

Los fondos y socimis ajustarán sus alquileres en hoteles y 'retail'

Blackstone, Lar España, Castellana Properties, GGC, URW, Sonae o Merlin son algunos de ellos



Fuente: Unsplash

Autor: Redacción

20 marzo 2020, 15:34

Cada vez son más las empresas inmobiliarias que, conscientes de la situación, activan protocolos para hacer más llevadera la crisis que ha derivado del Covid-19. **Blackstone, Lar España, Castellana Properties, GGC, URW, Sonae o Merlin** son algunos de los principales propietarios de hoteles y locales comerciales en España que están ajustando las rentas a sus inquilinos.

Grupos hoteleros, tiendas de ropa o restaurantes han empezado a mandar cartas a sus caseros para negociar las condiciones de sus contratos y plantear condonaciones, moratorias o ajustes, al menos, mientras dure el estado de

alarma decretado por el Gobierno, según un reportaje que ha elaborado *Expansión*.

"Muchos arrendatarios, coordinados o no, están notificando a los propietarios que dejan en suspenso sus obligaciones con respecto al pago de la renta", explican fuentes del mercado. "Es imposible dar una respuesta única ya que todo depende de las cláusulas de los contratos y de la buena fe de ambas partes en las negociaciones", explica **Ignacio Echenagusia, socio de Deloitte Legal** a *Expansión*.

El abogado asegura que, si no se alcanzara un acuerdo y las partes decidan litigar, existen dos principios a los que puede acogerse el arrendatario en esta situación: el de causa de fuerza mayor y el principio que recoge el derecho e implica que una alteración sustancial y totalmente imprevisible puede llevar a la modificación o extinción de las obligaciones del contrato.

La postura de los propietarios

La socimi Merlin ha explicado que está analizando cada caso particular atendiendo a su política comercial en materia de bonificaciones de renta para compartir la carga de la difícil situación actual con sus inquilinos en aquellos locales y negocios que no pueden abrir al público, mientras que **Lar España están evaluando los potenciales impactos** en "permanente y fluido contacto" con sus inquilinos, analizando centro a centro y cliente a cliente, con una perspectiva a medio plazo.

Unibail-Rodamco Westfield, propietario de ocho grandes centros comerciales en España como Parquesur, La Vaguada y La Maquinista, indica que ha iniciado el "diálogo con sus operadores sobre cómo abordar las obligaciones contractuales de los retailers en una situación sin precedentes".

Artículo visto en

[Socimis y grandes fondos ajustarán las rentas a los hoteles y comercios \(Expansión\)](#)

<< ANTERIOR

PROXIMA >>

Lar España confía en su "balance fuerte" para afrontar los retos del COVID-19

25/03/2020



CENTRO COMERCIAL "LAGOH" DE LAR ESPAÑA

“El apalancamiento de la SOCIMI es bajo, de apenas el 34 % del valor de los activos”, explican

Lar España ha explicado que cuenta con un balance fuerte que le permite afrontar en mejores condiciones los retos producidos por la crisis del COVID-19.

“El apalancamiento de la SOCIMI es bajo, de apenas el 34 % del valor de los activos y un coste medio del 2,1 %, cerca del 90 % a coste fijo, con vencimientos muy limitados hasta 2022 y tanto la tesorería como el balance tienen una fortaleza muy relevante”, aseguran.

No obstante, se muestran cautos a la hora de valorar el



RELACIONADOS >>

// Delin Property, alquila 11.000 m2 de su proyecto logístico en construcción Alcalá East Madrid Park





Suscríbese a nuestro boletín

Por otro lado, la SOCIMI comenta que todos sus centros y parques comerciales han procedido a activar los planes de interrupción parcial y temporal y a franquear y habilitar zonas de tránsito hacia los comercios minoristas que permanecerán abiertos, para permitir el mejor servicio posible a nuestros usuarios y el acceso cómodo y rápido a los productos de primera necesidad.

“Lar España ya había contemplado en su protocolo de seguridad esta hipótesis, de manera que la reducción temporal de las distintas instalaciones se ha realizado con rapidez y normalidad. El mencionado protocolo tiene como objetivo principal garantizar la coordinación entre todos los ámbitos de dirección y equipos de Lar España y de Grupo Lar”, recalcan.

Cabe destacar que Lar España ha provisto tanto a los empleados como los colaboradores, así como la cadena de proveedores de información práctica y de recomendaciones específicas en materia de seguridad y salud según las particularidades del COVID 19.

“También se han definido los procesos, tareas, rutinas y personal que se consideran indispensables para garantizar el mínimo cotidiano de todos los centros comerciales; y se han establecido planes de acción claros y concisos, ajustados a cada uno de ellos”, comentan.

los centros comerciales de España el 1 de junio

// Haya ofrece más de 400 locales comerciales en venta con descuentos de hasta el 40 %

// Optimismo tras la reapertura de los centros comerciales Carmila

// La promotora Exxacon, muy activa durante el confinamiento

// AEDAS Homes lanza en Villanueva del Pardillo (Madrid) un proyecto de chalets "flexibles"

// Housers reclama la inclusión de las plataformas de financiación participativa en los préstamos ICO

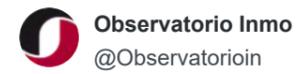
// CBRE asesora en el arrendamiento de 1.500 m2 de oficinas en Málaga

// Haya obtiene unos resultados de 6,2 millones de euros en el primer trimestre



Suscríbese a nuestro boletín

Tweets por @Observatorioin



Delin Property, alquiler 11.000 m2 de su proyecto logístico en construcción Alcalá East Madrid Park
observatorioinmobiliario.es/empresas-y-org...

Delin Property, alquiler 11....
 observatorioinmobiliario.es

50min



Inmobiliario al día 28/05/2020 - mailchi.mp/observatorioin...



4h



Reuben Brothers adquiere 250

[Insertar](#)
[Ver en Twitter](#)


PUBLICACIONES:

IBERIAN.PROPERTY
 OBSERVATORIO INMOBILIARIO
 REVISTA CENTROS
 COMERCIALES
 VIDA IMOBILIÁRIA

MADRID:

Calle de Cronos, 24-26, portal
 1, piso C1
 28037 Madrid

PORTO:

Rua Gonçalo Cristovão, 185 –
 6º
 4000-269 Porto

LISBOA:

Praça Duque de Saldanha, 20,
 R/C Dto
 1050-094 Lisboa

VIGO:

Calle María Auxiliadora 4, bajo
 36202 Vigo

Lar España aplica un estricto principio de austeridad a sus actividades en curso ante el COVID-19

original

Lar España ha aplicado un estricto principio de austeridad a sus actividades en curso y ha adecuado los gastos a la nueva situación provocada por la pandemia.



En este sentido, la compañía ha explicado que cuenta con un balance fuerte que le permite afrontar en mejores condiciones los retos producidos por la crisis del COVID-19.

“El apalancamiento de la SOCIMI es bajo, de apenas el 34 % del valor de los activos y un coste medio del 2,1 %, cerca del 90 % a coste fijo, con vencimientos muy limitados hasta 2022 y tanto la tesorería como el balance tienen una fortaleza muy relevante”, aseguran.

No obstante, se muestran cautos a la hora de valorar el impacto de la crisis y aseguran estar cumpliendo con las recomendaciones dadas por la autoridad bursátil europea, ESMA, junto con el regulador español CNMV, relativas a la necesidad de contar con planes de contingencia y medidas de continuidad del negocio, así como de la adecuada difusión de información financiera al mercado.

