

Caraba y el cierre sur de Madrid

Una oportunidad comercial en un enclave estratégico

Aparte de ser la ciudad más poblada de España, Madrid tiene una pujanza económica por encima de la media nacional. Su desarrollo urbanístico, si bien criticado por algunos urbanistas, no cesa. Caraba es un centro comercial estratégicamente situado en la ciudad de Madrid. Está integrado en uno de los desarrollos más importantes de la ciudad, el PAU de Carabanchel, donde se proyectaron más de 11.500 viviendas. El desarrollo tendrá unos 88.000 m² de SBA, que darán origen a unos 200 locales, desarrollados en dos plantas comerciales.

Madrid es la ciudad más poblada de España (2.938.723 habitantes según el censo de 2001). El crecimiento experimentado entre 1991 y 2001 del municipio es negativo (-0,24% anual), frente a los aumentos de población inferior en la comunidad autónoma y en todo el país.

Otros datos sociales y económicos de interés de la ciudad de Madrid son:

- Su renta disponible es igual a la media española, pero inferior a la de la comunidad autónoma.
- Su tasa de desempleo (3,6%) es inferior tanto a la media de la comunidad autónoma como a la de España.
- Su tasa de migración (21,38%) es inferior a la media autonómica, pero superior a la del país.

En consecuencia, es una ciudad adecuada para implantar un negocio.

JUAN MANUEL VÉLEZ

DIRECTOR COMERCIAL DE APEX INMOBILIARIA (juan.velez@apexinmo.com).

Advertencia. La ubicación es un factor fundamental en la apertura, el funcionamiento y la rentabilidad de la oficina de farmacia. Los nuevos horizontes económicos de la profesión, así como los interrogantes que planean sobre su futuro, aconsejan evaluar todos los factores que influyen en la viabilidad de una nueva farmacia. En esta sección, el autor desarrolla estudios sobre la rentabilidad de la inversión realizada cuando se elige una zona geográfica para instalar una oficina de farmacia real o imaginaria. OFFARM advierte que, en los ejemplos reales estudiados, los datos que se aportan sólo tienen un carácter orientativo, por lo que pueden estar sujetos a otras interpretaciones. ■



Planos de ubicación

Localización y accesos

Situado al suroeste de Madrid, el centro comercial Caraba se sitúa en el encuentro de la M-40 con la Vía Lusitania (fig. 2).

Área de influencia

En realidad, este centro comercial afectará principalmente a los distritos próximos al centro Caraba (Aluche y Carabanchel), y en mucha menor medida a otros municipios de la corona sur de Madrid, que en principio acudirían a este desarrollo comercial por la novedad y otras razones.

Siguiendo el esquema habitual, las áreas de influencia más relevantes serían las siguientes (fig. 3):

- **Área primaria.** Alcorcón, Getafe, Leganés, Móstoles, además del entorno próximo al desarrollo de ciertos distritos de Madrid.
- **Área secundaria.** Fuenlabrada, Parla, Pinto y Valdemoro.

El área terciaria tiene poca importancia por la escasa influencia de este desarrollo.

Se estima una población de 4.150.000 habitantes para el año de inauguración (primavera de 2007), de los que más de un millón y cuarto se encuentran a menos de 10 minutos en automóvil (fig. 4).

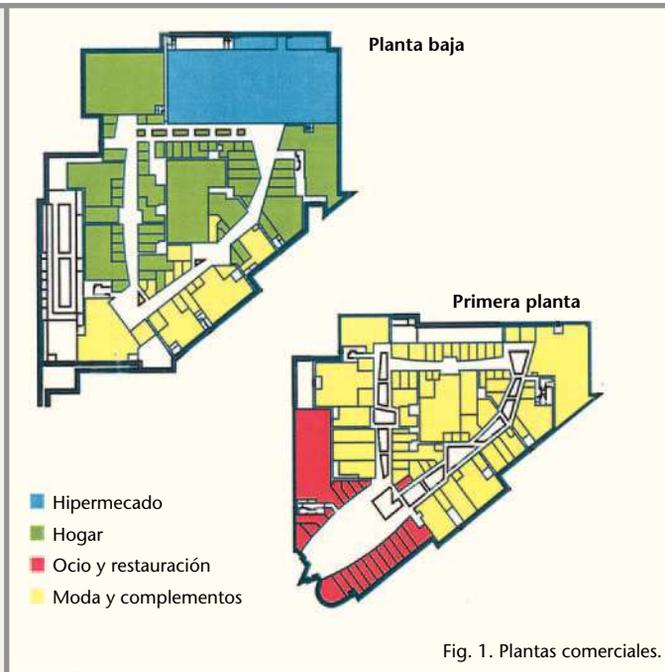


Fig. 1. Plantas comerciales.

