según el plano, se llamará Ronda de Córdoba, en el informe se le asigna un potencial de 3.583 euros por metro cuadrado. Así,

con 33.495 metros cuadrados de superficie de venta, "Hiperacor Córdoba venderá productos por un valor de 120 millones de euros al año", según la empresa redactora y 1.733 según el Plan Andaluz de Orientación Comercial (PAOC). El PAOC es un documento elaborado por la Junta y que pretende orientar la dotación de grandes establecimientos comerciales en Andalucía, de forma que el crecimiento de la estructura comercial se lleve a cabo de manera gradual y equilibrada", según reza en el citado documento. El PAOC tiene vigen-

cia del 2003 al 2007.

El informe de impacto comercial realizado por Geoconyka para Hiperacor recoge, por último, que la puesta en funcionamiento del Centro Comercial Ronda de Córdoba disminuirá el déficit comercial del área de estudio en un 16,17%, según los redactores y un 22,24%, según el PAOC.

Para realizar este estudio, Geoconyka ha elaborado un pormenorizado estudio de la estructura comercial de todos y cada uno de los pueblos que se incluyen el área de influencia del futuro Hiperacor de Turruñuelos. ≡

datos

EDIFICIO RONDA DE CÓRDOBA

El futuro centro comercial, cuya solicitud de licencia comercial se encuentra en el periodo de exposición pública, llevará por nombre Ronda de Córdoba, según se recoge en el plano. Ocupará una parcela de 32.737 metros cuadrados.

El recinto constará de cuatro plantas en altura, una planta baja, un semisótano y tres sótanos. La planta baja tendrá unas dimensiones de 21.872 metros cuadrados. Primera, segunda y tercera ocuparán 5.820 metros y la cuarta 5.450 metros cuadrados. El semisótano ocupará 31.695 metros y los sótanos, cada uno de ellos 31.027 metros cuadrados.

Las previsiones de empleo indican que se pretenden crear unos 900 empleos directos, en cerca de 34.000 metros cuadrados comerciales.

La empresa ha presentado ante la Junta un dossier con 11 documentos distintos, entre los que destacan los informes de impacto comercial, medioambiental, acústico, sobre el tráfico, inversiones, financiación, etcétera. La puesta en marcha del centro supondrá invertir 89 millones y dotarlo de 12 más en mercancía.