

Mango y Tramas + apuntalan la oferta comercial del Gran Vía

REDACCIÓN

El Centro Comercial Gran Vía, propiedad de Lar España Real Estate Socimi, refuerza su oferta comercial con la llegada de Mango y Tramas +. También fortalece a los operadores existentes, como Bimba y Lola, que duplicará el espacio de su tienda en la Planta 1.

El nuevo barrio del Pítamo unirá Bellavista con Montequinto

- ▶ El Ayuntamiento ha desbloqueado el proyecto, que contempla 9.730 viviendas de aquí a 2029
- ▶ Este desarrollo, con 1.100 millones de euros de inversión en cinco fases, está vinculado a la línea 3 del metro

ALBERTO GARCÍA REYES
SEVILLA

La mayor bolsa de suelo urbanizable que quedaba por desarrollar en Sevilla, la correspondiente a los pagos de la Hacienda Villanueva del Pítamo, ya ha sido desbloqueada por el Ayuntamiento, lo que supondrá un avance definitivo en el crecimiento de la ciudad por la zona Sur y la conexión entre los núcleos urbanos de Bellavista y Montequinto. Este espacio situado justo entre las actuales Torres de Hércules y la Comandancia de la Guardia Civil de Montequinto estaba en trámites de urbanización desde hace más de una década. Y ayer la Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente en coordinación con la Junta de Compensación de estos terrenos desbloqueó esta tramitación administrativa para el desarrollo urbanístico de los suelos de esta zona en el Sur de la ciudad, avanzando así en un proyecto público-privado que, en el horizonte temporal de 2029 y en distintas fases, contempla la construcción de un nuevo barrio con 9.730 viviendas, de ellas un tercio protegidas, 18,5 hectáreas reservadas a servicios avanzados (empresas de innovación y tecnologías) y grandes áreas verdes y arboladas. En conjunto, sus promotores calculan 1.100 millones de euros de inversión y cinco fases de ejecución, arrancando la primera en 2024.

Esta iniciativa, que supone desplegar la mayor bolsa de suelo urbanizable existente en la ciudad, con 208 hectáreas, será posible tras la aprobación provisional por parte del Ayuntamiento, y tras ocho años de trabajo para resolver cuestiones técnicas y económicas, del Plan Parcial del sector SUS-DBP-06 «Villanueva del Pítamo», documento que ordena de forma detallada y pormenorizada los distintos usos de los suelos y encauza su ejecución urbanística para los próximos años.

«Se desbloquea así un proyecto estratégico para la Sevilla de esta década: el Pítamo. No es cualquier proyecto, sino la mayor bolsa de suelo pendiente de desarrollo del Plan General de Ordenación Urbanística y la mayor

inversión pendiente de ejecución, enmarcándose en la expansión de la ciudad hacia el Sur, generando una nueva centralidad de Sevilla, con un gran impulso en cuanto a inversión, actividad económica y dinamización», explicó el alcalde, Antonio Muñoz, durante la presentación de esta iniciativa de colaboración público-privada, junto con Juan Manuel Flores, delegado de Hábitat Urbano y Cohesión Social y Pedro Rodríguez, presidente de la Junta de Compensación Villanueva del Pítamo, conformada por una serie de socios, entre los que la Sareb y Landcompany, filial del Banco de Santander, que tienen la mayoría, y entre los que figuran también la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento. También estuvo en el acto Miguel Ángel Rojas, arquitecto de este proyecto y redactor del Plan Parcial.

