

Los dos centros comerciales amplían su oferta apostando por la tecnología y el ocio

Espacio Mediterráneo tiene ya el 100% de los locales ocupados y Mandarache recupera la actividad con nuevas aperturas

EVA CAVAS
Cartagena

Los dos principales centros comerciales del municipio se afanan por llenar los locales disponibles y ampliar la oferta de servicios. Así, mientras en Espacio Mediterráneo están en plena renovación de la estética de las galerías comerciales y se encuentra al 100% de su capacidad con cuatro nuevas franquicias, en Mandarache recuperan servicios con los que cosecharon un gran éxito hace unos años, con la próxima apertura de un centro de ocio.

La apuesta por aumentar la presencia de tiendas centradas en la tecnología en Espacio Mediterráneo se ha traducido en la reciente apertura de iServices y en la de Rossellimac, que está prevista para finales de este mismo mes. Estas incorporaciones forman parte de la estrategia del fondo Lighthouse, que adquirió en centro comercial el pasado verano. Así lo explicó el gerente del centro comercial, José María Pascual de Riquelme. «Con seis en España, dos en Portugal, cuatro en Francia y 27 en Sudáfrica, tienen mucha experiencia en centros comerciales. Buscan qué falta en el centro para potenciarlo. En cualquier caso, entre Espacio y Parque Mediterráneo la oferta comercial es enorme y damos un servicio completo para que el cliente lo encuentre todo aquí, que es lo importante», indicó.

Pascual de Riquelme destacó también que tanto la ocupación de los locales como el volumen de visitantes han vuelto a alcanzar las cotas que tenía antes de la pandemia. «A finales de mayo abrirá también Mango Teen; Springfield Kids está previsto en junio y, entre octubre y noviembre también abrirá Primor, con un espacio de más de 700 metros cuadrados, así que estaremos al cien por cien como ya estuvimos en 2019. Además una previsión de visitantes de 8 millones de personas», señaló.

Veinte aniversario

Además de las nuevas incorporaciones, algunas de las tiendas ya han comenzado el proceso de modernización de su imagen como la Casa del Libro, Tiger o Primark. En el caso de esta última, la compañía ha anunciado una inversión de 40 millones de euros en sus tiendas en España para conmemorar el 20 aniversario de su implantación en el país y en Cartagena está modernizando sus instalaciones y poniendo cajas de



La nueva tienda iService de Espacio Mediterráneo abrió sus puertas la semana pasada y ofrece una imagen más moderna. ANTONIO GIL / AGM

LAS NOVEDADES

ESPACIO MEDITERRÁNEO

Acaba de estrenar un iService y pronto llegarán Springfield Kids, Mango Teen, Rossellimac y Primor

MANDARACHE

Aumenta su propuesta gastronómica y está en marcha la puesta en servicio de una bolera

Las galerías del Parque Rambla siguen a medio gas

La otra cara de la moneda son las galerías comerciales del Parque Rambla, que continúan a medio gas, ocupadas sólo por el supermercado Mercadona, la pizzería Nam Nam y la joyería Time Road que abrió esta tienda en 2024. A pesar del tirón que supone contar con un hipermercado tan frecuentado como éste y de su proximidad del Palacio de Deportes, con la cantidad de aficionados y deportistas que se concentran en estas instalaciones, la oferta no termina de despegar y las negociaciones que el promotor anunció hace unos años con cadenas de bricolaje, calzado, ropa y complementos no se han traducido en nuevos locales.



Los operarios ultimán los preparativos para abrir el centro de ocio en el centro Mandarache. PEDRO MARTÍNEZ / AGM

pago rápido. También en el parque comercial y de ocio Mandarache han puesto el pie en el acelerador para devolver a este espacio el bullicio que tenía cuando abrió sus puertas. Así entre las nuevas incorporaciones destaca la próxima apertura de Miroko Park, un centro de ocio que incluye también uno de los grandes éxitos de aquellos primeros años, la bolera. Esta empresa cuenta ya con un centro de ocio de similares características en la Región, concretamente en Cieza, así como con otros en

Estepona y Valdepeñas.

Tras varios intentos infructuosos de reflotarlo, el centro, que fue inaugurado en 2006, ha ampliado en los últimos años su oferta gastronómica con un KFC, un restaurante asiático Sushi Mile 168, un Burguer King, Gula y un bar de copas, que se suman a los establecimientos que permanecen abiertos desde el principio y que son los cines, el bazar y el gimnasio, que el año pasado fue adquirido por la franquicia Vivagym. La oferta comercial también aumentó

el año pasado con la apertura de una sucursal de Action, una multinacional radicada en Países Bajos que ha cosechado una gran fama en España debido a sus bajos precios y a su variedad de productos.

Una de las últimas incorporaciones fue el supermercado Lidl, que abrió sus puertas en este centro comercial el pasado mes de febrero con un espacio que supera los 1.500 metros cuadrados y con el que se está aprovechando la gran cantidad de aparcamientos del centro.