



Los centros de gran tamaño, bien ubicados y sin competencia en la proximidad como éste de La Gavia sufren menos la crisis. / CLAUDIO ÁLVAREZ

Centros en la encrucijada

Los complejos nacidos al calor del 'boom' residencial, los que más sufren la crisis

ANA MARÍA PASTOR

Avenida M-40 se ha convertido en el primer centro comercial que presenta concurso de acreedores, lo que ha encendido las luces de alarmas en el sector.

Y es que, según reconoce Javier García Renedo, presidente de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), "aunque la mayoría funciona muy bien, hay otro grupo de última generación, creado de cinco años para acá" que lo está pasando peor debido a que "parte de su fondo de comercio está por hacer", ya que se encuentran en zonas con desarrollos inmobiliarios paralizados.

A ello se une el momento actual, en que se gasta menos y se ahorra más. García Renedo explica que el año pasado el gasto minorista —asciende a 270.000 millones de euros de media anual— bajó un 6%, unos 15.000 millones, "que no es tanto para la crisis que hay, pero ese porcentaje deja en fuera de juego a mucha gente, especialmente a los establecimientos más nuevos y más periféricos" por las causas antes citadas.

De antemano, los expertos dicen que, como norma general, los enclaves más proclives a presentar dificultades son los que están más saturados, como la zona sur de la Comunidad de Madrid, donde los proyectos fueron peor diseñados, es decir, fueron más especulativos. Se pensó que funcionarían al calor del boom inmobiliario, basándose en una previsión

que la recesión se llevó por delante. Los analistas coinciden en que el caso del Avenida M-40 es muy representativo. Se hizo en abril de 2004, un momento en el que había una previsión de crecimiento residencial en Leganés, especialmente en el barrio de La Fortuna, muy grande. El complejo se construyó en función de esa estimación de nuevas viviendas, que luego se quedó en la mitad. "Se proyectó no con lo que había, sino con expectativas de lo que iba a haber", recalcan estas fuentes. Algo parecido le ocurre a El Corte Inglés de El Bercial, otro de los complejos comerciales que está pagando el haber nacido vinculado al desarrollo residencial futuro de Getafe, que se ha frenado.

Además de estos errores en la planificación, hay que añadir la competencia como otro de los factores de riesgo. Dicha clave también está detrás de la quiebra del centro de Sonae Sierra, ya que a pesar de estos errores de cálculo sobre la población a la que iban a dar servicio, el Avenida M-40 podría haber salido

vivo si no le hubieran construido delante Islazul. Este centro de 85.000 metros cuadrados, mucho mayor de lo previsto inicialmente, en mejor sitio, con mejores accesos, en mejor barrio, con una población de clase media alta, le da la puntilla y mata, al complejo de la promotora portuguesa que se quedó en el medio de dos megacentros, el nuevo y Parque Sur "hecho un bocata", como explican las consultoras.

Este factor competencia se hace patente en el arco que va entre

Avenida M-40, primera víctima del exceso de competencia

El consumo en las grandes superficies cae menos que en el pequeño comercio

las carreteras de Andalucía y Extremadura, ya que entre Parla, Getafe, Pinto, Móstoles, Leganés y Alcorcón suman 10 centros comerciales, cuando es una zona que tiene mucha población de clase media que está siendo azotada por la crisis.

Las sombras del ocio

Los complejos dirigidos especialmente al ocio también están sufriendo más que los estrictamente comerciales, según José Carlos Torres, Responsable de Retail & Centros Comerciales de Aguirre Newman, aunque admite que es muy difícil generalizar y detectar cuáles son los proyectos más afectados, ya que hay algunos como Diversia, en Alcobendas, que "funciona como un tiro". Entre estos damnificados hay quien coloca a Planetoccio, en Villalba, o la parte de ocio del parque comercial Los Cuadernillos de Alcalá de Henares, por poner algún ejemplo.

La causa: están más expuestos a la bajada del consumo, ya que lo primero de lo que se prescinde son las actividades de entretenimiento si cuesta llegar a final de mes. A lo que se une que estos centros se hallan ligados estrechamente al cine, que sufre su enésima crisis. Una conclusión de los consultores con la que no está de acuerdo la AECC, que hace notar que la afluencia a las salas aumentó un 10% con la crisis "porque el cine es el ocio más barato".

La Gran Manzana, en Alcobendas, es otro de los nombres que citan en el sector como *sufridor*,

ya que se ha quedado en terreno de nadie, al ser un centro urbano y pequeño, cuando en el extrarradio pesa más el tamaño que su excelente ubicación. Otros centros que tienen numerosas tiendas libres son Opción en Alcorcón, que según Aguirre Newman se está vaciando apostando porque sus propietarios lo quieren remodelar. Lo mismo sucede con La Albufera, de Vallecas, un centro antiguo, de 1991, que se ha quedado obsoleto, por lo que se pretende renovar totalmente el mix co-

Los caída del 6% del gasto minorista afecta a centros nuevos y periféricos

Entre las carreteras de Extremadura y Andalucía compiten 10 establecimientos

mercial, con el reclamo principal de la entrada de Mercadona.

A pesar de todo, el presidente de la AECC es optimista. Hace notar que aunque las grandes superficies venden menos, su caída es menor si se compara con el pequeño comercio y también da datos positivos el representante de Aguirre Newman, que informa de que la caída de afluencias, de ventas y del precio de los alquileres "se está estabilizando e incluso se detecta una leve mejoría" en los últimos meses.

Con todo en los seis primeros meses del año, y según la AECC, se han abierto cuatro nuevos centros, con 108.059 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA) y hasta final de año está prevista la entrada en funcionamiento de 282.000 metros cuadrados adicionales de nueva superficie comercial en los 12 centros comerciales que se abrirán o ampliarán, como La Maquinista, en Barcelona, o Puerto Venecia, en Zaragoza.

Luis Íñiguez, director de la División de Retail de Jones Lang cita asimismo como buena noticia que a pesar de la débil situación del consumo, el número de inversores activos buscando producto está creciendo este año; hay más capital, más ganas de invertir y los fondos están dispuestos a asumir un mayor riesgo que en 2009. Se han movido 198,3 millones de euros de inversión en operaciones de compraventa, cifra que puede verse incrementada a finales de año, ya que en los últimos meses de cada ejercicio es cuando se produce un mayor movimiento de transacciones.

Las transacciones más destacadas fueron la venta de H,Ocio, en Rivas (Madrid), fue Gedeco Avantis al fondo inmobiliario Alpha Tiger por 83,3 millones de euros, un precio muy inferior a la inversión que realizó para abrir el centro en junio de 2007, unos 140 millones mientras Corio compró Espacio Torreldones e ING se hizo por 50 millones con Bilbondo de Eroski en Basauri. La situación del sector ha sido debatida en el XII Congreso que ha tenido lugar en Bilbao esta semana.

Evolución de los Centros Comerciales

Por años	Período	Superficie bruta alquilable (m ²)	Inversión (euros)	Empleo
	1973 - 1980	363.940	600.000.000	9.100
	1981 - 1990	1.437.370	2.900.000.000	36.000
	1991 - 2000	4.977.172	9.700.000.000	124.500
	2001 - 2010	7.064.092	14.800.000.000	177.000
	TOTAL	13.842.574	28.000.000.000	346.000

Fuente: AECC

EL PAÍS