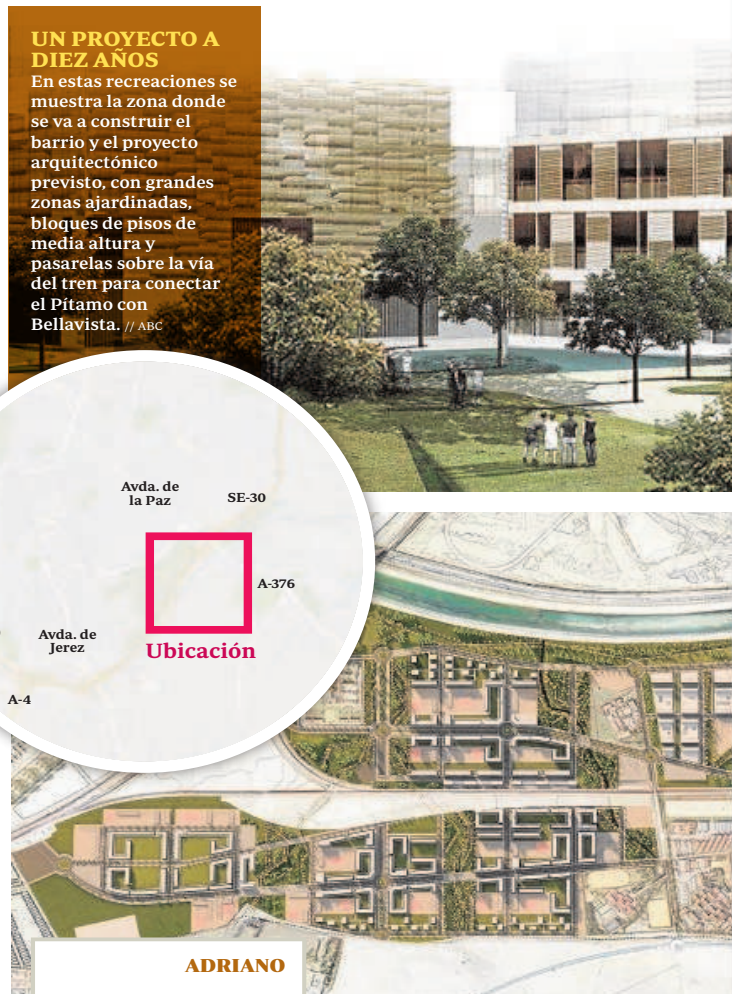
Antonio Muñoz recordó también que la zona Sur de la ciudad, el Distrito Bellavista-La Palmera, experimentará un impulso durante los próximos años con una docena de proyectos ya en marcha «y un volumen de inversión sin precedentes» que supondrán su reactivación con más zonas residenciales, equipamientos, espacios libres y áreas verdes, terrenos de usos terciarios y mejoras en la movilidad. Entre esos proyectos están la urbanización de parcelas junto a la Avenida Jerez, el desarrollo de los suelos del Cuartel de Su eminencia, el proceso para renovar las viviendas de la barriada de Guadaíra con la construcción de VPO, el complejo residencial de Metrovacesa en Palmas Altas o el previsto desarrollo urbanístico de Regimiento de Artillería.

«Estos proyectos contribuirán a configurar la Sevilla que queremos encontrarnos en el año 2029, en torno, pues,

El barrio también cuenta con 18 hectáreas de uso industrial y con un parque que conecta con el Guadaíra

UN PROYECTO A DIEZ AÑOS

En estas recreaciones se muestra la zona donde se va a construir el barrio y el proyecto arquitectónico previsto, con grandes zonas ajardinadas, bloques de pisos de media altura y pasarelas sobre la vía del tren para conectar el Pítamo con Bellavista. // ABC



ADRIANO

Todo al Sur

La apuesta urbanística del Ayuntamiento es clara: todo al Sur. Con los nuevos barrios Isla Natura en Palmas Altas y el Pítamo, el crecimiento de Sevilla por esta zona será exponencial en la próxima década. Pero eso conlleva también serias obligaciones para la administración, sobre todo en las conexiones para evitar saturar este espacio. La línea 3 del metro es, por tanto, crucial para los planes municipales. Hay que hacerla sí o sí.

al centenario de la Exposición Iberoamericana de 1929, horizonte temporal para el que aspiramos a una transformación de Sevilla y a un cambio en su modelo productivo», según remarco el alcalde, quien destacó, además, seis principales hitos en torno a este proyecto. El primero, que el nuevo barrio del Pítamo tendrá uno de los mayores desarrollos de vivienda protegida de Andalucía en estos momentos, con más de 3.600. El segundo, la gran apuesta por las zonas verdes y arboladas, con una ampliación del Parque de Guadaíra y la incorporación de los arroyos a la ordenación urbanística de forma que se integren en el sistema general de espacios libres de la ciudad en conexión con el anillo verde del Guadaíra. Entre zonas verdes y espa-

PRINCIPALES CIFRAS DEL PROYECTO

INVERSIÓN

1.100

Esta es la cantidad en millones de euros que prevé invertir la promotora en cinco fases.

VIVIENDAS

9.730

Es el total de las viviendas proyectadas, lo que implica que el barrio tendrá 30.000 personas

PROTEGIDAS

3.659

Un tercio de las viviendas construidas serán de protección oficial

cios libres existen 442.000 metros cuadrados.

Nueva área industrial

El tercero, se garantiza una completa red de equipamientos públicos y privados en toda la ordenación urbanística, ejecutada conforme se vayan desarrollando los usos residenciales. El cuarto, la generación de un distrito tecnológico, con espacios para innovación, emprendimiento e investigación -con unos 185.000 metros cuadrados para esa nueva área industrial y empresarial-. El quinto, el barrio se ha diseñado bajo criterios de sostenibilidad y accesibilidad, con un diseño arquitectónico que apuesta específicamente por un modelo de ciudad en quince minutos en la planificación de las infraestructuras y los servicios. Y el sexto, se plantea un modelo de crecimiento sostenido sobre el transporte público, a través de ferrocarril y conexión con el metro.

