

La Salera

Una oportunidad de negocio en Castellón

En otoño de 2006 se prevé la inauguración del centro comercial La Salera, que estará ubicado en la zona sur de la ciudad de Castellón. Se trata de un desarrollo comercial de 71.100 m² de SBA que en 2005 ya inauguró los primeros 20.000 m² y que conjugará la oferta de ocio y comercio. Las poblaciones de Almassora, Castellón y Villarreal serán las más directamente influenciadas por este nuevo centro comercial, que dispondrá así de un potencial poblacional de alrededor de 350.000 habitantes para el mes previsto de inauguración.

Castellón es la cuarta ciudad más poblada de la Comunidad Valenciana (147.667 habitantes según el censo de 2001). Sin embargo, el municipio es el de mayor crecimiento entre 1991 y 2001 (1%), lo que le sitúa por encima de las medias de la Comunidad Valenciana y de España, pero por debajo de la de su propia provincia (1,31%).

Si comparamos otros datos sociales y económicos importantes, obtenemos lo siguiente:

- La renta disponible de Castellón está muy por encima de las medias provincial, autonómica y española.
- La tasa de paro de la ciudad (2,6%) es superior a la de su provincia, pero inferior en los restantes casos.
- La tasa de migración (4,3%) es inferior a las otras medias.

JUAN MANUEL VÉLEZ

DIRECTOR DE DESARROLLOS TERCIARIOS DE IBERDROLA INMOBILIARIA
(juan.velez@iberdrolainmobiliaria.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

El desarrollo se ubicará en la zona sur de Castellón, en la confluencia de la calle Cuadra La Salera con el acceso a la autopista A7 y la calle Enrique Gimeno (fig. 5).

Área de Influencia

Entre los municipios a los que afectará este complejo (fig. 6), los más relevantes serían los siguientes:

- Área primaria: Almassora, Castellón y Villarreal.
- Área secundaria: Burriana, Benicàssim y Nules.
- Área terciaria: Alcora y Onda.

Se estima una población de 350.000 habitantes para el mes previsto de inauguración, otoño de 2006. ■



Fig. 1. Planta baja.

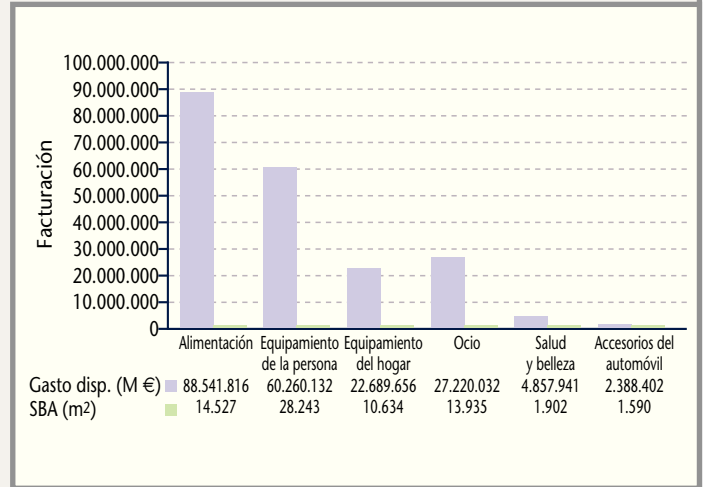


Fig. 4. SBA ideal de un centro comercial similar.



Fig. 2. Planta primera.



Fig. 5. Localización y accesos.



Fig. 3. Planta segunda.



Fig. 6. Área de influencia.



Viabilidad del proyecto

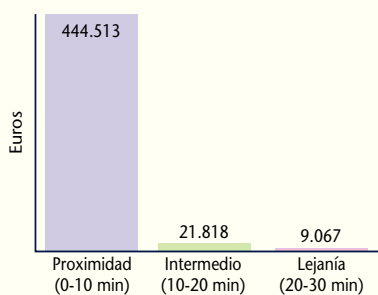


Fig. 7. Estimación de la facturación de la farmacia.

