



Las terrazas y bares del Puerto están estos días entre las más concurridas de la capital. :: FERNANDO GONZÁLEZ

EN CIFRAS

3,7

millones de visitantes ha recibido el Muelle Uno en el primer semestre, un 17% más.

26%

se incrementaron las ventas en el conjunto de tiendas, bares y restaurantes en lo que va de año.

14%

aumentó la afluencia de vehículos que utilizan los dos 'parking' del recinto.

Muelle Uno es rentable por primera vez desde que se abrió al público



IGNACIO LILLO

✉ lillo@diariosur.es

Las cuentas del primer semestre se cierran en positivo gracias a un aumento de visitantes, de la ocupación de los locales y del 'parking'

MÁLAGA. Muelle Uno, el centro comercial del Puerto, es rentable por primera vez desde que se inauguró, en diciembre de 2011. Así lo demuestran las cuentas del primer semestre de este año, según fuentes cercanas a la entidad consultadas por SUR. En este informe se hace referencia expresa a que se ha logrado un EBITDA positivo, gracias a la mejora de los ingresos, por la ocu-

pación de los locales y de las ventas de los comercios, así como del 'parking'. Pero también, y de forma muy destacada, por la rebaja del canon que se acordó a finales del año pasado con la Autoridad Portuaria. Esta fue de casi 300.000 euros sobre la cuota inicial, que era de 1,5 millones. Y a la que se ha unido una «optimización del gasto».

El EBITDA, siglas en inglés que corresponden a 'Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization', es un indicador financiero de uso corriente entre las grandes compañías, que valora las ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización; esto es, el beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros.

De entrada, el primer indicador de la evolución de este espacio es el crecimiento en el número de visitantes en el segundo trimestre, con un 17% de incremento, hasta los 3,7 millones. Y ello, sin tener en

cuenta el verano, que es el momento en el que se produce la mayor afluencia. Así, las fuentes destacaron que si el año pasado se cerró con siete millones de usuarios, es muy probable que 2015 se cierre en casi ocho millones.

Por encima de otras consideraciones, la clave de este avance está, según las fuentes, en una fuerte mejora del comportamiento comercial de los operadores, con incrementos de las ventas que están por encima de las del resto de centros comerciales de Málaga, según los estudios de CB Richard Ellis. En términos generales, el incremento ha sido del 26%, lo que se considera un dato «magnífico».

Hay diferencias en función de los sectores, y al contrario de lo que se tiende a pensar, la subida más significativa la han vivido las tiendas de moda, con un 30% más, y los accesorios (40%); mientras que los negocios de restauración aumentaron un 25% su facturación.

Entre las causas, aparece de for-

ma destacada el atractivo del Centro Pompidou, instalado en el Cubo; pero también se percibe un incremento generalizado del consumo, tanto en restauración como en comercio; y de la participación ciudadana en las actividades culturales y de ocio que la entidad organiza.

Nuevos operadores

Unido a lo anterior, ha repuntado el interés de los operadores comerciales por instalarse en Muelle Uno: según este informe, en lo que va de año han sido seis incorporaciones; tanto de tiendas como de servicios de hostelería; mientras que hay varias marcas «con rótulos interesantes», con las que se mantienen negociaciones muy avanzadas, por lo que los acuerdos se podrían cerrar este verano.

En paralelo, el aparcamiento, que es una de las principales fuentes directas de ingresos, ha experimentado en lo que va de año una subida del 14% en el número de vehículos. Pero la cifra más destacada en

este caso se refiere a la de los abonados, que crecen hasta un 30%. En los últimos meses se ha llevado a cabo una campaña de captación, enfocada hacia colectivos y empresas de La Malagueta y el Centro Histórico, con precios competitivos. Muelle Uno cuenta con 900 plazas de estacionamiento, repartidas en dos recintos, ubicados en la esquina del paseo de los Curas y frente a la Farola (este último ha captado una importante demanda de socios del Club Mediterráneo).

«Son datos muy positivos y esperanzadores, en la línea de crecimiento, que nos animan a seguir empujando. Esperamos cerrar en números muy buenos, que los operadores vendan más y que lleguen nuevos interesados en instalarse», comentaron, a modo de conclusión.

Sobre un total de 75 locales, están en activo alrededor de 60, lo que supone un 75% de ocupación. Ello permite el mantenimiento de unos 550 puestos de trabajo, entre directos e indirectos. El último fleco que queda pendiente para cuadrar los números es la activación definitiva del local más grande del recinto, el ubicado en la esquina de los muelles uno y dos, cerca del Cubo. Aunque de forma temporal este verano se ha dedicado a actividades artísticas, la previsión a medio plazo es ocuparlo con una gran superficie comercial.