El objetivo de la Junta de Compensación es que la primera fase pueda arrancar en el año 2024 con las obras de urbanización de las primeras mil viviendas y una primera fase del desarrollo industrial y vinculado a la innovación, todo ello localizado en la zona más consolidada del sector, junta a la ciudad deportiva del Sevilla FC, cuartel de la Guardia Civil y colegios Tabladilla y Entreoilivos. El nuevo barrio del Pítamo tendrá capacidad para unos 30.000 residentes, a tenor de las promociones inmobiliarias previstas.

Con esta iniciativa el Ayuntamiento pretende volver a superar la cifra de 700.000 habitantes en el próximo lustro tras las sucesivas caídas del Padrón. Hay que tener en cuenta que este barrio estará en servicio de manera casi simultánea con el denominado Isla Natura en Palmas Altas, por lo que el crecimiento de la ciudad por la zona Sur será exponencial en los próximos años y tanto la Ciudad de la Justicia como el Centro Comercial Lagoh quedarán integrados en el nuevo tramo urbano. Por otra parte, el Pítamo conectará Sevilla con Dos Hermanas, de manera que a través de Entrenúcleos se unirá el municipio nazareno con Montequinto y con Bellavista.



Mango y Tramas + apuntalan la oferta comercial del Gran Vía

Redacción • [original](#)

La empresa editora y su sociedad de control Prensa Ibérica Media, S.L., así como otras empresas con las que trabajamos, almacenamos y accedemos a información no sensible de su dispositivo, como cookies y otros identificadores, para personalizar la publicidad y el contenido en base a sus hábitos de navegación y perfiles de interés, que adicionalmente pueden ser compartidos con terceros. Algunas de las empresas con las que trabajamos procesan la información derivada de cookies y otros identificadores con única finalidad estadística. Puede cambiar sus preferencias o rechazar su uso pulsando en "más información" o en cualquier momento en el vínculo inferior de "preferencias de privacidad". Encontrará información más detallada en nuestra [Política de Cookies](#).

A large blue rectangular area containing the 'FARO DE VIGO' logo in white, serif capital letters. The background of the rectangle has a faint, abstract pattern of overlapping shapes.

El centro comercial Gran Vía incorpora a Mango y Tramas

VIGO / LA VOZ

El Centro Comercial Gran Vía de Vigo ha reforzado su oferta comercial sumando nuevos operadores como Mango y Tramas + . También fortalece los operadores existentes, como la cadena textil y de complemento Bimba y Lola que duplicará el espacio de su tienda en la primera planta. La empresa textil Mango contará con una nueva tienda de más de 500 metros cuadrados en la planta primera. En diciembre de 2021 inauguró con gran éxito la perfumería Druni y en 2022 incorporará estas dos nuevas firmas a una oferta de más de 120 establecimientos. El centro es de Lar España Real Estate Socimi, gestionado por Grupo Lar a través de Gentalia,

La milla de oro de los supermercados

Las cadenas de distribución acaparan el 70% de la inversión en locales comerciales y concentran los alquileres



BM ha abierto un supermercado junto a otro de Aldi en la calle Fuencarral de Madrid. SANTI BURGOS

POR C. SÁNCHEZ-SILVA

La milla de oro de los supermercados. Así denomina Augusto Lobo, director del área comercial de la consultora inmobiliaria JLL, al espacio de la madrileña calle de Fuencarral que ahora está dominado por las cadenas de alimentación, que desde que irrumpió la pandemia son los actores más activos en la contratación de locales comerciales. De hecho, a finales de 2020 fueron las únicas interesadas en alquilar estos inmuebles, que permanecían en letargo como consecuencia de los cierres por la covid. En los antiguos cines Roxy A y Roxy B se han acomodado Aldi y el mes pasado el supermercado regional BM. Puerta con puerta luchan por hacerse con los clientes de Carrefour, que domina la escena con un ramillete de supermercados a pocos metros de distancia: Lidl, que se ha estrenado en el número 101 de la calle en el local que en su día albergó a Vips y antes de que llegue Mercadona al número 77 (si bien tiene otro establecimiento en las inmediaciones).

Todas las empresas de distribución están buscando inmuebles en el centro de las principales ciudades, asegura Lobo, cada una para adecuarlos a sus diferentes formatos de supermercado, en general de 1.000 a 3.500 metros cuadrados de superficie. Desde las grandes Mercadona, Carrefour, Lidl, Día y Aldi, hasta las cadenas regionales como Froitz, Gadis y BM, por poner algunos ejemplos. "Con sus aperturas, estas últimas intentan convertirse en cadenas de penetración nacional", dice el director de Retail de JLL, quien considera que son las enseñas que más espacio están

demandando sobre todo en Madrid, Barcelona y las tres capitales vascas.

