

El precio de los locales en calle Larios se dispara mientras se quedan vacíos en los barrios

En sólo un año, los alquileres en la principal calle comercial de Málaga han subido de 150 a 172 euros por metro cuadrado, un 15%

:: NURIA TRIGUERO

MÁLAGA. La calle Larios sigue inmersa en su propia burbuja inmobiliaria. Nada menos que un 15% se encarecieron sus locales comerciales el año pasado, hasta alcanzar la cifra récord de 172,5 euros por metro cuadrado al mes, según revela un informe de la consultora Aguirre Newman. La 'quinta avenida' malagueña sigue subiendo en cotización pese a la crisis... o como consecuencia de ella, porque como explica Juan Ricardo Hidalgo, gerente de las perfumerías Primor y veterano inquilino de la primera calle comercial de Málaga, «los locales buenos ahora se cotizan más porque las cadenas quieren ir a lo

seguro, a los sitios donde saben que van a vender».

Y mientras en la calle Larios no cabe un alfiler -según Aguirre Newman su tasa de desocupación es de un 1%, es decir, técnicamente nula-, los barrios de Málaga se llenan de locales de 'Se alquila' y 'Se traspasa'. La tasa de disponibilidad en el llamado 'eje secundario' -que engloba vías como la avenida Velázquez- alcanzan el 27,2%. En otras palabras, casi tres de cada diez locales en este tipo de calles están vacíos. Los alquileres, en consecuencia, se desploman: en la zona de Carretera de Cádiz se registran precios mínimos por debajo de los 4 euros por metro cuadrado al mes.

De hecho, el informe de la consultora inmobiliaria destaca que el mercado malagueño de locales comerciales «destaca por su comportamiento irregular» a lo largo de los últimos 12 meses. «Los alquileres han venido sufriendo importantes ajustes en zonas alejadas del centro, mientras que se han incremen-

tado en el área de 'high street' (calle Larios) y adyacentes (básicamente la plaza de la Constitución)», destacan sus analistas.

Este encarecimiento de la superficie comercial en el Centro, registrado además en plena crisis, tiene una consecuencia bien visible en la calle Larios: la monopolización casi

total del espacio por parte de franquicias y grandes firmas. Solo el grupo Inditex ocupa siete locales en la mencionada vía y sus adyacentes.

Auge turístico

En este sentido, los expertos no dudan en ligar el aumento del atractivo comercial del Centro Histórico con el auge del turismo urbano y característico, la regeneración urbanística y la explosión de negocios de hostelería. En cambio, otras zonas comerciales que antes eran muy demandadas, como el entorno de la plaza de la Solidaridad o la Carretera de Cádiz, se han visto castigadas por las obras del Metro, además de por la propia crisis.

Respecto a la superficie de los locales comerciales, el estudio de Aguirre Newman refleja que el 80% tiene una superficie inferior a los 200 metros cuadrados. En cuanto a los precios de venta, se siguen produciendo descensos generalizados en todas las zonas de la ciudad, a excepción de la citada zona 'prime'.

LOS DATOS

27,2%

es la tasa de locales vacíos en el llamado 'eje secundario' de Málaga capital, donde se inscriben vías como la avenida Velázquez.

1%

es la tasa de disponibilidad actual la calle Larios, es decir, técnicamente nula.



Marta Rueda y Álvaro Simón, presidenta y director de BIC Euronova. :: SALVADOR SALAS

La incubadora de empresas del PTA crece en facturación pero cae en empleo

La tasa de supervivencia de los proyectos alojados en el BIC Euronova roza el 80% a los cinco años, muy por encima de la media española

:: N. T.

MÁLAGA. Las empresas alojadas en la incubadora BIC Euronova, la más veterana del PTA, cerraron el peor año de la crisis con dos millones de euros más de facturación que el año anterior, pero con menos empleados. Durante 2012, el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga acogió 15 nuevos proyectos en sus oficinas,

pero fueron más (21) los que abandonaron el recinto debido a motivos diversos como el cumplimiento del periodo máximo de estancia (de cinco años), la búsqueda de más espacio o la necesidad de ahorrar costes.

