

Ciudadanos

Los malagueños demandan más centros comerciales de ocio, cultura y jardinería

La Junta concluye que la provincia no está saturada de grandes superficies y que aún hay un déficit del 10%

Málaga tiene la mayor densidad de Andalucía, con un ratio de 470 metros cuadrados por mil habitantes

ALMUDENA NOGUÉS MÁLAGA

Corría el año 1975. La dictadura daba sus últimos coletazos cuando miles de malagueños asistían con expectación a la inauguración del Pryca los Patios. Un nuevo formato que mezclaba hipermercado con galería de tiendas y que, a su vez, se convertía en el primer gran establecimiento comercial de la provincia. Poco después llegarían el Corte Inglés (1979) y el Continente Alameda (1987). Las primeras generaciones de ocio, cultura y jardinería. Según el denominado Plan de Ordenación Comercial de la Junta,

toda la fiebre consumista, Málaga no tardó en afianzarse como uno de los principales polos de atracción de centros comerciales del país. Un negocio millonario que emplea actualmente a más de 6.600 personas, y que en los últimos años está experimentando un crecimiento espectacular en el conjunto provincial. Sin embargo, lejos de existir saturación, las radiografías del sector demuestran que la Costa del Sol aún tiene tirón para absorber nuevos establecimientos, especialmente de ocio, cultura y jardinería.

Según el denominado Plan de Ordenación Comercial de la Junta,

en Málaga existe un déficit aproximado del 10%. El estudio del Gobierno Andaluz indica que la mayor demanda no satisfecha se da en el mercado ligado a vehículos (-41%), al ocio y la cultura (-17%), jardinería (-16%) y juguetes (-11%). Por contra, el sector mobiliario es el único en el que se aprecia una sobreoferta del 1%, «lo cual no llega a ser saturación, ya que para que se de la Junta establece un margen del 15%», explica Iván Ozomek, director de proyectos de Geoconyca, una consultora malagueña especializada en el diagnóstico y la planificación estratégica de grandes superficies.

Más de una veintena

El último informe de la consultora inmobiliaria Jones Lang LaSalle sitúa a Málaga a la cabeza andaluza en cuanto a superficie bruta alquilable. La provincia, con 700.982 metros cuadrados de grandes establecimientos y una densidad de 470 por mil habitantes –el doble de la media andaluza (266)– concentra un tercio de la oferta total de la comunidad.

El anuario económico de La Caixa, por su parte, cifra en 22 el número de centros comerciales repartidos por la provincia al cierre de 2006. Según este estudio, Málaga es la sexta ciudad española con más oferta de grandes establecimientos y la segunda andaluza después de

en boga parques comerciales, cuyo ejemplo más emblemático es el Málaga Nostrum.

Llegado a este punto, el futuro de estas superficies –su cuarta generación– apunta a los complejos terciarios, «con centros temáticos, comerciales y de ocio, hoteles y edificios de oficinas integrados en el paisaje mediante arquitecturas de diseño», prevé Iván Ozomek, director de proyectos de la consultora Geoconyca. «La tendencia, además, es a extender los formatos de segunda y tercera generación a ciudades medias y ámbitos rurales».



ESTABLECIMIENTOS. Málaga tiene 22 centros comerciales, según

Sevilla. Sin embargo, en lo que a superficie se refiere, ocupamos el cuarto puesto, sólo por detrás de Madrid, Barcelona y Valencia.

Este notable estirón tuvo su punto de inflexión a comienzos de siglo, fecha que marcó un antes y un después en la oferta malagueña de centros comerciales. A finales de lo 90, la provincia apenas tenía una decena de templos del consumo. Una cuantía que se ha duplicado con creces en menos de siete años. Desde 2000, Málaga ha sido testigo de doce nuevas inauguraciones de grandes superficies. Un acelerado ritmo de aperturas al que contribuyó la finalización, en junio de 2003, de la moratoria que pesaba sobre la construcción de estos comercios. Esta carta blanca no hizo sino estimular la expansión de instalaciones.