Por otro lado, la SOCIMI comenta que todos sus centros y parques comerciales han procedido a activar los planes de interrupción parcial y temporal y a franquear y habilitar zonas de tránsito hacia los comercios minoristas que permanecerán abiertos, para permitir el mejor servicio posible a nuestros usuarios y el acceso cómodo y rápido a los productos de primera necesidad.

“Lar España ya había contemplado en su protocolo de seguridad esta hipótesis, de manera que la reducción temporal de las distintas instalaciones se ha realizado con rapidez y normalidad. El mencionado protocolo tiene como objetivo principal garantizar la coordinación entre todos los ámbitos de dirección y equipos de Lar España y de Grupo Lar”, recalcan.

Cabe destacar que Lar España ha provisto tanto a los empleados como los colaboradores, así como la cadena de proveedores de información práctica y de recomendaciones específicas en

materia de seguridad y salud según las particularidades del COVID 19.

“También se han definido los procesos, tareas, rutinas y personal que se consideran indispensables para garantizar el mínimo cotidiano de todos los centros comerciales; y se han establecido planes de acción claros y concisos, ajustados a cada uno de ellos”, comentan.

www.elEconomista.es/Mercados y Cotizaciones y Ecomtrader

**LAS GRANDES SOCIMIS CAEN MÁS QUE EL MERCADO**

En esta crisis, la inversión en inmuebles deja de ser un refugio

Las mayores socimis europeas superan la corrección media del mercado en esta crisis. No solo es el residencial y el miedo a una recesión. Los activos más afectados son los centros comerciales y las oficinas porque el confinamiento puede acelerar el cambio de modelo hacia las compras 'online'

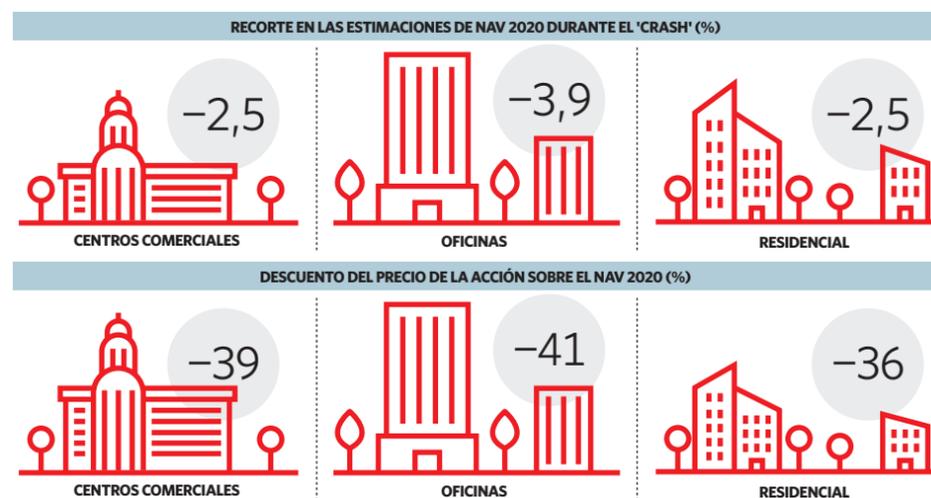
POR LAURA DE LA QUINTANA

La vivienda siempre se ha considerado el activo clásico de inversión para el perfil más conservador, algo propio de los españoles. El paso del tiempo ha traído, en cambio, compañías cotizadas especializadas en el alquiler, en el caso concreto de nuestro país, en oficinas y centros comerciales que han jugado un papel de activo refugio desde que comenzaron a cotizar en el año 2014. Pero el *crash* del mercado actual también ha conllevado un cambio de paradigma. El inmobiliario está considerado un *bond proxy*, acciones de firmas endeudadas –favorecidas por tipos de interés muy bajos– que se utilizan como sustitutos de la renta fija cuando ésta da bajas rentabilidades, al ofrecer un retorno algo superior con un riesgo también controlado. Ahora, en cambio, el sectorial europeo que agrupa a las mayores socimis ha caído un 33% en bolsa frente al 25% que, de media, retrocede el Stoxx 600. Es el tercero más castigado, por detrás del turismo y los bancos desde que arrancó la corrección.

La razón principal es que el mercado descuenta ya una recesión, con un aumento del número de desempleados, aun partiendo de un escenario base como una crisis pasajera. Y el sector inmobiliario es de los que más correlacionados están con el PIB de cada país, sobre todo, las socimis residenciales. Los analistas no descartan revisiones a la baja en la valoración de sus activos por caída de la demanda. Y hay más. ¿Y si el teletrabajo, obligado hoy, se extendiera más allá del confinamiento? La tasa de ocupación de las oficinas bajaría o bien, los metros cuadrados alquilados por las empresas. Pero esta crisis está golpeando, sobre todo, a los centros comerciales que ya venían castigados de antes. Las

Las socimis españolas, las segundas más castigadas de Europa

Los centros comerciales sufren el mayor castigo



Mayores caídas de socimis por mercados durante el 'crash'

PAÍS	%	PAÍS	%
Países Bajos*	-58,0	Bélgica	-27,4
España**	-42,7	Alemania	-25,6
Reino Unido	-40,1	Suiza	-25,3
Francia	-36,7		

Fuente: FactSet, Bloomberg y elaboración propia.

elEconomista

compras *online* se han disparado, “acelerando un cambio de comportamiento del cliente”, dice JP Morgan, y las socimis del *retail* se van a ver obligadas a renegociar el precio de sus alquileres e, incluso, a condonar deudas mientras dure el estado de alarma en Europa. La firma estadounidense calcula que en Hong Kong “los propietarios de comercios se vieron obligados a rebajar un 50% sus rentas en febrero” por el impacto del Covid-

19. Unibail-Rodamco-Westfield, el gigante del *retail* europeo, y Hammerson, firma británica de alquiler de centros comerciales, han perdido cerca del 60% de su valor en las últimas cinco semanas, lo que provoca descuentos sobre NAV (valor neto de su cartera de activos) del 72% en el caso de la firma holandesa. Lar España cotiza un 65% por debajo. Es una especie de *apocalipsis*, porque, de rebote, les afecta la crisis del textil,

con China, primer fabricante y consumidor de moda a nivel mundial, e Italia, otra de las grandes capitales. Las estimaciones todavía prevén un crecimiento del valor de sus inmuebles del 1,2% en 2020 –no es el caso de Unibail, para quien calculan una devaluación del 10% del *portfolio*–, a pesar de que han rebajado sus previsiones un 2,5% en el último mes para el cierre de 2020. El NAV de Lar crecerá un 0,9% según el consenso. Aunque el mayor *rejonazo* es para los *reits* de oficinas. La previsión para las nueve mayores socimis europeas es que el valor de sus inmuebles crezca solo un 0,2% este año, después de un recorte del 3,9% en sus previsiones (ver gráfico). Prueba de ello es que cotizan, de media, con el mayor descuento sectorial sobre NAV, del 41%. Las acciones de las españolas Merlin Properties e Inmobiliaria Colonial se sitúan un 55% y un 29% por debajo del valor en mercado de sus inmuebles, tras perder la mitad de su valor en cinco semanas, entre las diez mayores caídas del Stoxx Real Estate.

Las previsiones para las socimis residenciales, mayoritariamente alemanas y francesas –Gecina– es de un crecimiento de su cartera de activos del 5% por valoración, aun habiendo recortado la previsión para 2020 un 2,5%. Deutsche Wohnen, la segunda mayor inmobiliaria por detrás de Vonovia, descarta una revalorización de sus inmuebles el primer semestre ante el impacto del virus.

