

DIARIO DE SEVILLA / 1/12/2013

CARLOS NAVARRO ANTOLÍN

La estadística oficial confirma en este caso la percepción de la calle y el testimonio de representantes del sector. En los últimos meses se han disparado la apertura de nuevos negocios. No ya sólo bares -que siguen multiplicándose- sino tiendas de cigarrillos de vapor, yogures, helados, complementos... El Ayuntamiento ha registrado de enero a octubre un 18% más de declaraciones responsables que en todo 2012, un 45% más de licencias iniciales y un 40% más de licencias de apertura. La ordenanza promovida por el PP parece que, efectivamente, impulsa la actividad. Hay calles del centro que se han revalorizado, como Cuna, Regina o San Eloy, pero el contraste -fuerte contraste en este caso- es que zonas simbólicas y que hasta hace poco eran de alta cotización se han quedado varadas. Es el caso de la Plaza Nueva o Méndez Núñez, donde los rosarios de locales vacíos son notorios.

Un buen ejemplo es que una de las *esquinas de oro* del comercio sevillano lleva meses sin actividad. Se trata del local de la Plaza Nueva que hace esquina con Tetuán, donde funcionó General Óptica. Los expertos en el sector coinciden en que se encuentra con toda seguridad entre las cinco mejores de la ciudad. Agentes de la propiedad inmobiliaria aseguran que se han pedido alrededor de 20.000 euros de renta de alquiler por cerca de cien metros cuadrados. Una conocida firma británica de hostelería se ha interesado por este local, pero por el momento no ha habido acuerdo. También se baraja ya la opción de un macroalquiler que incluya este local y los dos anexos, donde hasta hace unos meses estaban abiertos el comercio de tejidos Canales y la firma Blunauta. Esta opción, que aumenta ya los metros cuadrados a mil, costaría entre 45.000 y 60.000 euros al mes.

La Plaza Nueva no sólo no se revitaliza como muchas calles del centro han comenzado a hacerlo, sino que sigue perdiendo negocios. Esta semana ha sumado un local más sin actividad. Y ya van siete desde que cayó el primero en 2008. De ser considerada la milla de oro del comercio, donde se concentraron firmas con *glamour* (entre ellas Agua de Sevilla y Victorio y Lucchino) ha pasado a tener más locales sin actividad que con ella, lo que lastra su imagen. Al cierre en 2011 de Victorio y Lucchino hay que sumar en los últimos meses la desaparición de General Óptica, Blunauta, Canales la agencia de viajes (junto a Capitol) y el Max Mara que hace esquina con la calle Barcelona. Éste último llevaba 15 años en la Plaza Nueva. De esta firma se mantiene, por el momento, el local de *outlet*

de pequeñas dimensiones en liquidación de productos. Y sigue sin uso un local para oficinas de casi 500 metros cuadrados con acceso por la fachada del Hotel Inglaterra.

Antes de la crisis, el negocio que cerraba en la Plaza Nueva era sustituido por otro con celeridad. Dos ejemplos fueron Tommy Hilfiger, al que siguió Nespresso, y Agua de Sevilla, en cuyo local abrió con éxito el bar de copas Capitol.

Iñigo Galán, director general de Inerzia, analiza el momento actual de la Plaza Nueva, donde sitúa el precio del metro cuadrado en alquiler en 60 euros: "Siempre tuvo un uso administrativo, es un lugar que de alguna forma ha podido conducir a engaño. En los años de bonanza se abrieron muchas tiendas, lo que era normal. Está claro que cuantos más locales se quedan vacíos, es peor para revitalizar la zona, la imagen de la plaza empeora". Insiste en la importancia de una actualización de precios: "La clave son las rentas, que tienen que bajar. Ahora mismo hay locales libres en Sierpes y se pueden encontrar en Tetuán. Hace cuatro años esto era impensable. Hay demanda de locales, pero no es suficiente para cubrir toda la oferta". Y tiene claro que el futuro será otro si los potenciales usos también fueran otros: "Si la Plaza Nueva se pudiera dedicar a bares, seguro que ahora mismo tendría todos los locales ocupados. La demanda actual es de locales para bares, pero no en zonas *prime*. Volverá a ser un lugar clave, es cuestión de tiempo".

El presidente de la asociación de comerciantes Al Centro, Enrique Arias, analiza las causas del declive: "La Plaza Nueva ha sufrido la fuerte crisis inmobiliaria como el resto de zonas comerciales. Un factor clave fue que perdió 17 líneas de autobuses y se ha quedado con un tranvía. Eso influye muchísimo". De 50.000 viajeros de media que llegaban a la Plaza Nueva un día laborable han pasado a hacerlo 17.000 con el tranvía, según la estadística oficial. Arias es optimista: "A partir de septiembre hemos notado un repunte en la apertura de nuevos negocios. San Eloy, Puente y Pellón, Lineros, Cuna y Granada han estrenado comercios. El repunte se debe a dos causas: la simplificación de trámites para obtener la licencia, por lo que ahora se tardan tres meses en un proceso en el que antes se empleaban tres años, y la bajada de los alquileres". Arias defiende un mensaje de esperanza: "Hay que confiar en el atractivo del centro, en la eficacia del fenómeno de la concentración comercial".

Fernando López, agente de la propiedad inmobiliaria con décadas de experiencia, recuerda que la Ley de Arrendamientos Urbanismo de 1994 acabó con los contratos indefinidos de alquiler: "En la Plaza Nueva han acabado sucesivamente varios de los contratos que en su día eran indefinidos y que de acuerdo con esa ley ya no tenían por qué renovarse por fuerza". Y resta importancia al reciente cierre de la agencia de viajes: "Este tipo de negocio tiene cada vez menos mercado".