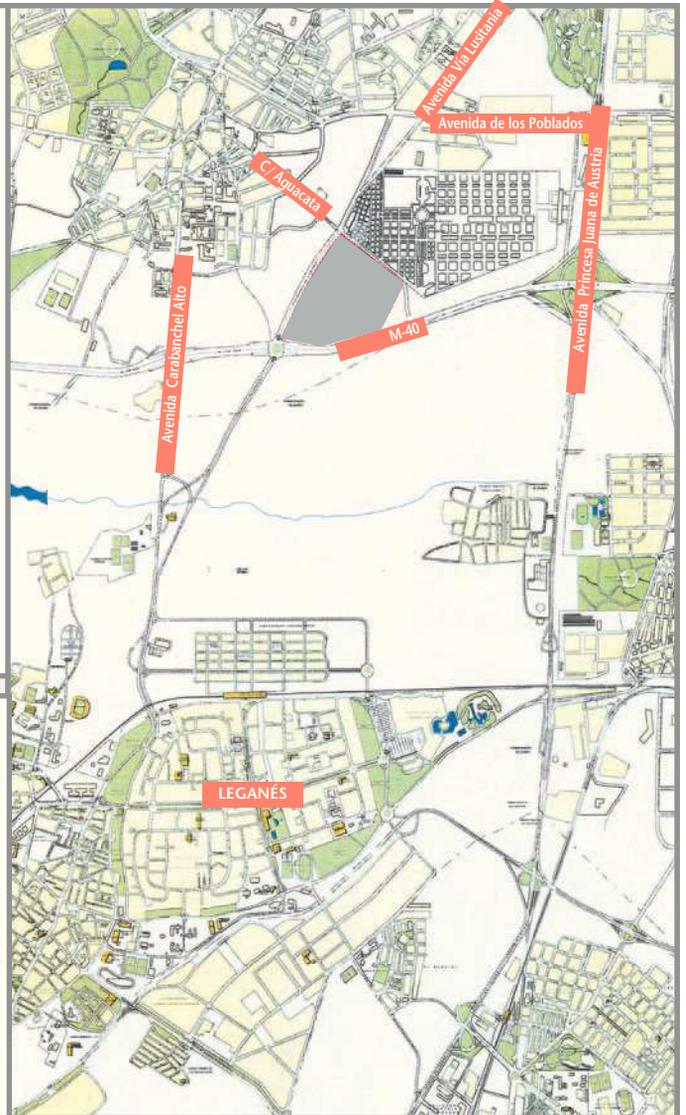


Fig. 2. Localización y accesos.

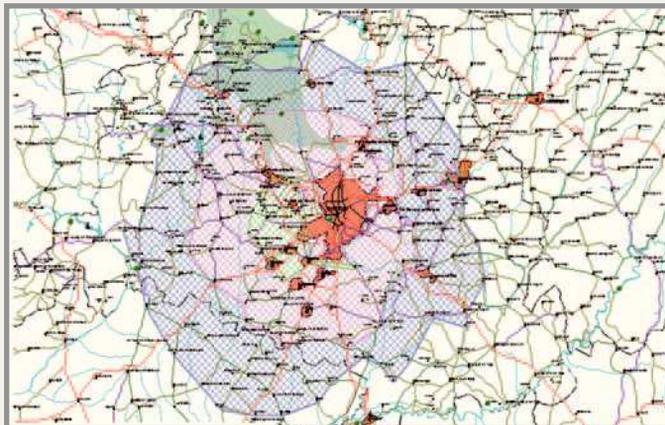


Fig. 3. Área geográfica de influencia.

Fig. 4. Evolución de la población influenciada

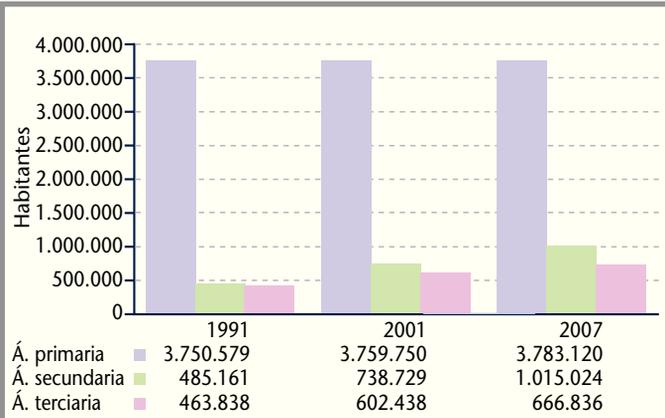
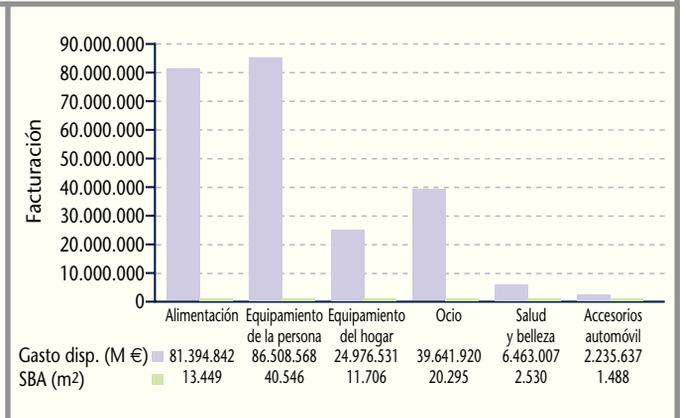


Fig. 6. Tamaño ideal de un centro comercial en el área de influencia.





