

Lunes 24.02.14
SUR

| MÁLAGA | 3

LAS FRASES

José Luis Ramos
Presidente de Aehma**«El sector realmente está sobreviviendo. Se cierran muchos bares porque no pueden pagar el alquiler»****Rafael Prado**
Proprietario del Café Central**«Hay una saturación importante. Me da miedo el futuro, el Centro corre el riesgo de perder la chispa a marchas forzadas»****Ana Navarro**
Concejala de Comercio**«Su presencia es más llamativa por las terrazas, pero no es cierto que la hostelería lo ocupe todo»**

car algo neto? Es inviabile», asegura. «Al que esté pensando en montar un negocio le diría que primero haga un pequeño estudio de viabilidad y de la posible rentabilidad, que no abra pensando que va a triunfar, y que pregunte en las asociaciones».

Obligados a trasladarse

El empresario José Simón, propietario del pub Morrissey's, ha vivido en primera persona todos estos efectos. Después de diez años en su sede de la plaza del Siglo, se cumplió su contrato de alquiler y de pagar casi 13.000 euros al mes pasaron a pedirle 18.000. A pesar de reconocer buenos rendimientos, no podía hacer frente a esa cifra. Por ello, está a punto de culminar el traslado y en los próximos días reabrirá en el local

que ocupaba la bodega Las Garrafas, en la calle Méndez Núñez (junto a Uncibay), donde la cuota bajará a la tercera parte. «Esto sigue en la burbuja», exclama.

En cambio, los datos del Área de Comercio referidos a todo el distrito Centro (no solo la almendra) ponen de relieve que el año pasado todavía se producían más aperturas de tiendas que de bares. La concejala de Comercio, Ana Navarro, es consciente de que los precios se han disparado, animados por la tendencia creciente de la hostelería. «El Centro es una zona de turismo, que busca los servicios gastronómicos. Su presencia es más llamativa por las terrazas, pero no es cierto que la hostelería lo ocupe todo».



Dounia Zaari y Lidia Rojas, ante el local que preparan. :: MORENO

«Hay gente que cree que llega al Centro y ya está en la mina de oro»**Los promotores de una nueva marisquería frente al museo Thyssen narran su experiencia**

Los empresarios, que ya tienen un negocio similar en La Malagueta, aseguran que solo despunta «el que ofrece calidad y precio»

a la misma calle Compañía y que aprovechará la extensión de la fachada, que es bastante alargada. Pretenden abrir hacia finales de este mes, con vistas a que en la Semana Santa ya esté a pleno rendimiento. Para ello, prevén contratar a cinco personas.

|| I. LILLO

MÁLAGA. El local que hay justo en frente del museo Carmen Thyssen, en la calle Compañía, está estos días en plena ebullición de albañiles, fontaneros y electricistas. A las puertas se encuentran Lidia Rojas y Dounia Zaari, dos de los cuatro socios del futuro negocio, que ilustra a la perfección el auge de la hostelería en el casco antiguo, y cómo se están reconviertiendo algunos locales que antes eran comerciales. La futura marisquería Canela Fina ofrecerá pescado, marisco y platos típicos para fomentar la cocina tradicional malagueña, según explican las empresarias. El local era antes una joyería, aunque llevaba tiempo sin actividad. De manera que hace casi dos meses arrancaron con el proyecto y están culminando ya las obras de reforma. «Nos hemos lanzado a la aventura», comentan.