A más comercio, más caída

“Las correcciones en bolsa han sido proporcionales a la exposición a centros comerciales: Lar primero, Merlin Properties tiene un 20% de la cartera, y luego Colonial, con el 2% de las rentas”, afirma Juan Moreno, analista de Bankinter. La socimi especializada en *retail* es la única que falta por pronunciarse ante la CNMV. Merlin declaró la primera un impacto máximo en el 10% de las rentas ante el coronavirus, mientras Colonial cree que éste se ceñirá a sus activos de *retail* con el 2%. Pero en los tres casos no tienen intención, como si está sucediendo con otras muchas compañías, en reducir el dividendo –cabe recordar que su obligación como socimi es distribuir, al menos, el 80% del beneficio, aunque en su caso tienen margen para bajarlo–. De cara a 2020, Merlin Properties es la más afectada. Desde el 24 de febrero, el consenso ha rebajado un 5% la estimación sobre el valor de sus activos en 2020 –es el único recorte entre las tres firmas– y se cree que su NAV crecerá un 1,5%, frente al 8% de Colonial de 2019 a este año. El mercado de oficinas parisino –de los más líquidos en Europa– está dando cierto aire a la socimi catalana.

EE

La crisis del coronavirus Inmuebles

El inmobiliario se aferra a un corte comercial limitado que no hunda al sector

Merlin ofrecerá medidas de ayuda a establecimientos de sus centros comerciales

Tiendas y hoteles, los negocios más afectados

ALFONSO SIMÓN
MADRID

El sector inmobiliario se aferra a que la crisis provocada por el coronavirus sea un mero paréntesis temporal que permita a las empresas continuar con sus planes y que no vuelva a hundir a un sector renacido a partir de 2014 con la figura de las socimis y de las nuevas promotoras de vivienda.

Los expertos consultados ven precisamente a las promotoras como las que más problemas pueden tener si el parón por el coronavirus o el estado de alarma se alargan, debido, apuntan, a que su liquidez es más limitada y necesitan de ingresos recurrentes de ventas para continuar con obras de edificación. Precisamente, los edificios siguen construyéndose y desde la patronal APCEspaña se pidió este lunes a José Luis Ábalos, ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, que aclarase si la construcción podía continuar tras darse casos en el que la policía la ha paralizado.

“En el sector residencial español tendrá un impacto muy significativo, al menos en 2020, fundamentalmente por la incertidumbre creada, la drástica reducción del turismo y de la actividad económica en general, la destrucción de empleo y por la disminución del efecto riqueza de los posibles compradores de una vivienda por las pérdidas de sus inversiones financieras”, opina Mikel Echevarren, consejero delegado de la consultora Colliers. Y vaticina también una “drástica reducción de ventas de viviendas a extranjeros”.

Sin embargo, según los expertos, en el caso de las socimis, las rentas mensuales provenientes de los inquilinos (oficinas, naves, tiendas, hoteles o viviendas) garantizan una mayor estabilidad en el flujo de ingresos si la crisis es corta. “Afortunadamente, la compañía se encuentra en una situación de fortaleza para afrontar este momento excepcional ya que cuenta con un nivel de apalancamiento bajo, ex-



Viviendas en construcción en el barrio de Villaverde. PABLO MONGE

celentes y holgados ratios financieros, no hay vencimientos de deuda hasta 2022 y contamos con una línea de crédito de 700 millones de euros sin disponer, además de 385 millones de tesorería”, recuerdan desde Merlin Properties, dueña de oficinas, naves y activos de retail en España y Portugal. “La compañía operativamente está muy diversificada, con una ocupación muy alta del 95% con una cartera de clientes de muy buena calidad”, asegura un portavoz de la socimi cotizada en el Ibex 35, quien indica que todas las obras de reforma o nuevos activos están siguiendo su curso normal y siguen ejecutándose.

Respecto a cómo puede afectar los cierres de centros comerciales en las rentas de la socimi, el portavoz explica que todos los inquilinos tienen la obligatoriedad de continuar pagando la renta. “No obstante, conscientes de que la situación actual exige un ejercicio de responsabilidad, la compañía está valorando qué tipo de medidas se pueden adoptar para solidarizarse con los inquilinos más afectados en función de cada situación”,

avanza como novedad. Los centros permanecen abiertos solo para las tiendas que el estado de alarma permite.

Igualmente, la socimi Lar España, especializada en parques y centros comerciales, ha habilitado zonas de tránsito hacia los comercios minoristas que permanecerán abiertos. “Es prematuro hablar de revisiones de resultados para 2020. Tenemos

Desde JLL se cree que la logística se beneficia del repunte del negocio online

“En el sector residencial tendrá un impacto muy significativo”, opinan en Colliers

una ocupación del 97% en nuestros centros comerciales, prácticamente plena ocupación, por lo que los espacios libres son mínimos”, señala un portavoz de la socimi. “En cuanto a gestión de los activos y reformas, el principio de austeridad se ha impuesto al resto de consideraciones”, añade. Precisamente esta compañía celebró ayer su junta de accionistas de forma telemática y en la que aprobó la distribución de un dividendo por 55 millones.

Desde otra de las grandes compañías del sector se apunta a que el impacto en las socimis será relativamente limitado, ya que si las empresas cuentan con buena ocupación y contratos a largo plazo, el flujo de rentas será estable. Igualmente creen que en las obras, aunque pueda haber algún retraso puntual no afectará a las fechas de entrega significativamente.

“La propagación del coronavirus y la respuesta sigue siendo una situación en evolución. Los impactos a corto plazo en el crecimiento económico, la actividad empresarial y el comportamiento individual son innegables

y, si bien el consenso actual es un repunte en la economía global en el segundo semestre de 2020, la trayectoria exacta es desconocida en este momento”, reconocen desde la consultora estadounidense JLL. “En tiempos de incertidumbre, a menudo vemos retrasos en la toma de decisiones para el arrendamiento y la inversión, así como la moderación de la demanda”.

Sin embargo, desde esta consultora se explica que el inmobiliario puede continuar siendo un valor refugio como ha sido en los últimos tiempos, por lo que respecto a la inversión no tiene por qué resentirse. Señala al negocio hotelero y comercial como los más castigados, ve estabilidad en el de oficinas y, por el contrario, percibe oportunidades de espacios en el logístico, debido al negocio online. “Sabremos más sobre los posibles impactos a largo plazo en el sector inmobiliario cuando tengamos una mayor claridad sobre el alcance y la duración del brote y la respuesta relacionada de los consumidores, las empresas y los gobiernos”, se apunta desde la consultora.

Intento de llevar la venta de pisos a la vía telemática

► **Actividad.** “Las constructoras continúan con las obras, cumpliendo por supuesto con lo que nos dicen las autoridades sanitarias. Todavía es pronto para hacer una valoración objetiva, pero por supuesto, nos afecta como al resto de sectores. Debemos adaptarnos a una situación nueva y desconocida de manera ágil para, por un lado, atender a nuestros clientes con la mayor seguridad, así en Habitat Inmobiliaria todos nuestros comerciales y contact centers teletrabajan y ofrecen toda la información a través de correo, email y otros vía telemática”, destacan desde la promotora Habitat. “Dada la imposibilidad de predecir la evolución de esta situación y siempre poniendo la salud y seguridad de todos los trabajadores como prioridad absoluta, la compañía irá adaptando la construcción y evolución de las obras, en coordinación con las constructoras, procurando en todo momento que estas se vean afectadas lo mínimo posible”, apuntan en Neinor Homes. “El posible efecto en el número de ventas en estas semanas en el sector en general será algo que habrá que evaluar más adelante, pero es de prever que se recupere una vez la situación vuelva a la normalidad”, avanzan. “Es aún demasiado pronto para evaluar el impacto real del virus tanto en nuestro negocio como en el sector. Estudiarémos atentamente la situación de manera continuada durante los próximos días”, explican desde Metrovacesa.

