



Boceto que da idea del aspecto que tendrá la nueva zona comercial, con la misma estética andaluza del resto del recinto. :: SONAE SIERRA

Plantean accesos más directos al recinto para evitar atascos

Si ya son habituales los atascos provocados por los coches que acceden a Plaza Mayor durante el fin de semana, ¿qué pasará cuando abra sus puertas el 'outlet' de lujo? Los responsables de Sonae Sierra y MacArthurGlen aseguran que han previsto «soluciones que arreglarán el problema existente con los accesos». Unas soluciones que pasan por habilitar un acceso «más directo» desde la A-7, evitando que los coches que entran al recinto tengan que ceder el paso en la rotonda. Así lo explicó ayer Fernando García, responsable de Ejecupla, la empresa que está realizando el planeamiento, añadiendo que actualmente están en conversaciones con Ayuntamiento y Ministerio de Fomento para consensuar las actuaciones a realizar.

El 'outlet' de lujo de Plaza Mayor abrirá a mediados de 2017 con 700 empleados



NURIA TRIGUERO

✉ ntriguero@diariosur.es

La primera fase de la nueva zona comercial albergará 90 tiendas de marcas textiles de alta gama con descuentos de entre el 30 y el 70%

MÁLAGA. Firmas de moda de alta gama como Gucci, Prada, Armani o Calvin Klein y marcas deportivas de gran tirón como Nike o Adidas serán las protagonistas del centro 'outlet' de 30.000 metros cuadrados que previsiblemente empezará a construirse a finales de este año dentro del recinto comercial y de ocio Plaza Mayor. Será la primera superficie de estas características en Andalucía, además de la primera que abre en Espa-

ña el grupo británico McArthurGlen, líder europeo en 'outlets' de lujo, que se ha aliado con Sonae Sierra, la empresa propietaria de Plaza Mayor, para acometer esta iniciativa valorada en 115 millones de euros.

Lo que define la fórmula comercial 'outlet' es la venta de artículos de temporadas pasadas con precios rebajados, de forma que las marcas se liberan del 'stock' y el consumidor accede a productos de lujo a precios asequibles. En el caso de los veinte centros que McArthurGlen gestiona en Europa, los descuentos se mueven entre el 30% y el 70%, según explicó ayer en Málaga el director de desarrollo de esta cadena británica, Joan Jove, que destacaba el «fuerte interés» de las marcas por instalarse «en este punto estratégico de la Costa del Sol».

Poco a poco van conociéndose más detalles de Designer Outlet, que es el nombre elegido para este nuevo centro comercial anexo a Plaza Mayor. Ayer, Joan Jove y el director de gestión de activos de Sonae Sierra en España y Portugal, Alexandre Fernandes, anunciaron que su meta es abri-

esta superficie al público a mediados de 2017. Concretamente lo que se pondrá en marcha para esa fecha será una primera fase que ampliará en 10.000 metros cuadrados la superficie actual de Plaza Mayor y ocupará otros 7.000 metros cuadrados desocupados de la zona de ocio, con una inversión de 70 millones de euros. En estos 17.000 metros cuadrados se habilitarán 90 tiendas que crearán 700 puestos de trabajo. El proceso de selección de personal comenzará a principios de 2017.

La segunda fase del recinto se empezará a construir una vez se haya inaugurado la primera. Se calcula que podría abrir sus puertas para 2019, con una inversión de 45 millones de euros, una superficie comercial alquilable de 13.000 metros cuadrados y unos 300 empleados. En total, se habilitarán 600 plazas de parking adicionales a las que ya tiene el centro comercial y de ocio. El estilo arquitectónico de esta nueva superficie será similar al de Plaza Mayor, en línea con las

construcciones tradicionales andaluzas. «Queremos que la experiencia sea similar a comprar en las calles principales de las ciudades», explicó Jove.

Este 'outlet', que supone la segunda ampliación de Plaza Mayor, se ubi-



Rafael Perea, Alexandre Fernandes y Joan Jove.

:: M. C SÁNCHEZ

cará al este del actual recinto, ocupando parte de los aparcamientos en superficie (que pasarán a ser subterráneos) y también el extremo este de la zona de ocio, actualmente desocupado. La tramitación urbanística del proyecto va «según lo previsto», según Alexandre Fernandes. «Tenemos aprobado el convenio urbanístico con el Ayuntamiento y ahora se tiene que tramitar el cambio del PGOU», explicaba ayer.

Respecto al estudio de inundabilidad del Guadalhorce recientemente difundido por la Junta, que incluye a Plaza Mayor en la zona potencialmente afectada, los promotores del recinto afirmaron no estar «especialmente preocupados», aunque reconocieron no conocer en detalle el informe, por lo que han pedido una cita con la Consejería de Medio Ambiente para conocer si les afecta en alguna medida.

Sonae y MacArthurGlen creen que esta actuación reforzará Plaza Mayor como «una de los mejores y más novedosas ofertas comerciales de España», por aglutinar en el mismo recinto un centro comercial, uno de ocio y un 'outlet' de lujo. La ampliación incrementará los más de nueve millones anuales que recibe el recinto y los más de 97 millones en ventas que genera. Sus promotores no quisieron dar una previsión, aunque si afirmaron que atraerá a visitantes «de 90 minutos a la rotonda».