

# *Centros comerciales, más necesarios que nunca*

Miguel Pereda, Consejero de Lar España  
y Consejero Delegado de Grupo Lar

Publicado en [El Confidencial](#) el 26 de mayo de 2020

Como cualquier otra área de actividad, el sector inmobiliario y sus distintos segmentos se han visto afectados por la crisis sanitaria ocasionada por el covid-19. Desde el primer momento, las compañías hemos asumido el efecto con rapidez; adaptado nuestra gestión a las nuevas circunstancias, y comunicado a los mercados casi en tiempo real las diferentes medidas y previsiones estratégicas que hemos ido adoptando en estas semanas.

Frente a quienes en un primer momento han podido cuestionar el sector inmobiliario, y han temido que pudiera repetirse en él un desplome sectorial como el de 2008, la realidad ha sido muy distinta. Una parte relevante del sector está formada por compañías consolidadas, sólidas y estables. Han demostrado ser un instrumento profesional y eficiente y además muy necesarias para la recuperación del tejido productivo de nuestro país.

En los últimos ocho años, el sector inmobiliario español ha completado una gran diversificación acompañada por una alta profesionalización. Hay especialistas en los distintos segmentos y los gestores acumulan una importante experiencia en cada uno de ellos. Las compañías hemos sido capaces de acometer proyectos emblemáticos, reconocidos de forma unánime por su eficiencia, rentabilidad e innovación, habiendo conseguido además canalizar hacia nuestro país gran cantidad de capital de todos los rincones del mundo.

Los activos inmobiliarios hoy en cartera son de calidad contrastada, y lo certifica la constante revalorización de los mismos durante estos últimos años, las rentabilidades obtenidas en los procesos de desinversión y la reconocida calidad y solidez de inversores y usuarios, cualquiera que sea el segmento en el que se fije la atención.

En el escenario actual, los centros comerciales españoles han comenzado el proceso de vuelta a la normalidad desde el pasado 25 de mayo. Desde esa fecha, y si se dan las condiciones fijadas, recuperaremos de forma escalonada lo que se está llamando *nueva normalidad*. Poco a poco iremos saliendo de casa y nos reencontraremos con nuestros hábitos, aficiones y formas de vida y, a partir de ahí, la recuperación será gradual.

Las cifras del sector retail son elocuentes tanto desde el punto de vista del empleo como del económico. Con datos de 2019, integra más de 500 centros y de 36.000 comerciantes que generaron 46.000 millones de euros en ventas y recibieron casi 2.000 millones de visitas. Los datos superan los 740.000 puestos de trabajo entre empleos directos e indirectos.

Si los Centros Comerciales ya tenían un papel relevante en el comercio, el ocio y el entretenimiento familiar, en adelante lo tendrán también en la seguridad del tránsito

de personas, en la capacidad de innovación y en el necesario proceso de fidelización entre las principales marcas y sus clientes. En definitiva, seguirán formando parte del modo de vida de los españoles.

El sector retail y el conjunto de sus profesionales ya han demostrado en el pasado una gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de forma positiva. Hace muchos años que la evolución en el mundo del comercio es una constante, y en esta ocasión no va a ser distinto; una transformación que forma parte de la evolución de nuestra sociedad y de los comportamientos de los individuos, por lo que ninguna industria es ajena a estos cambios.

En paralelo, gran parte de los arrendatarios de nuestros activos son grandes y medianas compañías con capacidad suficiente para desarrollar sus planes de negocio y adaptarlos a las nuevas situaciones que se irán produciendo cuando regresemos a la normalidad. Operarán en espacios seguros y estarán en condiciones de garantizar el cumplimiento de medidas higiénico- sanitarias muy por encima de los protocolos generales establecidos tanto para los empleados, proveedores, así como para clientes finales. Esto les permitiría volver a la normalidad de manera inmediata, y al mismo tiempo que el resto del comercio de calle.

Gestionados por los mejores comerciantes ubicados en los centros comerciales, los centros son además la fórmula de venta con mayor superficie para clientes de todo el comercio. Superficies mejor adaptadas y más seguras que ofrecen amplios espacios comunes y zonas de tránsito que permitirán reducir y evitar las aglomeraciones de otras zonas comerciales urbanas.

La llegada de capital ha permitido una relevante modernización, integración y mejora de nuestros activos como la llevada a cabo en los últimos ejercicios y que ha supuesto un importante salto cualitativo. Contamos con espacios modernos abiertos y experienciales, con locales amplios y con las mejores prácticas en materia medioambiental y de accesibilidad, todo ello gestionado con tecnología punta y con el personal más cualificado.

Desde hace tiempo es una evidencia que los espacios de venta online y físicos no solo son compatibles, sino que además se han vuelto indispensables los unos para los otros. Los principales retailers son fuertes en la red, pero se valen de espacios emblemáticos para fidelizar a su clientela. A la inversa, los e-tailers están abriendo tiendas en todo el mundo y los centros comerciales se han consolidado como principal foco de atracción e intersección de ambos mundos.

*“Buy Online, Pick-Up in Store”* (BOPIS) y otras fórmulas mixtas, son un valor emergente que se apalancará en las capacidades logísticas y de cross-selling de cada centro comercial, flexibilizándose los procesos de compra y reduciéndose las fronteras entre lo físico y lo virtual. Toca ser omnicanales, generar experiencia diferencial e incrementar la fidelidad y la lealtad de marca.

La adaptación continua al cliente, y el foco en su experiencia de compra, serán también factores clave. Se trata de entender qué les gusta, qué les molesta y qué les importa, haciendo un seguimiento continuo de la evolución de esos factores mediante una recogida permanente de datos.

La tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad serán elementos diferenciales de los mejores centros, por tratarse de factores a los que el cliente cada vez es más

sensible y que generan más “engagement” y por tanto formaran parte de la estrategia de todos y cada uno de ellos. Serán espacios seguros, agradables, variados y divertidos

En cuanto a la posición concreta de Lar España, nos situamos ante este futuro en una posición de partida excelente. Contamos con activos muy dominantes en sus zonas de influencia, tecnológicamente muy avanzados y versátiles. Hemos fidelizado una excelente cartera de arrendatarios y clientes finales con quienes mantenemos una estrecha relación. Contamos además con un grado de ocupación elevado, una tasa de esfuerzo baja y un balance y una posición de liquidez muy sólidos.

Creemos sinceramente que el sector de centros y parques comerciales está preparado para adaptarse a este nuevo escenario. Aquellos que estén cercanos a los clientes; que sean técnicamente sofisticados; que estén conectados con la comunidad, que ofrezcan entornos sostenibles y seguros, y que además tengan como espina dorsal la satisfacción de sus clientes, sin duda van a ser parte de la nueva fórmula ganadora. Resulta claro también que su papel será fundamental para la normalización de la vida social y la recuperación de nuestra economía en los próximos meses.

Un diálogo fluido con las administraciones para que dispongan de la mejor información sobre nuestra industria y su funcionamiento será también muy necesario para que las medidas que se tomen tengan los efectos buscados. Desde la AECC hemos tratado de jugar ese papel, y remitido al gobierno lo que en opinión del sector son las medidas que deberían ser tomadas en consideración para minimizar el impacto de la crisis en la economía y el empleo. La colaboración entre arrendadores y arrendatarios también contribuirá de forma clara a estabilizar la situación.

Estamos convencidos de que esta situación que vivimos lo que hará es acelerar de manera vertiginosa los importantes cambios que, en cualquier caso, ya estaban en marcha en el sector, así como la transformación que estábamos viviendo y para la que ya nos habíamos preparado.