El Gobierno rectifica y estudia ofrecer moratorias en el alquiler a hoteles, restaurantes y comercios

original

- El decreto aprobado solo permite ahora aplazar pagos a los particulares
- Inditex, Mango, H&M, Telepizza, Vips o La Tagliatella negocian local a local
- Las socimis y grandes fondos ofrecen ya moratorias

El Gobierno ha abierto por primera vez la puerta a [estudiar posibles soluciones que permitan una condonación o, al menos, una moratoria en el pago de los alquileres](#) por parte de las cadenas hoteleras, las tiendas y los restaurantes, bares y cafeterías.

Paula Nevado, secretaria general de la patronal Marcas de Restauración, que agrupa a todas las grandes cadenas de restaurantes, como Telepizza, McDonald's, La Tagliatella, KFC, Eat Out, el Grupo Vips, Autogrill o Beer&Food, recalca que "si estamos cerrados es por causa de fuerza mayor, a raíz del decreto de Estado de Alarma" y pide una rectificación, después de que el [Ejecutivo solo permitiera la moratoria en el pago de las rentas del alquiler en el ámbito residencial](#).



"Nos han trasladado que está estudiando una posible solución y estudiando como es posible jurídicamente articular una moratoria para las empresas", señala Nevado. Se trata, así, de un claro tendencia ante la presión de miles de restaurantes, comercios y hoteles porque hasta ahora había una posición completamente distinta. Desde Industria, sin embargo, no han hecho ningún tipo de comentario al respecto.

Hasta este momento, según explica Nevado, **"el Gobierno nos había dicho siempre que era una cuestión privada y que teníamos que ponernos de acuerdo entre las partes, pero eso es absolutamente imposible"**. Según explica la secretaria general de Marcas de Restauración, "hay empresas que tienen ciento de establecimientos y **no se puede ir negociando uno a uno porque, además, la casuística es muy particular en cada caso y hay desde grandes fondos y socimis a propietarios particulares**".

Compañías como Inditex, Mango, H&M, Telepizza, Vips y otras muchas llevan ya semanas intentando negociar local a local, aunque eso supone un gran descontrol. "Le trasladamos al Gobierno que si teníamos que ir hablando con cada uno de los propietarios de los locales podría acabar habiendo algunos que se negaran, lo que acabaría implicando deshucos de forma masiva y un colapso en los juzgados", señala Nevado.

Marcas de Restauración asegura estar totalmente alineada con la patronal Hostelería de España, que agrupa a más de 300.000 locales entre bares, cafeterías y restaurantes. Desde esta organización, la inacción institucional y "se ha instado al Gobierno y a los arrendadores a alcanzar medidas como las que se están produciendo en Francia, Italia, Alemania, Qatar o Canadá, entre otros, solicitando a la Administración central a tomar decisiones en este sentido".

Pero si la hostelería está en una situación agónica, el comercio también. Acotex, la patronal de la distribución textil, y otras organizaciones como Madrid Foro Empresarial, han solicitado también medidas urgentes y pagar durante esos meses solo el 20% del alquiler. **"En el Real Decreto no hay ni una sola mención a los locales comerciales, con las tiendas cerradas e ingresos cero. ¿Cómo hacemos frente a los alquileres? Exigimos una solución urgente para el pago de los mismos"**, asegura Eduardo Zamácola, presidente de Acotex.

A la espera de que el Gobierno mueva ficha, los grandes caseros de locales, centros comerciales y restaurantes ya han empezado a tomar medidas para flexibilizar el cobro de las rentas a sus inquilinos.

La primera en dar el paso fue la socimi Merlin, que según explican fuentes del sector, ha condonado las deudas de sus clientes tanto en activos comerciales que se han visto obligados al cierre como en los dos hoteles que tiene en cartera.

Así, la compañía que dirige Ismael Clemente, ha aprobado un plan que beneficia al 77% de los inquilinos de sus centros comerciales, que son la parte afectada por las restricciones de movilidad aprobadas por el Gobierno, ya que el otro 23% se trata de locales que si que pueden mantener abiertos sus servicios. La medida que ofrece Merlin estará activa hasta el 31 de julio, si bien, volverá a cobrar las rentas si el sector vuelve antes a la normalidad.

Otra de las grandes socimis de centros comerciales también ha aprobado, según explican fuentes del sector, condonar las rentas del mes de abril y cada vez son más los gigantes del retail que están tomando este tipo de medidas anticipándose a una posible regulación por parte del Gobierno.

Lar ofrece soluciones caso a caso

Desde Lar, que cuenta con una cartera de 15 activos comerciales en España, explican a elEconomista, que las relaciones con todos los operadores de sus centros "son de gran confianza y espíritu de colaboración ante la nueva situación". Así, reconocen que están en "una etapa de confianza y diálogo con los operadores presentes en nuestros centros". "

En general, establecemos soluciones caso por caso", explica la socimi, que apunta que una parte significativa de sus inquilinos "son, a su vez, grandes compañías y pymes de reconocida solvencia, con capacidad suficiente de desarrollar planes de negocio y adaptarlos a nuevas situaciones que seguramente se producirán cuando regresemos a la normalidad. **Las ayudas de los gobiernos e instituciones nacionales y europeas contribuirán también a ello de forma clara**".

Sonae sigue el protocolo

Sonae Sierra, que es propietaria de seis centros comerciales en España, explica que tiene entre sus protocolos uno específico para escenarios de pandemia, "por lo que la puesta en marcha de procedimientos operacionales para el manejo de esta situación ha sido realmente rápida por nuestra parte". "Como en otros tiempos de crisis, Sonae Sierra evalúa, en **colaboración con sus socios, inversores, clientes y arrendatarios qué medidas se pueden tomar para mitigar las consecuencias de este período excepcional** y crear las condiciones para el retorno a la normalidad lo más rápido posible", apuntan desde la compañía.

El C.C. 'Ànec Blau' reinaugurará su zona de restauración una vez finalice el confinamiento

Restauración Organizada | 17/04/2020 | PATRICIA LÓPEZ



El C.C. 'Ànec Blau', ubicado en Castelldefels, en Barcelona, estima poder reinaugurar su zona de restauración, que está siendo remodelada desde julio de 2019, en cuanto finalice el estado de alarma y el Gobierno permita abrir de los centros comerciales. Lar España, propietaria del centro comercial desde 2014, tenía previsto que la inauguración de las instalaciones

remodeladas se produjese el pasado día 15 de marzo. Y al igual que le ha sucedido a otros centros comerciales en obras y que tenían previsto abrir de cara la temporada de primavera-verano, tal y como contó Alimarket, también ha tenido que reajustar su calendario. En el caso del C.C. 'Ànec Blau', las obras de remodelación del espacio comercial ya estaban finalizadas antes de declararse el estado de alarma y, solamente, estaba pendiente la ejecución de algunos remates estéticos, que volvieron a reanudarse el pasado 14 de abril, tras la vuelta a la actividad del sector de la construcción, según explica Carlota Yllera, Asset Manager Retail Iberia de Lar España.

Las obras de renovación promovidas por la compañía inversora han supuesto una inversión de 16 M€ y han consistido en la reforma de la zona de restauración, la zona de moda y los cines existentes. Yllera comenta que **"se ha transformado el total del edificio de restauración, lo que ha conseguido que los locales en ambos niveles tengan mucha más presencia de luz natural y, por tanto, consiguen que el cliente tenga una mejor experiencia"**. En esta línea, menciona también se ha unificado la imagen, lo que aporta armonía en toda la zona. "Materiales como acero corten, madera de nogal o roble hacen que todo tenga un mismo lenguaje", detalla al respecto.

