

EL SOHO

La metamorfosis de un barrio

La zona del Muelle Heredia, ahora conocida como el Soho, lucha para dejar atrás su imagen anterior. La reconversión urbanística pretende enriquecer el comercio local, y hacer del barrio un lugar de interés cultural para los malagueños

Matías Stuber
MÁLAGA

FOTOS DE ÁLEX ZEZA

Sex Shop Hamburgo, Club de los Conejitos o Cabinas privadas. No es el famoso barrio alemán de St. Pauli. Son los rótulos que todavía rezan en la calle Tomás Heredia y recuerdan una parte del pasado del hoy llamado Soho. La zona comprendida entre el Sur de la Alameda y el Muelle de Heredia lucha por borrar ese aspecto de su historia. Prostitución y degradación urbanística otorgaron una fama negativa al barrio, que hizo que muchos malagueños evitaran sus calles.

Una situación insostenible para vecinos y comerciantes que veían como sus negocios se hundían. El Ayuntamiento se hizo eco de sus quejas y de sus ideas y diseñó un proyecto para resaltar el barrio. Para ello contó con 1,5 millones de euros provenientes de fondos Poctefex (Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España). El pasado 8 de enero se iniciaron las obras para peatonalizar la calle Tomás Heredia, clave para conseguir la conexión con el centro de Málaga. La metamorfosis del barrio tuvo su punto álgido cuando Shepard Fairy, mejor conocido como Obey, finalizó su gigantesco mural en un edificio

céntrico de la zona. La únicas obras pendiente ahora mismo son la finalización del eje transversal que une el Puerto con el CAC y la plaza Alfonso Canales. La realidad del barrio ha cambiado. El tráfico y los coches aparcados en doble fila han desaparecido. Sus calles han mejorado estéticamente y ahora invitan a pasear por ellas. Aún así, hay poco movimiento de personas en plena época navideña. El reto que se les presenta ahora a los comerciantes es el siguiente: motivar a la gente para que se deje caer por el nuevo Soho. Así también lo ve Francisco Marín, que regenta una tienda de pádel en la calle Tomás Heredia: «Con la peatonalización se ha ganado mucho. A nivel comercial se me han abierto posibilidades que antes no tenía. Ahora solo falta atraer más negocios al barrio para que le den más vida. Más comercios también aumentan el público en potencia y pienso que todos nos beneficiaríamos de ello».

Asociación de comerciantes

Muchos locales siguen vacíos y le otorgan un aspecto tétrico al barrio. A las dificultades del momento, se suman unos precios de alquiler que se han elevado un 25% desde la reestructuración del barrio. Dice Gema del Corral, concejala del Distrito Centro, «que no está en sus manos influir en el precio del alquiler. El Soho será lo que sus comerciantes y los

malagueños quieran que sea. El Ayuntamiento ha puesto las bases, pero ahora tiene que ser la iniciativa privada la que tome el mando».

Para ello se ha creado la Asociación de Empresarios Soho Málaga Barrio de las Artes. Los diferentes comerciantes tienen claro que tienen que potenciar las actividades culturales del barrio. Buscan el valor añadido en la cultura, como lo confirma su presidente, Francisco Carasquillo: «Nosotros ni podemos, ni pretendemos competir con calle Larios. Buscamos diferenciarnos a través de actividades culturales que hagan que la gente venga al Soho. Así lo hicimos con el mercado navideño del pasado 22, que fue un éxito rotundo. Se repetirá el día 5 de enero».

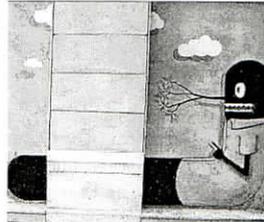
Hay tiendas que ya han encontrado la clave del éxito en la especialización. Es el caso de Comic Store. Su gerente, Miguel Ángel Díaz resalta las cualidades de la ubicación: «El Soho me permite estar cerca de una zona privilegiada como es el Centro de Málaga, sin estar en calle Larios. Ningún comercio pequeño se puede permitir eso ahora mismo. Por el tipo de negocio que tengo, no dependo mucho de la clientela de paso. Pero el día es largo y al final sí que se acerca más de un curioso». Es pronto para hacer un balance. El paso del tiempo dirá en qué quedará el Soho. Sus comerciantes intentan mejorarlo día a día.