Viabilidad del proyecto

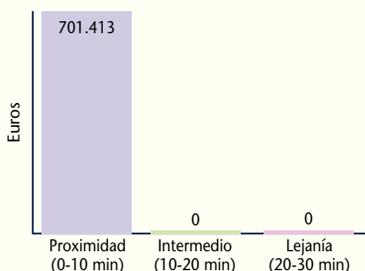


Fig. 5. Previsión de facturación de la oficina de farmacia.

Ingresos disponibles y gasto medio

Para estudiar la viabilidad de una oficina de farmacia en Caraba, se consideran aquellos índices vinculados a este negocio en la Comunidad de Madrid, aplicando los necesarios parámetros correctores, como la distancia a recorrer, la edad y sexo de la población, la competencia actual y futura, la economía sumergida, etc. De todo ello, se deduce lo siguiente:

- La facturación destinada para una oficina de farmacia se situaría en torno a los 700.000 euros/año (fig. 5).
- El dato anterior implicaría una superficie máxima del establecimiento de unos 150 m².
- Un alquiler adecuado se situaría sobre los 22 euros/m²/mes (más gastos comunes). ■

Censo de viviendas

La Comunidad de Madrid tiene una evolución positiva de 1991 a 2001 en viviendas principales (22%) y secundarias (100%), por encima de la media nacional.

Licencias y visados de obra nueva y ampliación

La evolución de las licencias en viviendas de obra nueva es ligeramente inferior respecto a la media española, mientras que la comunidad autónoma crece siete veces más en la obtención de visados frente a la media del país (ambas referencias para el período 2001-2002).

Por otro lado, la evolución en el período 2001-2002 de los visados de edificios ampliados es inferior a la media española, pero la evolución de los visados en edificios reformados es una de las mayores en España.

Número de habitaciones por vivienda y superficies medias

La ratio madrileña de habitaciones por vivienda (4,7) es ligeramente inferior a la media española. En el período 2001-2002 decreció la superficie media, con peores valores que la media española tanto en viviendas unifamiliares como en bloques. Sólo supera —y con gran margen— la evolución de las ampliaciones.

Características de Caraba

Situado en plena ciudad, este centro comercial tiene un estratégico emplazamiento, al estar integrado en uno de los desarrollos más importantes de la ciudad, el PAU de Carabanchel, donde se proyectaron más de 11.500 viviendas. Además, influirá en el casco consolidado de distritos tan poblados como Aluche y Carabanchel.

El desarrollo tendrá unos 88.000 m² de SBA, que darán origen a unos 200 locales, desarrollados en dos plantas comerciales (fig. 1):

- *Planta baja.* Donde se situarán locales para el hipermercado, equipamiento de hogar y una parte de moda.
- *Planta primera.* Con más locales de moda y de ocio, cuya locomotora comercial serán unas quince salas de cine de última generación.

El aparcamiento tendrá 4.500 plazas. El tamaño ideal de un centro comercial en función del gasto del consumo del área de influencia afectada es similar a la del proyecto analizado (fig. 6).

Competencia actual y futura

Además del casco comercial urbano de Madrid (calle Princesa-Entorno de Gran Vía, Barrio de Salamanca, La Laguna y Marcelo Usera), otros destinos que atraen al consumidor son:

- *Avenida M-40.* Es un centro comercial de 48.000 m² de SBA con un hipermercado Eroski y tiendas como Forum, H&M y del Grupo Inditex, además de 12 salas de cine que hacen de locomotoras comerciales.
- *Madrid Xanadú.* Es un centro comercial de 134.000 m² de SBA, con Hipercor, Tiendas de El Corte Inglés, Forum, C&A, Grupo Inditex, San Luis, Benetton, 15 salas de cine y el Parque de Nieve como anclas comerciales. Abre todo el año.
- *Plaza Aluche.* Con 29.000 m² de SBA y Carrefour, Kiddy's Class y 8 salas de cine como imanes comerciales.
- *Príncipe Pío.* Con 31.200 m² de SBA y con 9 salas de cine como locomotora del ocio habitual. ■

Bibliografía general

- Equipo del Centro de Economía Pública de la Fundación BBV. Renta Nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea (tomos I, II y Síntesis). Bilbao: Fundación BBV; 1999.
- Especial Directivos. Directivos Construcción. Madrid: 2003 y 2004.
- INE. Censo de población 1991 y 2001.
- INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares 1999.
- Ministerio de Fomento. Anuario Estadístico 2002.
- Servicio de Estudios de «la Caixa». Anuario Económico de España 2004. Barcelona: Fundación «la Caixa»; 2004.
- Servicios de Estudios de «la Caixa». Anuario Social de España 2004. Barcelona: Fundación «la Caixa»; 2004.