Mayor oferta gastronómica

En la transformación de la área gastronómica, que ocupa la cuarta parte del centro comercial, **se han renovado los locales de Viena, McDonald's , Udon o La Tagliatella**, con la finalidad de mejorar la experiencia de cliente y optimizar el espacio, y **se han incorporado** una veintena de restaurantes, como **Timesburg, Canel Rolls, Casa Carmen o Taco Bell**, según detalla Yllera. Además, Lar España se encuentra en negociación con otros operadores "para completar la zona con una variada oferta de restauración".

En este sentido, desde la socimi, manifiestan que **la clave de los trabajos es mejorar la experiencia de los cliente y potenciar los valores medioambientales y la sostenibilidad del centro** -ocupa una superficie de más de 28.000 m² de SBA-, "poniéndolo en contacto con su entorno e incorporando nuevas zonas de restauración, ocio y un nuevo jardín exterior". Yllera asegura que todo esto supondrá una redistribución de los espacios, que destacarán por su luz natural y representarán un 'estilo de vida mediterráneo': "**Todos estos avances consolidan a 'Ànec Blau' como referente de moda, ocio y restauración**".

Lar España

Este espacio comercial no es el único con el que cuenta Lar España, sino que también es propietaria de otros inmuebles comerciales repartidos por toda la geografía española, como los centros comerciales '**Albacenter**', en Albacete, '**El Rosal**', en León, '**Lagoh**', en Sevilla, '**Marina Alta**', en Alicante o '**Megapark Barakaldo**', ubicado en dicha localidad, o los parques comerciales '**Rivas Futura**', en Madrid o el '**Parque Abadía**', en Toledo.

Alimarket

Cuestión de confianza

Los propietarios de centros comerciales solicitan un plan de rescate

Restauración Organizada | 20/04/2020 | PATRICIA LÓPEZ



Algunas de las principales compañías propietarias de centros y parques comerciales en España - Merlin Properties, Unibail, Klepierre, Lar España Real Estate, Carmila, Castellana Properties, Eurofund, Harbert Management Corporation, la Sociedad General Inmobiliaria de España, Neinver y Nuveen Real Estate - se han puesto de acuerdo para solicitar un plan de rescate para el

sector retail, "uno de los más impactados por la crisis del coronavirus, junto al turístico y hotelero". Así lo han trasladado en un comunicado, en el cual hacen un llamamiento a la **colaboración entre las administraciones y todos los integrantes del segmento de comercio minorista** para "profundizar en el desarrollo de medidas integrales que contribuyan a paliar el impacto de la depresión del consumo e impulsar un plan de relanzamiento que garantice la supervivencia del tejido comercial, su función vertebradora de la economía y su papel como dinamizador social". Para este colectivo, **"el desarrollo de soluciones conjuntas es la única vía para absorber las consecuencias de la crisis y rescatar al sector en el medio plazo"**.

Esta petición tiene lugar en un contexto, donde el medio millar de centros y parques comerciales presentes en el país y que albergan zonas de ocio, restauración, moda y supermercados de alimentación, únicamente tienen abiertos aquellos locales que presten servicio a la población en necesidades básicas, como la alimentación o las telecomunicaciones, como ya contó Alimarket. Además, esta crisis sanitaria no solo está afectando al funcionamiento de los espacios en funcionamiento, sino también a muchos de los proyectos comerciales que se encontraban en construcción en el momento de iniciarse la pandemia del COVID-19. Es el caso, por ejemplo, de los centros comerciales 'Open Sky', en Torrejón, y 'La Torre Outlet Zaragoza', que tras las diversas modificaciones en el decreto en lo relativo a la construcción y, por consiguiente, la paralización temporal

de las obras (desde el 30 de marzo hasta el 13 de abril), han tenido que retrasar las fechas de apertura de sus centros, previstas, inicialmente, para primavera-verano.

Medidas propuestas

Por todo ello, los propietarios de centros y parques comerciales ven necesaria una actuación al respecto. De esta manera, **apoyan las medidas propuestas remitidas por la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo** "por considerarlas esenciales para dinamizar la actividad de los operadores y de toda la cadena de valor del comercio minorista". Entre ellas, se encuentran el acceso al fondo ICO para aquellos comerciantes que lo necesiten, la posibilidad de abrir los domingos y festivos durante 2020 y 2021 para recuperar las semanas de cierre y la puesta en marcha de un periodo especial de promoción de un mes, para la recuperación de las actividades comerciales de ocio y restauración.

Por su parte, **las compañías propietarias** proponen medidas adicionales a las ya solicitadas por la AECC como la moratoria del pago de las rentas para comercios cerrados y su pago fraccionado en un año, la creación de un fondo de garantía estatal para asegurar a los propietarios el cobro de los alquileres y ayuda al pago integral de la renta para los comerciantes más frágiles y, por último, ayudas públicas para propietarios que acepten aplazar o bonificar rentas, así como deducciones fiscales para los arrendatarios que acrediten el pago de la renta en el período sin la actividad habitual.

Mientras tanto, los propietarios **ya han puesto en marcha diversas iniciativas de apoyo a sus arrendatarios durante este periodo con el objetivo de aliviar la tesorería de pymes y resto de operadores comerciales obligados a cerrar** y, además, están "haciendo un esfuerzo por limitar los gastos de funcionamiento al nivel más bajo posible", ya que, como se mencionaba con anterioridad, mantienen sus centros abiertos para proveer de servicios básicos a la población.

El comercio demuestra su eficiencia y solidaridad

1. ¿Cómo están colaborando con sus miembros para apoyarlos en esta situación?

2. ¿Qué medidas cree que deberían tomarse para que la recuperación de la crisis sea lo más rápida posible?

3. ¿Qué oportunidades se pueden abrir después de resolver esta situación?

Las asociaciones nacionales de centros comerciales en Europa se están mostrando cerca de todos sus socios, ofreciéndoles información y estrategias para ayudarles en estos momentos tan complicados. Las medidas que están tomando los gobiernos de los distintos países son diferentes, pero algunos reclaman una estrategia común para la zona euro. En unos momentos tan complicados, antes de que se solvete la crisis sanitaria, es difícil buscar oportunidades para encarar la recuperación de la forma más rápida posible. Los centros comerciales podrán incrementar su capacidad para actuar como centros logísticos y, sobre todo, como puntos de encuentro y apoyo para la comunidad.





RÜDIGER PLEUS

director general del German Council of Shopping Places (GCSC)



1. Desde el 26 de febrero hemos ido manteniendo una conferencia semanal sobre el coronavirus y su impacto en la industria de los centros comerciales. Los participantes son miembros de la Comisión de Seguridad del German Council of Shopping Places (GCSC), un grupo de aproximadamente 50 empresas con experiencia en temas de seguridad y amenazas terroristas. Al final de cada conferencia publicamos una "Corona Newsletter" con recomendaciones e información de interés para la industria. En cada reunión, siempre participa un profesor en virología que nos explica los aspectos médicos y también hemos tenido a un psicólogo contando los efectos de esta crisis sanitaria en la población y ofreciendo recomendaciones útiles para los gerentes de los centros. Asimismo, hemos organizado varios seminarios online sobre el coronavirus.

2. Las medidas de gran alcance tomadas para prevenir la propagación del virus en Alemania han llevado a una paralización casi completa de la vida pública. Ahora es cuando nos estamos enfrentando a la verdadera crisis, ya que el comercio minorista ha reducido significativamente sus ventas. El gobierno alemán está implementando medidas de apoyo para el comercio inyectando alrededor de 500.000 millones de euros. También se está hablando de una reducción del IVA de más del 50 % y permisos para abrir los domingos. Además, los operadores tradicionales también deben recibir apoyo para realizar ventas online y llegar a los clientes en todos los canales.