Los supermercados están cambiando la fisonomía de los principales ejes comerciales de las ciudades españolas, que antes de la pandemia solían lucir rótulos más glamurosos. Los cierres provocados por la crisis de la covid han hecho desaparecer a muchos comerciantes y han dejado vacíos unos inmuebles que ahora aprovechan estas cadenas. Y pagan precios muy distintos a sus anteriores inquilinos. Otro efecto de la pandemia y también de su poder de negociación. Dentro de Madrid las rentas oscilan entre 15 y 20 euros por metro cuadrado, si bien en la calle de Fuencarral pueden superar esos importes.

Estas compañías no solo demandan salas de ventas, sino locales para convertirlos en puntos de entrega de pedidos por internet que complementan con tiendas de conveniencia, como es el caso de Alcampo, o los denominados *dark stores*, tiendas negras donde almacenar y preparar las cestas de la compra digitales, como hace Día.

“Ocupan los espacios que dejan firmas más glamurosas en los principales ejes de los centros urbanos

Sin embargo, las grandes cadenas de distribución no son las únicas que se pelean por los espacios comerciales disponibles, según Lobo. También están irrumpiendo con fuerza los operadores digitales puros, que envían los pedidos en un abrir y cerrar de ojos. Enseñas como Gorilla, Dija o Getir.

Mientras buscan seguir abriendo tiendas a un rit-

mo frenético, los supermercados también se desprenden de locales que no se adaptan a su formato. De hecho, según Paul Santos, director de inversiones en *retail* en la consultora CBRE, "el neto de 2021, entre aperturas y cierres, quizás ni siquiera sea positivo".

Santos destaca que el interés de los fondos de inversión por la compra de tiendas de alimentación se ha disparado. En 2020 las operaciones sobre este tipo de negocios alcanzaron los 600 millones de euros y en 2021 se han situado cerca de 500 millones, "cuando en un año normal se mueven entre 200 y 300 millones de euros", sostiene. Los super-

mercados, puntualiza, han representado el 70% de toda la inversión en superficies comerciales realizada el año pasado, cuando tradicionalmente no alcanza el 20%.

"Desde la pandemia, lo que más ocupados nos mantiene es la alimentación", afirma. Porque los inversores quieren tener aseguradas unas rentas con sectores esenciales para la economía para evitar los cerrojazos comerciales del año más duro de la pandemia. "Existe una alta presión por invertir, con los tipos tan bajos y la gran liquidez que hay", explica Santos. Los fondos de inversión buscan que la cadena de distribución asegure el pago de las rentas y aborde las reformas necesarias en los establecimientos y así defenderse de la inflación con un sector en el que crecen las ventas y existe recorrido en el precio de los alquileres, que se incrementan con arreglo al IPC. Quieren empresas solventes

y entre un 4% y un 6% de retorno sobre el capital invertido, detalla el directivo de CBRE.

En su opinión, la alimentación concentra el interés de los inversores, que no se atreven con los centros comerciales "sanos" porque hay mucha incertidumbre. Los precios han subido bastante, dice Santos; si antes de la covid las rentabilidades de los supermercados se situaban en torno al 6%, ahora han bajado al 5%, "se han comprimido entre 100 y 120 puntos".

Realty Income Corporation ha sido el inversor más activo, con dos operaciones cerradas en 2021: la compra a Merlín de 30 supermercados Caprabo por más de 100 millones de euros y de otros 7 a Carrefour por 93 millones. Pero hay otros fondos de inversión americanos, alemanes, británicos o portugueses analizando estos paquetes de activos.

En cambio, las *socimis* españolas, como Lar o Merlín, están aprovechando el momento para desprenderse de locales comerciales alquilados a supermercados, "aunque ya no quedan muchos que vender", dice Santos. También los propios distribuidores. Mercadona se deshizo de 27 supermercados en julio que compró el fondo de inversión israelí MDSR Investments por más de 100 millones; Eroski se desprendió de 22 tiendas, adquiridas por el fondo británico Blackbrook por 59 millones, y Carrefour y Cash Lepe vendieron 10 tiendas al fondo portugués Square en su primera operación en España. Otras tantas cadenas regionales también están desinvirtiendo. "El portafolio de tiendas quizás no sea tan estratégico para los operadores en pleno cambio digital. Sumidos en un proceso de digitalización que exige inversiones, las operaciones de *sale & lease back* son un buen camino para obtener liquidez", concluye Santos.