

ESTUDIOS DE UBICACIÓN Y VIABILIDAD

Diagonal Mar, un nuevo modelo urbanístico en la ciudad de Barcelona

JUAN MANUEL VÉLEZ

Responsable de Desarrollos Comerciales de APEX Inmobiliaria (juan.velez@apexinmo.com).



Barcelona es la segunda ciudad española por número de habitantes, con 1.505.581 habitantes según el censo de 1998. Con un decrecimiento del 1,49% al año desde 1991 (el crecimiento de la población en España es del 0,60%), la ciudad está perdiendo residentes en beneficio de los municipios colindantes. No obstante, Barcelona continúa ejerciendo su fuerte imán comercial ante los turistas y municipios de la periferia.

El tamaño y la diversidad de la oferta del nuevo centro comercial situado en el proyecto urbanístico barcelonés de Diagonal Mar es el reflejo de las nuevas generaciones que se construyen en los últimos tiempos: una gran área destinada al ocio y un fuerte número de medianas superficies especializadas en sus sectores (category killers) complementan a la locomotora tradicional de alimentación, en nuestro caso un hipermercado en lugar de una superficie de menor tamaño.

Diagonal Mar se ubica en el barrio de Sant Martí, al este de Barcelona, en el encuentro de la Avenida Diagonal con la Ronda Litoral, un matrimonio que dio lugar al atractivo nombre de este proyecto.

Características

Sobre las 34 hectáreas que ocupa el proyecto en su conjunto, se pre-

tende desarrollar una nueva barriada que transformará el área (figuras 1, 2 y 3).

El conjunto de la intervención comprende las siguientes actuaciones, en un entorno verde de más de 14 hectáreas (tercer parque público más grande de Barcelona):

- Una zona residencial compuesta de 24 bloques con más de 1.600 apartamentos de lujo.
- Dos hoteles de 4 estrellas y uno de 5, con un total de 950 habitaciones.
- Dos edificios de oficinas de alto standing.

ADVERTENCIA

La ubicación es un factor fundamental en la apertura, funcionamiento y 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. □

– Un centro comercial de 87.000 m² de superficie bruta alquilable (SBA) alrededor de los 80.000 m², más 5.000 plazas de garaje.

– El mayor Palacio de Congresos de la ciudad.

Entre la competencia de Diagonal Mar se encuentra un centro comercial grande denominado Centre de la Vila, que no funciona muy bien debido a varias causas:

– Tiene una escasa densidad de población.

– La serie de complejos existentes en torno al Puerto Olímpico (Moda Shopping, Maremagnum y Marina Village) cierran las posibilidades de ocio.

– El centro comercial regional Barcelona Glòries (54.000 m² de SBA) estrangula el posicionamiento del Centre de la Vila.

El esquema de funcionamiento del centro comercial es el siguiente:

– Dispone de 5 plantas bajo rasante, que dan cabida a las 5.000 plazas de garaje y cuya construcción ha supuesto un serio contratiempo debido a la problemática del nivel freático existente en el terreno por su cercanía con el mar.

– Cuenta con una planta bajo rasante («la vida es práctica») articulada alrededor a la superficie de alimentación (Alcampo) y que se complementa con una potente galería donde se encuentran los electrodomésticos, deportes, juguetes, muebles y otros equipamientos del hogar. El mall es casi una «u» invertida frente a las cajas del hipermercado, para hacer más sencilla la compra. Sólo se complica algo más en su extremo superior izquierdo para dar lugar a una galería de alimentación donde se emplaza un local (el 1.060) dedicado a parafarmacia (fig. 1).

– Una planta a nivel calle («la vida es belleza») con dos accesos desde la Avenida Diagonal, uno por la calle Josep Pla y otro por la calle Taulat, que giran de nuevo sobre la planta superior del hipermercado, medianas de moda y cultura. El mall queda en «u» invertida (figuras 2 y 3).



– Una planta superior («la vida es celebración») destinada al ocio, con 20 pantallas de cine de la insignia AMC como locomotora, además de la planta superior destinada a cultura y una gran terraza sobre la cual se disponen parte de los restaurantes. El mall sigue la «u» invertida, abierta en su parte central para buscar la terraza.