En total, a lo largo del año fueron 60 las compañías alojadas en el BIC, que facturaron un total de 15 millones de euros (un 15% más que en 2011)

y mantuvieron 209 puestos de trabajo (un 21% menos). La ocupación media cayó hasta el 78%, generando cada empresa una media de 6,96 empleos, frente a los 6,16 de 2011.

En opinión del director del BIC, Álvaro Simón, se trata de datos «muy positivos que ponen de manifiesto la utilidad del centro en su apuesta por la creación de empresas innovadoras». La delegada provincial de Economía, Innovación y Ciencia y presidenta de BIC Euronova, Marta Rueda, que asume su presidencia, añadió que de las 593 empresas que tenía el PTA a 31 de diciembre de 2012, el 25% han pasado por esta incubadora, cuya propiedad se reparte entre la Junta, el Ayuntamiento y Unicaja.

Supervivencia

Álvaro Simón resaltó la alta tasa de supervivencia de los proyectos instalados en el BIC, que roza el 80% a los cinco años de andadura cuando la media del tejido empresarial español es del 50% a los tres años. «Tratándose de empresas de temática arriesgada e innovadora, este dato es esperanzador», afirmó. La mayoría de las compañías alojadas pertenecen al sector TIC, aunque crece la presencia de otros sectores innovadores como la biotecnología, las energías renovables, la eficiencia energética o las ingenierías. Su director destacó la positiva evolución de proyectos recientemente instalados en la incubadora como ATyges (dedicada a la ingeniería y a la arquitectura), SCL Consulting (de consultoría SAP) y BTH Laboratories (biotecnología).

Desde su fundación en 1991, un total de 323 empresas han dado sus primeros pasos en BIC Euronova, creando o manteniendo 3.974 puestos de trabajo. Entre ellas figuran nombres tan conocidos como Aertec, Novasoft, Ingenia o Hispasec.

El PSOE denuncia el gasto excesivo en la portada de la Feria y el PP le acusa de «mentir»

:: J. SOTO

MÁLAGA. Nueva polémica en torno a la Feria de Málaga. El grupo socialista en el Ayuntamiento de Málaga ha vuelto a atacar al equipo de gobierno a costa del presupuesto de la fiesta de agosto. Cinco días después de criticar el excesivo gasto en iluminación en Cortijo de Torres, los socialistas vuelven a la carga para denunciar el elevado coste de la portada principal y el coste de servicios que no se llevan a cabo.

Maria Gámez, portavoz del PSOE, explicó ayer que el presupuesto para la portada es de 166.000 euros cuando en ferias similares esa partida no supera los 30.000. Para barmar esos datos puso como ejemplo la fiesta de Almería, a su juicio «de similares características y dimensiones». También añadió que se está pagando por trabajos que no se realizan, como es el montaje de los palos de la feria, que se quedan montados al finalizar la fiesta.

La concejal en la oposición dijo que pese a la reducción en el gasto general -este año no llegará al millón de euros- todavía se podrían reducir más. «Podemos tener una buena feria sin excesos, queremos que siga siendo relevante porque permite recuperar el pulso económico a la ciudad», aseguró. En este sentido dijo no entender que el precio de la portada se asemeje a lo que costaría una fachada nueva cada año.

Críticas del PP

La concejal de Servicios Operativos, Teresa Porras, volvió a salir al paso de las acusaciones del PSOE para asegurar que los datos no son comparables con los de la feria de Almería porque «es como comparar la leche Puleva con una marca blanca». Porras pidió a Gámez que no «mienta» y que hable con datos sobre la mesa y compare cosas iguales, ya que la portada de Málaga «tiene un diseño, un tamaño y un número de puntos de luz muy superior» a la de otras capitales.

Hablando de datos básicos, Porras recordó que la portada almeriense tiene 25 metros de ancho por los 43 de la de Málaga, 13,15 de alto por los 22,10 de la de la capital y 9.580 puntos de luz por los 32.800 de la portada de Cortijo de Torres. «La iluminación aquí es siempre novedad y el diseño es exclusivo», sostuvo.

Sobre las cifras expuestas por el PSOE, Porras recordó que si el Ayuntamiento tuviera que pagar la portada el primer año de su uso, el gasto se dispararía por encima del medio millón de euros, por eso lo que hacen es amortizarlo con los años. «De cualquier forma es el chocolate del loro, hay cosas más importantes a las que dedicarse», concluyó.