3. Vemos la oportunidad de que una buena ubicación de los centros comerciales, junto a una impecable gestión de los mismos, sea el activo que les permita recuperar la normalidad, considerando que la seguridad, la limpieza y los servicios de los centros podrán reestablecerse de inmediato y éstos son aspectos muy valorados por los clientes. De esta forma, el centro comercial "recuperará su espacio" y volverá a jugar un papel importante dentro de la actividad cotidiana de cada ciudad. Los centros comerciales también podrán convertirse en un futuro en centros o bases logísticas para el retail, asumiendo un nuevo rol que sumará a la estrategia de omnicanalidad.

El centro comercial "recuperará su espacio" y volverá a jugar un papel importante dentro de la actividad cotidiana de cada ciudad



GONTRAN THURING

delegado general del Cosell National desl Centres Commerciaux (CNCC)



1. El Consejo Nacional de Centros Comerciales de Francia (CNCC) apoya particularmente a la industria de los centros comerciales durante la crisis del COVID-19 a través de dos de sus acciones habituales. Primeramente, está a cargo de entregar e intercambiar información con y entre todos sus miembros, ya sean propietarios, gerentes, retailers o proveedores de servicios. En segundo lugar, representa los intereses de la industria frente a las autoridades públicas para obtener las decisiones más favorables teniendo en cuenta tales circunstancias excepcionales.

2. Es obvio que todos desean que esta crisis sea lo más breve posible. Sin embargo, teniendo en cuenta su intensidad, sin duda tendrá un impacto a medio, por no decir a largo plazo, en la industria de los centros comerciales. Las medidas urgentes tendrán que contar con un apoyo fuerte e inmediato de los bancos, las compañías de seguros y el estado para posponer los pagos de créditos, primas e impuestos.

3. En este momento es difícil decir cómo cambiarán los comportamientos del consumidor después de una crisis tan severa, que constituye un evento realmente disruptivo y creará un nuevo paradigma. Como de costumbre, aquellos que sean capaces de adaptarse rápida y eficientemente a la nueva situación posterior a la crisis, ya sean propietarios, gerentes, minoristas o proveedores de servicios, serán los nuevos ganadores del juego. Será el papel de CNCC acompañarlos.

Aquellos que sean capaces de adaptarse rápida y eficientemente a la nueva situación posterior a la crisis, serán los nuevos ganadores del juego

EN PORTADA | OPINIÓN



DAVID RICH
head of customer & creative de Revo



1. De varias maneras, incluida la creación de un *microsite* centrado exclusivamente en el COVID-19, con consejos, ideas y mejores prácticas, actualizado diariamente. También lanzamos el concepto *"High Street Heroes"* (héroes de la calle) para celebrar las grandes cosas que la gente está haciendo más allá de sus trabajos y responsabilidades diarias. En la medida en que se puede, mantenemos la actividad de nuestros comités de trabajo vía teleconferencia u online. Semanalmente, organizamos una conferencia con capacidad para cien participantes en la que les informamos sobre las últimas novedades y tratamos los temas clave que afectan al sector. También empezaremos a organizar los *"Revo Webinars"*, con seminarios y eventos digitales. Finalmente, continuamos con nuestra serie de *podcast* de Revo, con la intención de que la gente pueda estar informada de forma sencilla y atractiva.

2. Hemos mandado un escrito al *Chancellor* (Ministro de Hacienda) con el fin de ejercer presión para obtener apoyo, directo e indirecto, para las compañías inmobiliarias que están sujetas a sufrir caídas importantes de ingresos, para que se apliquen exenciones fiscales a locales vacíos y ayudas a más largo plazo que apoyen la recuperación una vez que la crisis sanitaria se supere y toda la atención se dirija a restablecer la actividad económica.

3. Creemos que veremos aumentar el interés de las personas por socializar y por el *networking* cara a cara. Seguimos trabajando de cara a nuestro congreso anual, *Place Makers 2020*, que esperamos, Dios mediante, tenga lugar en Liverpool del 16 al 17 de septiembre de 2020 y que atraerá a más de 2.000 personas. Pensamos que habrá un resurgimiento importante del retail, siempre que los operadores y arrendatarios reciban apoyo del Gobierno en los próximos meses. Deseamos que se unan más las comunidades y que se creen nuevas iniciativas y fórmulas de trabajo. Esperamos que las noticias positivas que llegan de Venecia, donde el descenso del tráfico de lanchas motoras y cruceros ha hecho que los canales se limpien y la vida marina brote en abundancia, provoquen una mayor concienciación, una reflexión profunda e incluso medidas concretas para afrontar el cambio climático y proteger nuestro medio ambiente.

Creemos que veremos aumentar el interés de las personas por socializar y por el *networking* cara a cara



PEDRO TEIXEIRA
secretario general de la Asociación Portuguesa de Centros Comerciales (APCC)



1. La APCC estableció un plan concreto de comunicación durante la primera semana de febrero, cuando la enfermedad comenzó a afectar a otros países además de China. Este plan basa su información en fuentes fidedignas, incluida la AECC y la información que recibimos del resto de asociaciones nacionales europeas, quienes compartimos nuestras acciones y mejores prácticas para conocimiento y beneficio de todos. Por otro lado, la APCC estableció un vínculo de trabajo directo con el gobierno portugués y la Autoridad de Salud de Portugal (DGS), y estamos en contacto permanente con ellos desde el inicio de esta crisis.

2. En primer lugar, debemos abordar el problema de salud pública. La seguridad de nuestros clientes, retailers, proveedores y de los equipos internos es nuestra primera prioridad. Después de eso, se deben tomar todas las medidas necesarias para garantizar la continuidad de los negocios y del empleo en nuestra industria. A corto plazo eso será crítico.

3. Aún es pronto para pensar en las oportunidades que se abrirán para el negocio. Desde el punto de vista institucional, la manera en que APCC está afrontando esta crisis, hasta el momento, ha sido el ser la voz del sector frente a las autoridades, con quienes hemos abierto un canal directo de cooperación. Estoy convencido de que nada va a ser como antes.

La seguridad de nuestros clientes, retailers, proveedores y de los equipos internos es nuestra primera prioridad

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

EN PORTADA | OPINIÓN



RENATO CAVALLI

vicepresidente de la Asociación Italiana de Centros Comerciales



1. La Asociación Italiana ha hecho un esfuerzo notable para informar a sus miembros sobre los decretos y su aplicación. Nuestro personal en la oficina está brindando atención telefónica constante a los socios, yo mismo he redactado varias directivas con sugerencias que han sido distribuidas a todos nuestros miembros y nuestra comisión de asuntos legales también ha contribuido con asesoramiento técnico. Un trabajo de equipo que ha requerido de la colaboración de todos porque en el último mes se han publicado seis nuevas normativas y algunas de ellas contradictorias que días después han sido retiradas.

Mientras tanto, se ha estado realizando una labor de *lobby* y relaciones públicas con el asesoramiento de dos compañías externas para asegurarnos de que las medidas tomadas no fueran discriminatorias hacia los centros comerciales y esta gestión ha obtenido algunos buenos resultados. Las disposiciones más recientes, al menos a nivel nacional, no incluyen restricciones a la apertura de centros comerciales como sí lo hicieron las primeras que se tomaron.