Diagonal Mar
se ubica en el barrio
de Sant Martí,
al este de Barcelona,
en el encuentro de
la Avenida Diagonal
con la Ronda Litoral,
un matrimonio
que dio lugar
al atractivo nombre
de este proyecto

Localización

El solar se sitúa al final de la Avenida Diagonal, en su encuentro con el mar, al este de la ciudad (fig. 4).

Accesos

Se podrá acceder por la salida número 24 de la Ronda Litoral.

Al aparcamiento del centro se accede fundamentalmente por las calles laterales, según el diseño actual.

Área de influencia

El estudio de las grandes superficies se realiza a partir de isocronas que engloban bandas de 0 a 10 minutos (área primaria), de 10 a 20 minutos (secundaria) y de 20 a 30 minutos (terciaria), determinando cuánta población puede acudir a ellas y qué gasto destinarían.

En el momento de su inauguración (21 de noviembre de 2001), el área de influencia (fig. 5) era el siguiente (se señalan únicamente los municipios más importantes de cada área):

Área primaria (0–10 minutos)

– Badalona y Barcelona.
 – Población total: 1.766.964 habitantes.

Área secundaria (10–20 minutos)

– Cerdanyola del Vallès, Cornellà de Llobregat, Hospitalet de Llobregat, Rubí, Sabadell, Sant Boi de Llobregat y Santa Coloma de Gramenet.
 – Población total: 1.431.922 habitantes.

Área terciaria (20–30 minutos)

– Granollers, Mataró y Terrasa.
 – Población total: 655.492 habitantes.

Es decir, aproximadamente 3.854.378 habitantes residían dentro del área de influencia en 2001.

Ingresos disponibles y gasto medio

La población catalana ingresa un 20% más que el resto de los españoles y consume también un 22% más. Para obtener la posible facturación de una oficina de farmacia si supuestamente pudiera emplazarse en la planta a nivel calle (que no la parafarmacia que propone la propiedad bajo rasante con el número 1.060) del centro analizado, se aplica tanto el IPC como el incremento en el gasto de consumo desde 1991 hasta la fecha de su inauguración (2001) sobre los grupos que afectan a los



Fig. 1. Detalle de la planta donde el promotor proyecta la parafarmacia.