Todavía no han llegado al coste total de esta fase —«estamos haciendo números»— pero estiman que la inversión no bajará de los 100.000 euros. Sin dar cifras, tampoco esconden que el alquiler no es precisamente barato. «Figúrese justo donde estamos (frente por frente a la pinacoteca); el hecho de ser cuatro no es por gusto». Aunque el salón en sí no es muy grande, la clave es la terraza, que dará

Competencia

Green que no les falta parte de razón a aquellos que piensan que el Centro está saturado de bares, aunque a renglón seguido esgrimen que ellos no son nuevos en el sector, sino que vienen respaldados por 14 años de experiencia en el negocio en La Malagueta, donde tienen la marisquería Los Delfines. «Es verdad que hay muchos y al final el que despunta es el que hace bien, la buena relación calidad-precio es lo que tiene que primar, y esa es nuestra intención», explica Rojas, y añade: «Tenemos ganas de hacer un proyecto que se prolongue en el tiempo, porque es verdad que hay un baile de locales. Hay gente que cree que llega al Centro y ya está en la mina de oro».

«También es verdad que a cualquiera que le decimos que vamos a abrir el negocio aquí, en el entorno del Thyssen, con pescado y marisco, lo ven bien porque este tipo de oferta no hay en la zona, es casi todo tapeo», agrega Zaari. «Es lo típico de Málaga, y por eso hemos apostado por este negocio», indica su socia. ¿Hay nicho de mercado todavía en el Centro? «Si lo haces bien, sí», responden ambas a la vez. «Si no tuviéramos fe en que esto va a salir no estaríamos aquí. Estamos seguros de que nosotros lo vamos a hacer bien y va a funcionar».



al menos 25 locales en la zona. :: YHASMINA GARCÍA

LAS CIFRAS

Alquileres y traspasos
Discoteca en funcionamiento a pocos metros de la plaza de la Constitución: 1,5 millones de traspaso.
Plaza del Siglo: Subió de 13.000 a 18.000 euros al mes en la propuesta de renovación.
Juan de Padilla: 300.000 euros de traspaso.
Plaza de la Merced: 160.000 euros de traspaso y 3.500 de renta.
Calle Granada: 100.000 euros de traspaso y 5.000 de alquiler.
Calle Santa María: 90.000 euros de traspaso.
Plaza de la Constitución: 9.000 euros al mes.
Plaza del Carbón: De 5.000 a 6.000 euros al mes.
Plaza de las Flores: De 6.000 a 8.000 euros mensuales.
Plaza Uncibay: 6.000 euros al mes.
Calle Compañía: 3.000 euros/mes.

Aperturas en 2013

Comercio: Se concedieron 284 licencias el año pasado, lo que representa el 41% (el dato del Área de Comercio está referido a todo el distrito Centro, y no solo el casco histórico). La tendencia es decreciente.
Hostelería: 220 licencias, el 32% del total. La tendencia es creciente, aunque todavía priman las tiendas sobre los bares.
Servicios profesionales: 118 solicitudes, el 17%.

mente un refugio: «Montar un bar vale mucho dinero, con inversiones de entre 60.000 y más de 200.000 euros. Estas son apuestas importantes de empresarios, les tengo mucho respeto». Tampoco cree que los traspasos cada poco tiempo supongan mala imagen. En cambio, sí reconoce que es necesario profesionalizarlo más, con la colaboración de las escuelas de hostelería.

En cuanto al debate de las relaciones públicas, advierte de que se deben limitar al área de influencia

de su establecimiento, y no salir del entorno del negocio, igual que ocurre en el resto de Europa. «No se puede tener gente que tenga un restaurante en un punto captando clientes muy lejos de su entorno».

Autorregulación del mercado

La concejala de Comercio, Ana Navarro, también rechaza la posibilidad de que desde el Ayuntamiento se impulse una «política intervencionista». «El mercado se autorregula por la competencia, y los que no puedan seguir cerrarán». A su juicio,

llegará un punto de inflexión y los costes empezarán a caer. «Los precios de los alquileres están subiendo mucho pero los de las consumiciones bajan, porque hay más oferta que demanda».

Por ello, recalca que no va a haber ninguna regulación municipal, salvo cumplir la ordenanza y la legislación. En cambio, Navarro recuerda que desde el Consistorio se está promocionando el comercio tradicional, con el objetivo de hacer de Málaga un destino de compras y gastronomía especializada.