Lo que no hemos hecho, decisión que comparten la mayoría de las asociaciones del resto de Europa, es tomar partido en las negociaciones entre arrendador y arrendatario. Entendemos que, dado que representamos los intereses de ambos, debemos dejar que sean ellos quienes bilateralmente lleguen a un acuerdo, pues se trata de una disputa entre las dos partes. Sería injusto beneficiar a un perfil de socios frente a otros. Tuvimos que calmar las presiones de algunas asociaciones que representaban a arrendatarios y que nos pedían que tomáramos partido de su parte, criticando duramente nuestra postura de no hacerlo. Nosotros entendimos que seríamos de más utilidad solicitando a nuestro Gobierno exenciones de impuestos y otro tipo de beneficios fiscales que hicieran menos dolorosa la situación para los arrendatarios, facilitando así el que pudieran hacer frente al pago de sus rentas sin perjudicar a la propiedad. El Gobierno ha adoptado alguna medida de apoyo, pero consideramos que son insuficientes y discriminatorias porque la redacción del decreto se hizo de tal forma que deja al margen a la mayoría de los arrendatarios de locales de centros comerciales. Desde la Asociación Italiana hemos solicitado oficialmente que incluya una enmienda que mejore en algún modo la situación de los arrendatarios. Hemos hecho pública nuestra postura a través de varias notas de prensa que han sido recogidas por los medios.

2. Desde la Asociación Italiana enviamos una comunicación oficial a nuestro Gobierno que incluía una propuesta de medidas de apoyo para todas las empresas afectadas por esta crisis. Entre las medidas figuraba la extensión de la "cassa integrazione guadagni" para todas las empresas (pago del 80 % del salario mínimo por parte del Gobierno), incluidas las pequeñas que no tenían derecho a recibir esta prestación. Otra propuesta es una compensación fiscal del pago de los alquileres durante el período de cierre forzoso. Esto último se ha aprobado solo para marzo y para algunos alquileres, aunque será revisado en abril cuando el decreto pase a ley. Para finalizar, se solicitó una deducción de impuestos de una cantidad equivalente al 10 % de la facturación de la tienda durante el período correspondiente al año pasado (esta medida no ha sido contemplada).

3. Hemos propuesto al Gobierno que cuando acabe el confinamiento nos ayuden a recuperar la actividad normal mediante la reducción del 50 % del IVA durante un período aún sin especificar en artículos que no sean de alimentación y que se vendan a través del canal físico. Consideramos que esta reducción no debe aplicarse ni a la alimentación, ni al comercio electrónico, porque no se han visto afectados tan severamente por la crisis. Aún no hemos recibido respuesta.

Las oportunidades surgirán tanto para el sector de los centros comerciales como para el resto de segmentos y dependerá de cuánto se alargue esta crisis y de las medidas que adopte el gobierno para paliarla. Por el momento, pienso que es demasiado pronto para plantear estrategias concretas pensando en la recuperación, pero, por supuesto, pronto comenzaremos a generar ideas y cualquier sugerencia será bienvenida. También será útil contar con cierta coordinación de las propuestas para la recuperación que surjan en la zona euro.

Como intervención de primeros auxilios, todas las tiendas deberían pasar por un procedimiento de desinfección antes de volver a abrir. Dado que será necesario hacerlo en un espacio muy corto de tiempo, anticipo que existe el riesgo de que las empresas que realizan esta labor aumenten considerablemente los precios de este servicio y que haya dificultad para encontrar compañías capaces de proporcionar una desinfección rápida, con garantía y confiable, así que haríamos bien en ir preparando un listado de empresas de desinfección que preparen un protocolo y en negociar con ellos unos precios justos.

Será útil contar con cierta coordinación de las propuestas para la recuperación que surjan en la zona euro

EN PORTADA | OPINIÓN**BEATRIZ VIDAL**

directora de la AECC



1. Desde la AECC, somos conscientes de la grave repercusión económica que para todos nuestros socios y asociados se está ocasionando como consecuencia de la declaración del estado de alarma. Desde el principio nos hemos marcado como objetivo acompañar a nuestras empresas socias en este trance, para lo que hemos puesto en marcha una serie de acciones con este fin y que, básicamente, pretenden, en esta primera fase, reducir costes económicos a nuestros socios.

Dentro de estas medidas, hasta la fecha, hemos decidido asumir los gastos de cancelación de todos los inscritos en el viaje de estudios a Dubai y, por ello, les hemos reintegrado el 100 % de lo abonado. Se ha acordado la posposición de la facturación de las cuotas de socios que debían haberse realizado la primera semana de abril. Asimismo, se va a proponer a la Junta Directiva y a la Asamblea General la aprobación de la suspensión del cobro de la cuota correspondiente al segundo trimestre, lo que conllevaría, en caso de su aprobación, la reducción de las cuotas a abonar en este ejercicio.

Además, desde el inicio de la alerta, mandamos una serie de comunicados a nuestros socios con recomendaciones sanitarias y elaboramos cartelería para cada comunidad autónoma con el fin de ayudar a los centros en la labor de comunicación de las medidas de prevención de contagio y teléfonos de emergencia locales.

Siguiendo en esta línea, para facilitar el acceso de nuestros socios a la información más actual, hemos construido un repositorio de consulta con toda la normativa legal aprobada, tanto por el Gobierno como por las comunidades autónomas, con motivo del COVID-19.

Asimismo, estamos en contacto directo con otras asociaciones del sector, tanto españolas, como del ámbito europeo. Con nuestros colegas continentales, por ejemplo, estamos poniendo en común las medidas y acciones que se están desarrollando en cada uno de sus países y analizando posibles iniciativas conjuntas.

Los comités de trabajo siguen manteniendo reuniones periódicas de forma online. En ellas se afrontan los temas de mayor actualidad del sector y se trabaja, junto con la dirección, en las líneas de actuación de la asociación para los próximos meses. Fruto de este trabajo en común han surgido, entre otras cosas, una serie de propuestas de acciones que consideramos de interés para nuestro sector y que hemos trasladado a las instituciones públicas competentes para su análisis y consideración.

También hemos puesto en marcha un *Think Tank* con representantes de los principales agentes del sector, en el que, a través de varias reuniones online con los diferentes colectivos que conforman el mundo de los centros comerciales, analizar la situación e identificar oportunidades de acción que nos permitan afrontar el futuro de una manera más certera.

En estos días estamos comenzando a coordinar *webinars* que nos permitan, entre otras cosas, analizar el impacto económico de la crisis y seguir compartiendo con nuestros socios conocimientos, a la vez que poder propiciar el debate de ideas de una manera no presencial.

La actividad de la AECC no ha parado. Continuamos trabajando en beneficio de nuestros socios y, como todos, nos estamos adaptando a esta nueva situación y diseñando un calendario de acciones online para seguir ofreciendo contenidos de interés.

Nos estamos adaptando a esta nueva situación y diseñando un calendario de acciones online para seguir ofreciendo contenidos de interés

Hemos hecho llegar al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, una serie de propuestas de medidas de distintos tipos

2. Desde la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) hemos hecho llegar al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo una serie de propuestas de medidas de distintos tipos, que entendemos pueden ayudar a minimizar los efectos negativos que esta crisis está ocasionando a nuestros centros comerciales y a los comerciantes que albergan. Se trata de medidas de carácter fiscal, otras relacionadas con aspectos laborales y también ayudas para la reactivación de la actividad comercial.

Entre las propuestas económicas y laborales, destacan medidas de crédito fiscal y reducción de impuestos sobre su actividad. También la exención de cuotas de la Seguridad Social y la flexibilización de los requisitos para acceder a los avales asegurados por el ICO. La agilización en la tramitación de los ERTÉ, así como la flexibilización en la reincorporación de los trabajadores, una vez se produzca la apertura del comercio, para que pueda ajustarse al ritmo de recuperación del consumo, son otras medidas necesarias planteadas.