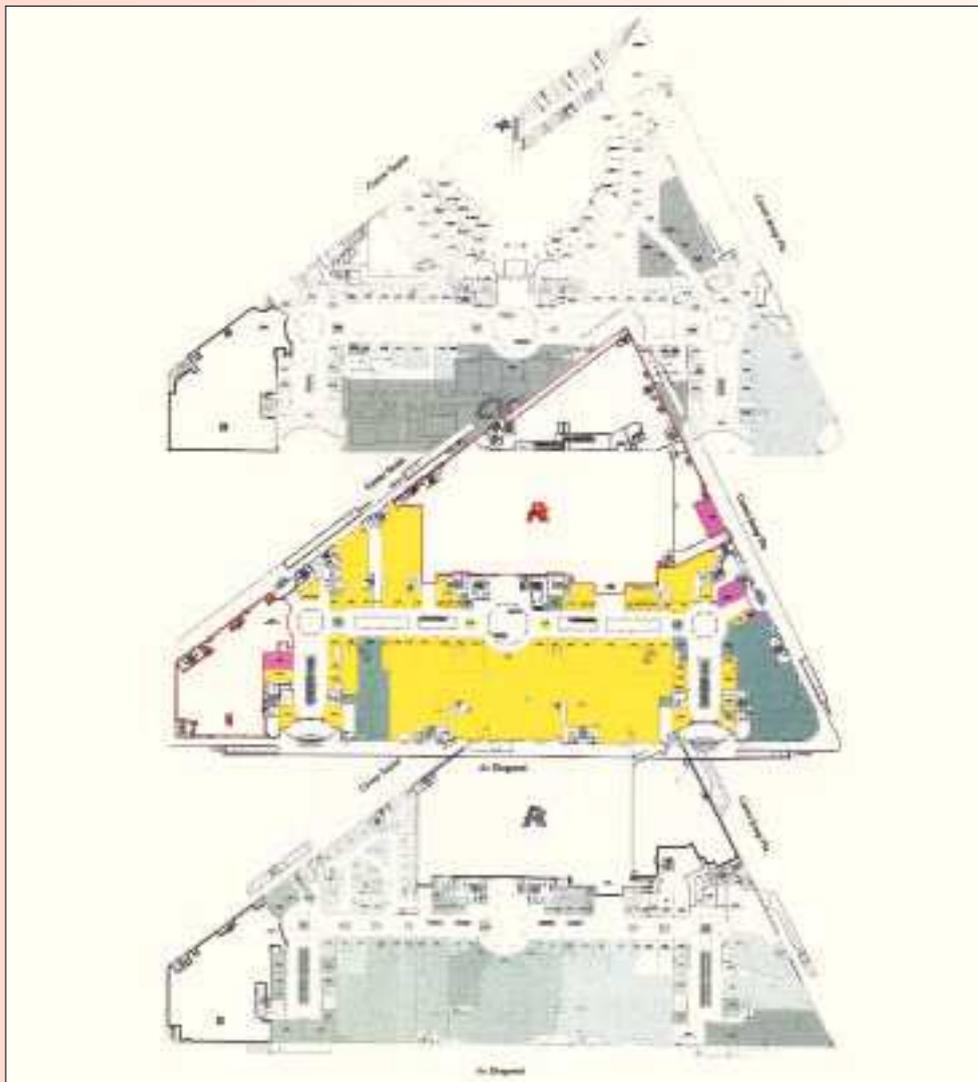


Fig. 2. Desarrollo del centro comercial en la planta calle.

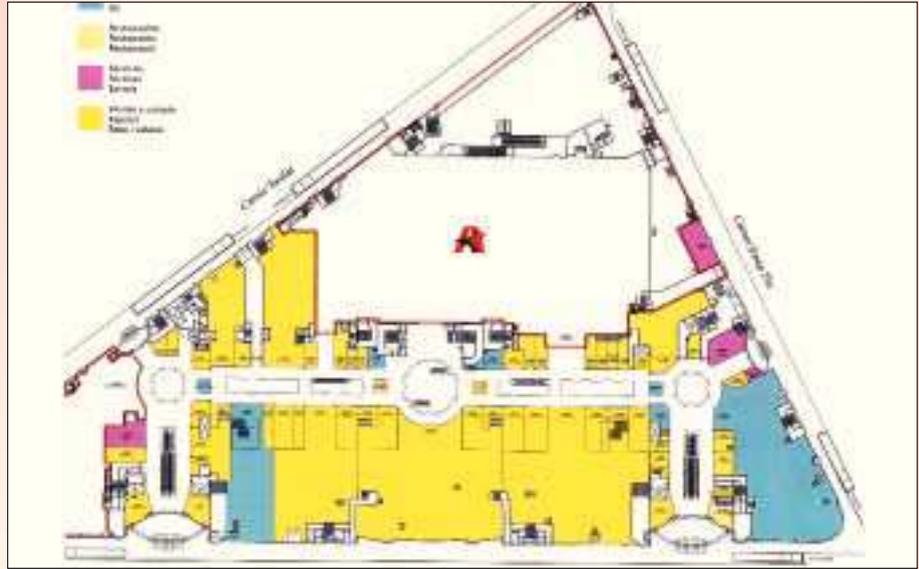


Fig. 3. Distribución de la planta baja.



Fig. 4. Localización del centro comercial Diagonal Mar sobre el plano de Barcelona.