UN ÁREA EMERGENTE



LA CALLE TOMÁS HEREDIA ES LA CONEXIÓN ENTRE SOHO Y CENTRO
► Uno de los objetivos de la reconversión del Soho, era beneficiarse de la afluencia de la que gozan el centro de Málaga y Calle Larios. Para ello, fue clave peatonalizar Tomás Heredia, que se convierte en arteria principal.

EL FUTURO DEL SOHO



Los alquileres suben un 25%

► Desde la finalización de las obras en calle Tomás Heredia, los locales que están en alquiler han subido una media de un 25%. Estos elevados precios frenan a las personas interesadas en establecer un negocio. Si a la ya de por sí difícil coyuntura económica, se suman unos precios de alquiler desorbitados, las cuentas no salen. Muchas personas vienen a ver los locales que están vacíos, pero salen con la cabeza agachada cuando el agente inmobiliario les comunica el precio. Dice Francisco Marín, comerciante de la zona, que «muchos dueños de los locales se han confundido con el Soho de Londres o el Soho de Nueva York y ahora piden el oro y el moro. Creen que esta es la oportunidad perfecta para ganar dinero sin hacer nada. Al final se consigue lo contrario. Los locales permanecen vacíos, y ellos no obtienen un alquiler

EVENTOS

SOHO MARKET

Mercado navideño

► El pasado día 22 de diciembre se realizó un mercado navideño en los que varios artesanos expusieron sus productos. Debido al éxito rotundo, se repetirá el 5 de enero.

MERCADO DE LAS ARTES

Cada primer fin de semana

► A partir del próximo mes de febrero, se realizará cada primer fin de semana de mes, el denominado Mercado de las Artes. Una selección de artistas plásticos montarán sus puestos y se mezclarán con los comerciantes de la zona para potenciar el negocio.

que tendrían seguro, si pidieran algo menos».

Un local de 100 metros cuadrados que se anuncia como «muy económico», cuesta unos 750 euros al mes.

También falta en el Soho un negocio de los llamados de «impacto». Una gran superficie o franquicia que atraiga mucho público. De ello se beneficiarían los pequeños comercios de la zona. Según Gema del Corral, «hay varias negociaciones abiertas y queda que éstas fructifiquen». También se especula con inversores chinos que estarían interesados en esta zona emergente.

Málaga



FRANCISCO PALOMAS
Propietario de la Panadería Centro

► Se muestra contento con la nueva estética del barrio: «Las obras han sido muy molestas, pero ha merecido la pena. La estética del barrio ha cambiado totalmente. Hay que tener paciencia. Todavía queda mucho por hacer»



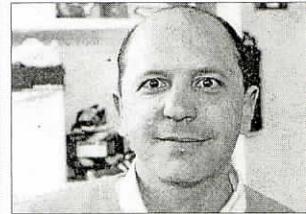
JOSÉ CARLOS CABRA
Trabajador de Comic Store

► Alaba las iniciativas que se están llevando a cabo: «El mercado navideño que hicimos el 22 de diciembre fue todo un acierto. Nosotros montamos un puesto y vendimos mucho. Espero que se repita el próximo día 5 para reyes»



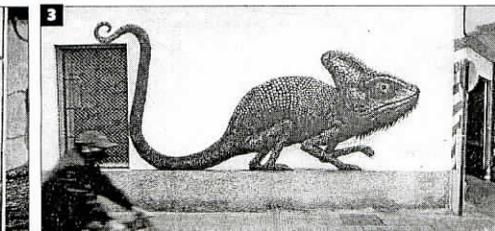
FRANCISCO CARRASQUILLA
Presidente de Asociación de Comerciantes

► Ve el futuro del barrio en el valor añadido: «Nosotros debemos aportar algo más que el mero hecho de comprar al visitante. A través de la cultura queremos enriquecer la visita al Soho y hacer que el cliente vuelva de nuevo»