Ingresos disponibles y gasto medio

Para estudiar la viabilidad de una oficina de farmacia en La Salera, se consideran los índices vinculados a este negocio en la Comunidad Valenciana, aplicando los necesarios parámetros correctores, que son función de la distancia a recorrer, la pirámide poblacional, la competencia actual y futura, la economía sumergida, etc. De todo ello, podemos llegar a las siguientes conclusiones:

- La facturación destinada hacia productos farmacéuticos y para-farmacéuticos, una vez deducidos la evasión del gasto hacia otros lugares se situaría en un mínimo de 500.000 euros/año aproximadamente (fig. 7).
- Lo anterior implicaría que podría emplazarse una superficie de unos 100 m².
- Un promotor solicitaría un alquiler mínimo a partir de 22,5 euros/m²/mes (más gastos comunes); a esta cifra le añadiría una renta variable que entra en juego a partir de una cierta facturación obtenida. ■

En consecuencia, a priori parece una ciudad interesante para implantar un negocio.

Censo de viviendas

Para el mismo período 1999-2001, la Comunidad Valenciana presenta una evolución superior a la española en viviendas principales (el 23 frente al 21%), pero sorprendentemente en la evolución de viviendas secundarias se situaba muy por debajo (el 4 frente al 15%).

Licencias y visados de obra de obra nueva y ampliación

La evolución comprendida entre 2001 y 2004 en las licencias de viviendas de obra nueva de la comunidad autónoma (35%) es algo inferior a la española (37%), pero en los visados hay, sin embargo, una gran diferencia a favor de la Comunidad Valenciana (el 48 frente al 37%).

De 2001 a 2003 los visados de edificios ampliados (13%) o restaurados en la comunidad autónoma (21%) arrojan cifras muy positivas cuando se las compara con las medias nacionales respectivamente (-23% y 2%).

Número de habitaciones por vivienda y superficies medias

La ratio de habitaciones por vivienda (4,9) es sólo una décima superior a la media española (4,8), si bien este dato es de 1991; para el período 2001-2003 la superficie media de las viviendas unifamiliares (1,5%) es superior a la media nacional (0,5%), y un poco mejor la evolución de las de bloque (-2% frente al -3% estatal). La lectura de las ampliadas es el peor dato (un 2 frente a un 6% del país).

Centro comercial La Salera

Este centro comercial tendrá unos 71.100 m² de SBA una vez completado (el año pasado se inauguraron 20.000 m²), donde se mezclará ocio y comercio. Podremos encontrar en las tres plantas proyectadas (figs. 1, 2 y 3) un hipermercado de unos 13.500 m²; la cadena de cines Abacus, que ocupará 6.300 m²; un área de restauración de unos 8.200 m² y una extensa galería de otros 43.000 m² que dará un variado servicio a la población.

El aparcamiento dispondrá de 3.600 plazas.

Al considerar la población influenciada y el gasto de consumo, se observa que el tamaño ideal de un centro comercial de similares características debiera situarse sobre los 70.800 m² de SBA. Por tanto, el proyecto está equilibrado (fig. 4).

Competencia actual y futura

Además del casco comercial urbano de Castellón (influye también el de la ciudad de Valencia), otros destinos que atraen al consumidor son el hipermercado Carrefour Castellón (8.700 m²) y El Corte Inglés, este último inaugurado hace poco tiempo. ■

Bibliografía general

- Especial Directivos. Directivos Construcción. Madrid: 2003, 2004 y 2005.
 INE. Censo de población 1991 y 2001.
 INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares 2003.
 Ministerio de Fomento. Anuario Estadístico 2003.
 Servicio de Estudios de "La Caixa". Anuario Económico de España 2005. Barcelona: "La Caixa"; 2005.
 Servicios de Estudios de "La Caixa". Anuario Social de España 2004. Barcelona: Fundación "la Caixa"; 2004.