En este sentido, los datos que maneja la Federación de Comercio de Málaga (Fecoma) revelan que desde el levantamiento de la limitación, la provincia ha recibido más del 60% de las peticiones cursadas en la comunidad autónoma. Un volumen que según ha alertado la organización provocará que en los próximos años la superficie destinada a fines comerciales aumente en torno a 258.000 metros cuadrados, lo que supondría duplicar el espacio actual con la edificación de nuevos centros de ocio.

Para el presidente de esta federación, Enrique Gil, esta estampa supone una «aberración» que, tal y como recuerda, mitiga la salud del pequeño comercio y aboca al cierre a muchos de los establecimientos tradicionales. «La apertura de un centro comercial genera la desaparición del 50% de las tien-

das de barrio, de las que sólo un 20% se vuelven a abrir pasado un tiempo», destaca.

La rival de Llamazares en las primarias de Izquierda Unida presenta su programa en Málaga



Canguros sin horario fijo: los abuelos ayudan a los padres a conciliar trabajo y familia

La unidad de montaña rescata a decenas de excursionistas que se pierden cada año

PROYECTOS QUE VIENEN

Bahía Málaga: Además del esperado Ikea, la gran ciudad comercial de Guadalmar acogerá un parque comercial de 14.000 metros cuadrados en el que tendrán cabida tres la cadena Boulanger o la enseña vasca Eroski.

Plaza Mayor Shopping: La ampliación de Plaza Mayor contará con una superficie de más de 18.000 metros cuadrados donde irán 58 tiendas y 900 aparcamientos.

Las Marinas de la Farola: Proyecto para transformar el muelle del paseo de la Farola en espacio de disfrute ciudadano. Las obras comenzaron en junio y se prevé terminen a mitad de 2009. Incluirá 60 locales de ocio, moda y restauración.

Jardiland: La cadena francesa especializada en jardinería y bricolaje ocupará 5.400 metros en el entorno del Plaza Mayor

Automóvil: En la capital está proyectada la Ciudad del Automóvil 'Cúbica', que estará en San Julián y ocupará una extensión de 30.000 metros cuadrados. En Vélez Málaga se levantará 'El Ingenio del Motor', una gran superficie comercial de la automoción que será la mayor de España de sus características con más de 60.000 metros.

Ampliaciones: En los próximos años están previstas las de Vialia –donde irá un Media Markt–, las del centro comercial El Ingenio y las del Decathlon, entre otras.

Nuevos centros comerciales: En Torremolinos, Alhaurín de la Torre, Estepona o en el PTA.

Las multinacionales más fuertes tienen puestas sus miras en la provincia, que según Fecoma, duplicará su superficie comercial durante los próximos años

Llegan nuevos vecinos: Jardiland, Fnac o Media Markt

TEXTO: A. NOGUÉS / MÁLAGA

La superficie comercial de la provincia seguirá creciendo a un ritmo frenético en los próximos meses. Tras el desembarco de Ikea del martes, la Costa del Sol se prepara para recibir a otros nuevos vecinos, algunas con nombres propios tan esperados como, Jardiland –cadena francesa especializada en la jardinería y el bricolaje que ocupará una superficie de 5.400 metros cuadrados al este de Plaza Mayor–, Media Markt –especialista en electrodomésticos e informática y que prevé instalarse en la ampliación del Vialia– o Fnac. La firma de ocio cultural, que ya opera en Marbella, ultima su apertura en la capital aunque aún no ha precisado el enclave (se baraja el Málaga Plaza o el Puerto, que acogerá la galería comercial Las Marinas de la Farola)

No serán las únicas enseñanzas en Málaga. Según los expertos consultados, en los próximos meses la provincia dispondrá de siete nuevos grandes centros comerciales y de la ampliación de otros cinco. Los datos de los que dispone Fecoma prevén que se duplique el espacio actual de grandes establecimientos. Por su parte, la Junta de Andalucía tiene registrado en su web un listado de 16 licencias comerciales concedidas recientemente y que, sumadas, aportarán 126.666 nuevos metros cuadrados.

A este fenómeno contribuirán proyectos ya en marcha como el Plaza Mayor Shopping (con 18.500 metros cuadrados y 58 tiendas), la Ciudad del Automóvil en San Julián, la Ciudad del Motor, en Vélez Málaga, la ampliación del

Parque Selwo con proyecto de galería comercial en Estepona, un centro comercial en Alhaurín de la Torre (que plantea un edificio de 68.000 metros con multicine y cien comercios) o una gran superficie dedicada al textil en Antequera.