FRANCISCO MARÍN
Gerente de la tienda All 4 Padel

► Piensa que la clave ha sido la peatonalización: «Mi comercio ahora tiene unas posibilidades que no había antes. Me puedo aprovechar del cliente que está de paseo y pasa por casualidad. He notado que las ventas incrementan»





FRANCISCO PALOMAS

Propietario de la Panadería Centro

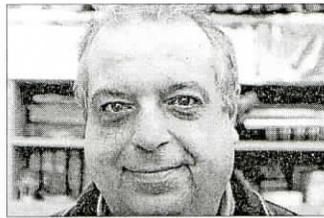
► Se muestra contento con la nueva estética del barrio: «Las obras han sido muy molestas, pero ha merecido la pena. La estética del barrio ha cambiado totalmente. Hay que tener paciencia. Todavía queda mucho por hacer»



JOSÉ CARLOS CABRA

Trabajador de Comic Store

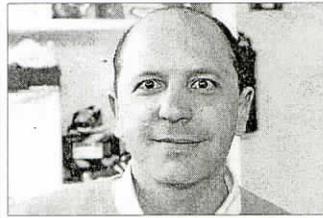
► Alaba las iniciativas que se están llevando a cabo: «El mercado navideño que hicimos el 22 de diciembre fue todo un acierto. Nosotros montamos un puesto y vendimos mucho. Espero que se repita el próximo día 5 para reyes»



FRANCISCO CARRASQUILLA

Presidente de Asociación de Comerciantes

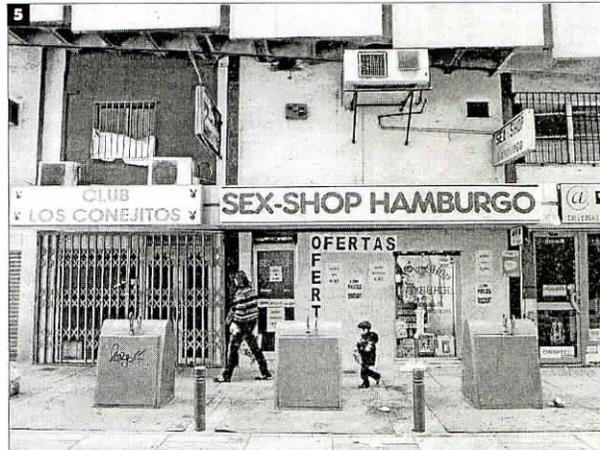
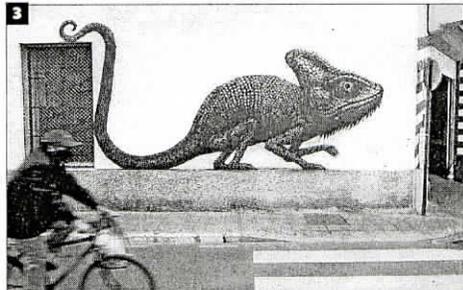
► Ve el futuro del barrio en el valor añadido: «Nosotros debemos aportar algo más que el mero hecho de comprar al visitante. A través de la cultura queremos enriquecer la visita al Soho y hacer que el cliente vuelva de nuevo»



FRANCISCO MARÍN

Gerente de la tienda All 4 Padel

► Piensa que la clave ha sido la peatonalización: «Mi comercio ahora tiene unas posibilidades que no había antes. Me puedo aprovechar del cliente que está de paseo y pasa por casualidad. He notado que las ventas incrementan»



► **EL BARRIO DEL SOHO HA SUFRIDO UNA TRANSFORMACIÓN RADICAL** **1** Los grafitis son una constante en el barrio del Soho. **2** El mensaje para los futuros comerciantes o empresarios es claro. **3** Otro grafiti que muestra la creatividad de los artistas malagueños. **4** La calle Tomás Heredia está ya totalmente peatonalizada. **5** Algunos rótulos todavía indican el pasado turbio de lo que antes se conocía como la zona del Muelle Heredia. Drogas y prostitución dominaban el terreno