

Hernán San Pedro

Director de Relaciones con Inversores y Comunicación Corporativa de Lar España



“Las rentas en centros comerciales crecerán anualmente un 2,2% hasta 2025”

“La perspectiva de las ventas retail para los próximos años es alcista, incluidas las del segmento de centros comerciales”, según afirmó **Hernán San Pedro**, director de relaciones con inversores y comunicación corporativa de **Lar España Real Estate**. En este contexto, indicó que “la tasa prevista de crecimiento anual de rentas en centros comerciales entre 2021 y 2025 en España es del 2,2%”. San Pedro, que analizó el mercado de inversión, el retail y la relación con inversores, hizo un repaso a la evolución de la economía española, la consolidación de la recuperación y la situación de la inflación, que persiste por encima de las previsiones. Y en este contexto, explicó que los expertos en inmobiliario coinciden en que el sector retail ha entrado en una fase de clara recuperación. Y aseguró que “el sector de centros comerciales en España supone una excelente oportunidad para el comercio minorista”. A continuación, explicó que “la distribución española acaba de entrar en una fase de madurez, con una densidad en centros comerciales muy inferior en nuestro país (0,34 metros cuadrados por habitante) que en Estados Unidos (2,35 metros)”. Por otra parte, “el promedio de estos centros en España es mucho más moderno (la mayoría fueron inaugurados en la década de los 2000) y están mucho mejor

adaptados a las tendencias actuales del consumo; tienen más espacios dedicados al ocio y la restauración, en contraste con el modelo anglosajón, centrado en grandes almacenes e hipermercados”. El directivo de **Lar España Real Estate** señaló también que la penetración del e-commerce en España (un 6,5% en marzo de 2021) está muy lejos de las cifras de Estados Unidos (20%) o de las principales economías europeas (26% en Reino Unido, 20% en Alemania y 14% en Francia), e incluso que la media europea (un 16% estimado para 2020). Y añadió que “los centros comerciales españoles se centran en el ocio y la restauración, y en servicios y experiencias sin equivalente en el orden digital”. Según San Pedro los expertos coinciden en que la inversión en retail se recuperará en España en 2022. “Después de 2012 ocurrió algo parecido, y la reactivación fue muy intensa en 2013 y, sobre todo, en 2014”. Ahora, las amenazas tampoco han podido con una actividad que se veía acosada en los últimos años desde distintos ámbitos. Entre ellos, “el ecommerce, que ha derivado en una omnicanalidad, en la que pueden convivir tanto tiendas físicas como digitales; el apocalipsis en USA (2018), pero que afectó principalmente a hipermercados y grandes almacenes (y no a todos); la desaceleración económica (2019)”.