

# Las socimis reactivan los centros comerciales

 Cristina Casillas



**S**e puede decir que el sector retail ha dado por concluida, en el primer trimestre de 2022, la crisis provocada por la pandemia.

Los datos de afluencia así lo revelan puesto que ya están en línea con los niveles que había antes de que estallara el coronavirus.

Y esta vuelta al centro comercial permite a las socimis

más expuestas retomar sus planes.

Así, Castellana Properties, (que cuenta con 350.271 metros cuadrados de superficie bruta alquilable) ha reactivado su objetivo de crecimiento con el fin de alcanzar los 1.500 millones de euros en activos en 3 años, lo que supone un crecimiento del 40 por ciento respecto a los 1.091 millones de euros que

tiene actualmente en cartera. En cuanto a Lar España, Hernán San Pedro, director de relación con inversores y de comunicación corporativa, señala que la compañía está focalizada en «centrar nuestros esfuerzos en continuar generando valor añadido y rentabilidad recurrente para nuestros accionistas». La acción tiene un potencial del 60 por ciento. ●

## INVERSORES

## SOCIMIS

### Porcentaje de apertura de tiendas nuevas



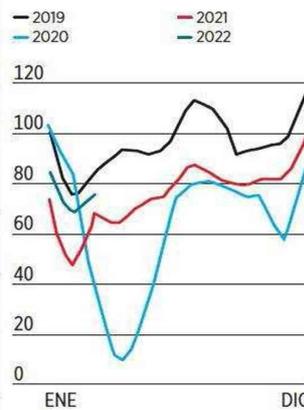
### La recuperación del gasto en consumo también se nota

Desde GMVM ponen el foco en un mayor gasto por parte del consumidor, en el sector de ocio y restauración durante este primer trimestre respecto a los primeros tres meses de 2021. El analista de Intermoney Guillermo Barrio destaca que el crecimiento del ahorro de las familias desde el confinamiento tiene que reflejarse, al menos parcialmente, en el consumo, beneficiando directamente a los inquilinos de las socimis enfocadas a los centros comerciales y pone como ejemplo a Lar España. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento interanual en el primer trimestre del 3,1 por ciento. En cuanto al gasto en centros comerciales, el ocio registró los mayores

incrementos cada mes del primer trimestre comparado con igual periodo de 2021. Le sigue restauración y comercio. Si se compara 2022 con 2019, el comercio ha mejorado respecto a niveles prepandemia, mientras que ocio y restauración se encuentran por debajo de esos niveles, pero de forma leve. Esto ¿qué reflejo tiene en el negocio de las socimis? Una mejora del gasto influye positivamente en las finanzas de las socimis. Barrio destaca en las cuentas de Lar España del primer trimestre que «el nivel de ventas de los inquilinos fue incluso superior a la afluencia creciendo un impresionante 129 por ciento. Aquí sin duda afectado para bien por la inflación». Como consecuencia, la socimi recupera el dividendo con un rendimiento del 7 por ciento.

### Asistencia a los centros comerciales

EN PORCENTAJE  
 FUENTE: MVGM



### Apertura de tiendas

Según el estudio de MGVM, también se produjo un aumento de la apertura de tiendas destinadas a servicios y otros usos en centros comerciales. La cifra dobla la registrada en los tres primeros meses de 2021. Del total de aperturas, el 48 por ciento corresponde a tiendas, frente a casi el 20 por ciento que suponía en 2021. El sector de la restauración también puja con fuerza este arranque del año, ya que el 17 por ciento de las aperturas corresponden a la hostelería. Finalmente, el comercio, que acaparaba el 69 de las aperturas en 2021, ahora copa el 20 por ciento.

## Recuperación de clientes

Los datos de afluencia del primer trimestre revelan que ésta se recupera a buen ritmo. En los tres primeros meses del año la afluencia aumentó en porcentajes de doble dígito, a pesar de que todavía estaban vigentes algunas restricciones como el uso de mascarilla en interiores. Así, en enero, la mejora fue del 16,27 por ciento, en febrero, un 43,67 por ciento y en marzo, un 13,21 por ciento. En mayo, la afluencia aumentó un 16 por ciento. El incremento acumulado del año se sitúa ya en el 22 por ciento con picos de visitas coincidiendo con las grandes citas del consumo.



## ● El inversor no se olvida de los centros comerciales

La pandemia trajo importantes cambios, como la alianza entre las tiendas físicas y el comercio online

La pandemia ha impulsado una nueva etapa para este tipo de activos.

Hernán San Pedro está convencido de que «aquellos activos de calidad que han logrado una recuperación rápida de afluencias y ventas, tienen un gran potencial y seguirán despertando interés inversor durante 2022».

En ese sentido, el directivo de Lar España explica que entre los cambios que ha introducido el coronavirus destaca la experiencia-phigital (la alianza entre las tiendas físicas y el comercio online).

Pero además, para lograr la fidelización del cliente, el centro comercial debe aportar un mix óptimo entre restauración, ocio y compras.

### Cifras que invitan al optimismo

¿Hasta qué punto estos planes de expansión son realistas? Las cifras de Castellana Properties justifican este optimismo. La ocupación alcanzaba el 98,4 por ciento y la ratio de cobro se sitúa cerca del 99 por ciento a cierre de 2021. En cuanto a Lar España, los catorce centros y par-



Las ventas y afluencia en niveles prepandemia permiten ser optimistas sobre los nuevos planes a futuro.

ques comerciales mantuvieron una ocupación del 96 por ciento.

Javier Díaz, analista de Renta 4, señala que comparado con los datos prepandemia, «las ventas en los centros comerciales de Castellana Properties han aumentado un 2,2 por ciento en el último año, datos por encima de la media del sector».

Por su parte, Lar España refleja ya unos datos operativos hasta marzo también por encima de esos niveles. Por ejemplo, Barrio destaca que la soci-mi ya ha mostrado una recuperación total de los niveles de afluencia (footfall).

Asimismo, pone sobre la mesa que el esfuerzo de los inquilinos (rentas/ingresos), pese al ajuste este año por la inflación, se mantiene por debajo del efectivo en 2019 (9,4 por ciento vs 9,8 por ciento).

### Recuperación de sectores clave

La recuperación de los sectores clave, como hostelería y ocio, es fundamental. Para Díaz, se trata de una «noticia positiva para la compañía (Castellana Properties) tanto por la recuperación operativa como por la visibilidad en cuanto a sus planes de inversión».

En relación a Lar España, Barrio añade como elemento favorable un mayor control de los costes coincidiendo con el fin de la pandemia y con que dejarán de estar en vigor las ayudas. ●