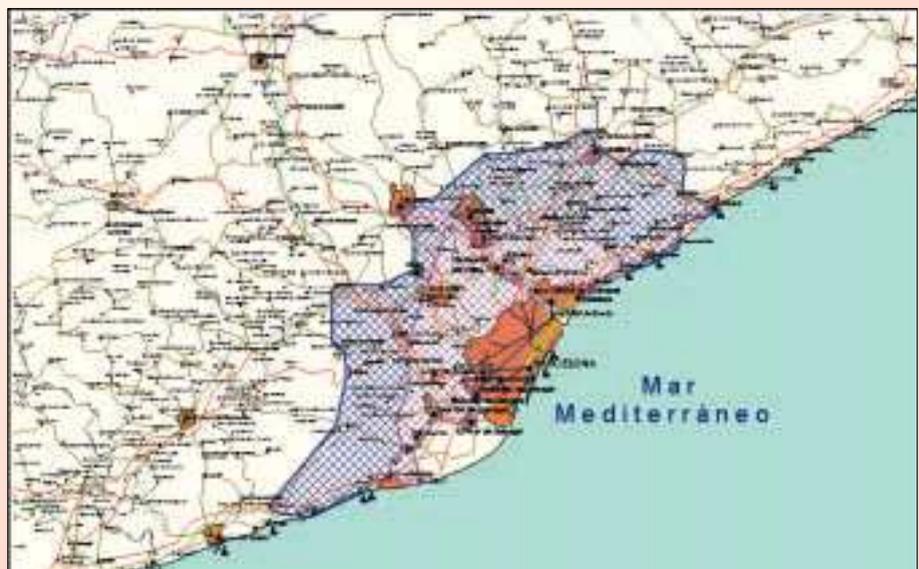


Fig. 5. Área geográfica de influencia del centro comercial.

GLOSARIO

Mediana superficie

Es aquel local cuya superficie es muy superior a la típica tienda de calle, y que está operado por una cadena nacional o multinacional especialista en ese sector, lo que le permite tener unos precios muy competitivos al estar centralizadas sus compras. A dichos operadores se les conoce como *category killers* o «asesinos por categorías».

Superficie útil de un local

Es aquella que está limitada por las caras internas de los muros que envuelven dicho local. Si a esa medición entre caras internas se añade la mitad del espesor de aquellos paños que separan un local de su contiguo, o se suma todo el espesor del tabique porque nos encontramos ante un muro

que separa el local en cuestión de las zonas comunes o el exterior, obtendremos lo que se llama superficie bruta alquilable (SBA).

Estructuración de la competencia

Consultar con la clasificación de grandes superficies mencionadas en el número 147 de *Electromarket*.

Nivel freático

Son las capas de agua que existen bajo un terreno, y que pueden ser debidas a una corriente subterránea de un río o por la entrada del mar en suelos cercanos a la costa, como es este caso.

Planta Bajo Rasante

Es aquella que está por debajo de la cota del nivel de la calle, es decir, un semisótano o sótano.

productos que se venden en una farmacia, como son medicinas y otros productos farmacéuticos, artículos duraderos y no duraderos para cuidado personal, aparatos y material terapéutico y otros productos donde se podrían englobar análisis clínicos, óptica y acústica. Se obtiene así un consumo de 18.402 pesetas/habitante/año en el año de apertura estimado para la provincia de Barcelona.

Como cada municipio tiene un diferente poder adquisitivo, estas cantidades se corrigen mediante un índice que se deriva de los niveles de ingresos de cada población. Para obtener el gasto disponible total de la zona, se multipli-

ca la cifra antes obtenida por el número de habitantes de cada circunscripción del área de influencia. Pero el centro comercial estudiado no atraerá al 100% de los consumidores, por lo que se vuelve a modificar para hallar la cifra finalmente estimada, y que tiene en cuenta, entre otros aspectos, los siguientes:

- Proximidad del centro comercial a los municipios de su área de influencia.
- Competencia existente y futura en el área de influencia.
- Cuántos habitantes se desplazarían para comprar desde cada municipio.

– Pirámide de población de los municipios afectados.

– Economía sumergida, que distorsiona una parte del gasto que se produce en el comercio al no ser controlable, pero que debe ser tenida en cuenta.

Conclusiones

– El gasto captable máximo estimado o facturación para esta farmacia se situaría sobre los 180-200 millones de pesetas/año.

– El anterior punto implicaría que para cubrir esa previsible facturación sería necesaria una sala de ventas de unos 175 m².

– El arrendamiento se cifraría sobre las 5.400 pesetas/ m²/mes. Los gastos comunes —que no se deben olvidar— van también a cargo del arrendatario: sobre las 1.800 pesetas/ m²/mes.

La farmacia debería situarse en la planta a nivel calle y preferentemente con fachada a la Avenida Diagonal, en cualquiera de los locales que permitiera esa disposición

– La farmacia debería situarse en la planta a nivel calle y preferentemente con fachada a la Avenida Diagonal, en cualquiera de los locales que permitiera esa disposición.

– Es recomendable el turno de 24 horas. En este caso, la facturación se dispararía en otro 20-25%, aproximadamente. □

Bibliografía general

- Renta Nacional de España, 1999. Banco Bilbao Vizcaya.
Revisión padronal, 1998. INE.
Encuesta de Presupuestos Familiares, 1990-1991. INE.

