
Será el duodécimo centro comercial de la inmobiliaria,
que tendrá en esta área más de 150.000 metros cuadrados alquilables

Metrovacesa comprará el centro comercial de La Moraleja por 8.300 millones de pesetas

Con los proyectos en Madrid y Barcelona, los centros comerciales aportarán a la
compañía unos ingresos anualizados de unos 5.000 millones de pesetas

Madrid, 23 de junio de 1998

La inmobiliaria Metrovacesa ha llegado a un acuerdo con el Grupo BBV para la compra del centro comercial de La Moraleja, en Madrid, por 8.300 millones de pesetas. Con este nuevo centro, uno de los más consolidados en la capital de España en el segmento de calidad, la inmobiliaria cuenta con 12 centros comerciales en la península ibérica, 10 de ellos en pleno funcionamiento. La superficie construida del centro comercial de La Moraleja es de 49.000 metros cuadrados, de los cuales 16.100 son superficie alquilable. En la actualidad, las rentas anuales de este complejo ascienden a 690 millones de pesetas.

Metrovacesa ocupa tradicionalmente una posición significativa en el sector de centros comerciales, y se había fijado como objetivo estratégico a corto plazo reforzar ese protagonismo y consolidar el liderazgo en dicha área. En este sentido, esta compra se relaciona con la reciente entrada de la compañía en el futuro centro Porta Nord—La Maquinista, un ambicioso proyecto en Barcelona con una inversión superior a 10.000 millones de pesetas, así como con la compra a finales de 1997 del edificio de la FNAC en la madrileña Plaza del Callao.

A la presencia de primer nivel tanto en Barcelona como por partida doble en Madrid, Metrovacesa añade las inauguraciones previstas para este año. En concreto, el centro comercial Artea, situado en la localidad vizcaína de Lejona y en marcha desde el pasado mes de abril, y el centro comercial lisboeta Fontes Picoas, que se abrirá el próximo otoño.

Los ingresos por alquileres anualizados de Metrovacesa en los centros comerciales que estén en servicio a lo largo de 1998 —todos excepto Porta Nord— se elevarán a unos 4.000 millones de pesetas. Si los ingresos de Porta Nord se incluyesen en esa previsión, la cifra anualizada se elevaría hasta 5.000 millones de pesetas. Con un total de 12 centros comerciales en propiedad, Metrovacesa pasará a disponer en esta área con una superficie construida superior al medio millón de metros cuadrados, y de una superficie alquilable que supera los 150.000 metros cuadrados.

Metrovacesa tomó el pasado mes de marzo una participación del 51 por ciento en el gran centro comercial de Porta Nord—La Maquinista, en Barcelona, con más de 76.000 metros cuadrados brutos sobre rasante en la primera fase y un volumen de inversión para la inmobiliaria de más de 10.000 miles de pesetas. Las primeras aproximaciones de ingresos por alquileres de la parte correspondiente al Grupo Metrovacesa se cifran en unos 1.000 millones de pesetas anuales.

El pasado mes de abril, la inmobiliaria inauguró, comercializado al 100 por cien, el centro comercial Artea, en la localidad vizcaína de Lejona, en la margen derecha del Nervión, en una zona de rápido crecimiento residencial y fuerte poder de compra. Aporta más de 17.000 metros cuadrados de superficie neta comercial y más de 600 millones de rentas al año.

La inmobiliaria tiene previsto también reforzar su vocación ibérica con la apertura, el próximo otoño, de su primer centro comercial en Portugal. Se trata de la promoción Fontes Picoas, en el casco urbano de Lisboa, con 12.000 metros cuadrados de superficie comercial edificable, 7.500 de ellos alquilables y casi totalmente ocupados. Aportará unos ingresos anuales superiores a los 500 millones de escudos, y potenciará una zona comercial céntrica lisboeta, en la Plaza de Saldanha y alrededores, con una área de influencia muy significativa. En este proyecto la inmobiliaria participa en un 60%.

En septiembre de 1997, Metrovacesa compró por 4.880 millones de pesetas el edificio madrileño en que se ubica la compañía FNAC, situado en el número 5 de la madrileña Plaza del Callao, en el vértice de Preciados, una de las zonas comerciales más importantes de la capital.

El salto cualitativo de Metrovacesa en el área de centros comerciales se produjo en 1995, con la apertura de los centros *El Salar*, en Valencia, y *El Ferial*, en el municipio madrileño de Parla. *El Salar* reúne una superficie global de 140.000 metros cuadrados y una área de influencia superior al millón de personas. Alcanzó una cifra de inversión global de 11.000 millones de pesetas. Con 3.500 millones de pesetas de inversión, *El Ferial*, en Parla, cuenta con una superficie global de 30.000 metros cuadrados y una zona de influencia de doscientos mil habitantes. Dos años antes, en 1993, Grupo Metrovacesa inauguró *La Ballena*, en Las Palmas, de 123.000 metros cuadrados y una inversión de 9.000 millones de pesetas, y el centro comercial caseroño *Ruta de la Plata*, de 45.000 metros cuadrados y una inversión directa superior a los 2.700 millones de pesetas.

La lista de centros ya en uso se completa con *La Loma*, en Jaén, *Las Huertas*, en Palencia, inaugurados respectivamente en 1989 y 1991, y *Metrocentro*, en la calle Orense de Madrid, con una superficie edificada entre las tres superior a los 57.000 metros cuadrados.