Otros proyectos

Y suma y sigue. Entre los proyectos que cuentan con el visto bueno del Gobierno andaluz figuran la expansión de la firma deportiva Decathlon, que dará un estirón con 5.100 nuevos metros cuadrados, la construcción de un hipermercado de cerca de 7.000 metros cuadrados por parte de Erosmer Ibérica, la ampliación de El Ingenio (en más de 12.000 metros cuadrados) o la edificación de un parque comercial de 14.000 metros en el sector bahía Málaga, junto a Ikea.

Más a largo plazo, el Parque Tecnológico de Andalucía proyecta un centro comercial en una de las actuales parcelas de la tecnópolis que comenzará a construirse en el segundo semestre de 2008 e incluirá un supermercado, guarderías, bancos, agencias de viaje, telefonía y restauración.

A corto plazo se abrirán siete centros y se ampliarán otros cinco

Habrán dos grandes recintos centrados en el automóvil

Fecoma exige al Gobierno andaluz «mayor acierto al conceder licencias»

La Costa del Sol concentra un tercio del total de recintos de la región

das de barrio, de las que sólo un 20% se vuelven a abrir pasado un tiempo», destaca.

Pequeño comercio

Con objeto de evitar este desagradable desenlace, Gil exige que se vuelva a implantar una moratoria, más intensa que la de 2003 –reivindicación que hizo suya el propio grupo socialista de la capital el pasado mes de septiembre– y un «mayor acierto» en la concesión de licencias por parte de la Junta. Al respecto, celebra que el recién apro-

bado Plan Andaluz de Ordenación Comercial 2007-2010 obligue a los promotores a presentar estudios de mercado que demuestren la necesidad de implantar una gran superficie en una zona determinada, «ya que hasta ahora se creaba la oferta antes que la demanda», apostilla.

Pero mientras desde Fecoma hablan de saturación, otros agentes del sector, como Ozomek, insisten en que Málaga no ha tocado, ni mucho menos, su techo comercial, como demuestra el citado Plan de Ordenación Comercial. Pregunta-

DESCUBRE LA OFERTA 3x2

QUE TODOS ESTAMOS ESPERANDO

OFERTA VÁLIDA A PARTIR DE MAÑANA LUNES 29 DE OCTUBRE

**Policía Local
Policía Nacional
Bomberos**

INICIO DE NUEVOS GRUPOS Y DE MANTENIMIENTO

Horarios: Mañanas, Tardes, Noches y Sábados

Información: 952 22 10 17

CURSO DE FPO
COMPROMISO DE CONTRATACIÓN 60%

EMPLEADO DE OFICINA (734 h.)

PLAZO DE SOLICITUDES: Hasta el 31 de Octubre

REQUISITOS: Desempleados en general. Graduado Escolar o equivalente.

Información: 952 22 10 17

CURSOS GRATUITOS

CURSOS F.P.O. CON COMPROMISO DE CONTRATACIÓN ADMINISTRATIVO COMERCIAL (734 h.)

JÓVENES DESEMPLEADOS PRÁCTICAS EN EMPRESAS

PLAZAS LIMITADAS, INFORMATE

CENTRO DE ESTUDIOS LEVEL

Información: 952 96 17 07

AM Formación

C/ Moscatel, 35, 2ª Planta
29631 Arroyo de la Miel - Benalmádena
Telf/Fax: 952 96 17 07

CURSO DE CÁLCULO DE ESTRUCTURA DE HORMIGÓN ARMADO

Fecha de inicio: NOVIEMBRE de 2007
Lugar de realización: Benalmádena

Información: Tif. 952 96 17 07
E-mail: cluque@amformacion.com

SUR SUR in English

Delegación Diario Sur Coin

"La delegación del Valle del Guadalhorca"

Tlf: 951 315 113
Fax: 951 315 116
email: coin@anunciosensur.com

C/ La Trocha, Planta baja exterior, junto a la entrada del parking