Solicitamos al Gobierno también que, cuando se produzca la reapertura del comercio, se contemple la posibilidad de que los centros y parques comerciales y los operadores allí ubicados puedan abrir todos los domingos y festivos, en todo el territorio nacional, durante los ejercicios 2020 y 2021, para recuperar las semanas que han tenido que permanecer cerrados. También creemos muy importante que se produzca una flexibilización en las limitaciones horarias de apertura al público y planteamos otras medidas encaminadas a la reactivación de la actividad comercial, como es la petición de reducción de los tipos de IVA aplicables a los establecimientos físicos y la puesta en marcha de un periodo especial de promoción de un mes, para la recuperación de las actividades comerciales, de ocio y de restauración, en el que se puedan realizar ventas sin IVA.

3. Después de la crisis tendremos la oportunidad de demostrar, una vez más, nuestra capacidad de adaptación y flexibilidad para

ajustarnos a las demandas del consumidor en cada momento. Aunque todavía es pronto para valorar cómo será el consumidor después de la crisis, considero que tendrá ganas y necesidad de socializar, y los centros comerciales estamos posicionados como puntos de encuentro, lugares donde ir a pasar el día y estar con familiares y amigos. Somos parte de la cultura social del país y seguiremos trabajando para poder dar respuesta a las inquietudes y necesidades de nuestros consumidores.

Los centros comerciales estamos posicionados como puntos de encuentro, lugares donde ir a pasar el día y estar con familiares y amigos

LOS CENTROS COMERCIALES, EN ACCIÓN

¿Cómo están trabajando para mantenerse fuertes durante esta crisis e, incluso, salir reforzados?

Los centros comerciales se están adaptando a la complicada situación provocada por la expansión del COVID-19. La principal prioridad de todos sus gerentes ha sido mantener el funcionamiento de los establecimientos autorizados en las mayores condiciones de seguridad tanto para sus trabajadores como para los visitantes que continúan realizando sus compras de primera necesidad. Nada de esto sería posible sin la fortaleza de sus equipos. Al mismo tiempo, a través de sus redes sociales, siguen en contacto con sus consumidores proponiéndoles planes para hacer más llevadera su estancia en casa. Trabajar en la experiencia del cliente será esencial para dar un valor añadido una vez se recupere la normalidad y los centros comerciales recobren su actividad. De esta forma, se mantendrán como una parte fundamental de las comunidades en las que pronto volverán a ser un punto esencial de ocio y comercio.





CARLOS FITA
gerente de Lagoh



Debido a la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, con la declaración del estado de alarma y su posterior extensión, nuestros centros y parques comerciales, como es el caso de Lagoh, han procedido a activar los planes de interrupción temporal y a franquear y habilitar zonas de tránsito hacia los comercios minoristas que permanecen abiertos. Partimos de que nos encontramos ante un sector ampliamente profesionalizado y que Lagoh se sustenta en un modelo de oferta única y de alto valor añadido.

En Lagoh vamos a seguir priorizando la salud, la seguridad y la capacidad de atender a nuestros operadores y a los clientes finales con la máxima calidad. Mantenemos un nivel de servicio adecuado en seguridad y un firme compromiso con nuestros clientes a través de diferentes canales y en nuestras redes sociales. Continuamos manteniendo también un contacto estrecho con las comunidades locales y con toda nuestra zona de influencia.

Estamos aprovechando esta situación para optimizar la oferta de servicios del centro, que cuenta con excelentes marcas tanto en restauración, como en entretenimiento, así como en moda, ocio, tecnología y alimentación. Nuestro objetivo es poder brindar así un servicio excelente a nuestros clientes, con la experiencia como prioridad, en el mismo momento en que el centro vuelva a estar totalmente operativo.

Contamos con equipos altamente cualificados que están trabajando para hacer frente a los retos que plantea la situación excepcional que estamos viviendo. Lagoh, donde la tecnología y la sostenibilidad conviven de forma excelente, es un ejemplo de cómo el mundo del retail se implica en la sociedad y en su entorno, de cómo se debe retomar valor a la comunidad y de cómo el mundo comercial avanza en una sociedad moderna.

Nuestro objetivo es poder brindar un servicio excelente a nuestros clientes en el mismo momento en que el centro vuelva a estar totalmente operativo



ANA LÓPEZ
gerente de Marineda City



En este escenario inédito y tan cambiante, desde Marineda City hemos tratado desde el primer momento de anteponer la seguridad y la salud de los clientes que requieren adquirir productos de primera necesidad y de los empleados que están dando servicio al centro. Colaboramos con las autoridades para tratar de evitar la propagación del COVID-19 y frenar así la curva de contagios. Contamos con un extraordinario equipo trabajando a pleno rendimiento, al que aprovecho para agradecerle su esfuerzo y dedicación, que se ocupa de garantizar que los clientes puedan acceder de forma segura a los establecimientos de primera necesidad. Para ello, gestionamos nuestras entradas de modo que los flujos de acceso se dirijan solamente a las tiendas abiertas y realiza labores de desinfección de manera continua.

Esta situación también se presenta como una oportunidad de reflexionar sobre cómo plantear los nuevos retos a los que nos enfrentaremos. En este sentido, pensando en el futuro, desde Merlin Properties estamos colaborando con Brancor, agencia de *branding*, en una iniciativa que han puesto en marcha denominada *"Think Tank: propuestas de acción del sector de los centros comerciales ante la crisis del COVID-19"*.

Esta iniciativa tiene como objetivo recopilar las inquietudes del sector ante esta situación, al tiempo que trata de ofrecer respuestas a los posibles escenarios que se puedan dar; en definitiva, construir el futuro desde este presente. A partir de una serie de sesiones online, se recogerá el talento de los principales *stakeholders* y las informaciones obtenidas se compartirán con todo el sector.

Por otro lado, en estos momentos, nuestros canales de redes sociales son, más que nunca, una herramienta fundamental para mantenernos cerca de nuestros clientes, resolver sus dudas y entender sus inquietudes y demandas.

En este sentido, tratamos de aportar contenido de valor que les ayude a hacer la situación que están viviendo más llevadera, además de trasladarles información práctica sobre las recomendaciones de las autoridades sanitarias. De igual modo, tratamos de apoyar a las marcas presentes en el centro, comunicando sus iniciativas solidarias, que son muchas y muy variadas y, al mismo tiempo, trasladar un mensaje positivo a la sociedad.

Esta situación se presenta como una oportunidad de reflexionar



EN PORTADA | OPINIÓN



RAFAEL PEREA
gerente de Plaza Mayor



En Plaza Mayor, nuestra máxima prioridad han sido siempre nuestros visitantes, operadores y empleados. Estamos totalmente comprometidos con la superación de esta situación extraordinaria y aplicaremos todas las medidas que sean necesarias para retomar nuestra operación normal tan pronto como sea posible. Estos días seguimos reforzando en el centro las directrices sanitarias emitidas por las autoridades pertinentes con el objetivo principal de prevenir y contener el COVID-19. Asimismo, continuamos atentos a cualquier cambio en la normativa vigente, con el fin de ajustar nuestros procedimientos internos de ser esto necesario.

Es difícil prever cómo será el escenario económico en la segunda mitad del año, pero seguro que con trabajo en equipo, compromiso y esfuerzo podremos consensuar y aplicar diferentes medidas que nos permitan superar cualquier reto que se nos plantee. Lo importante ahora es mantenernos al servicio de los clientes y los operadores, especialmente aquellos habilitados por el Real Decreto 463/2020 del 14 de marzo, para garantizar el acceso a sus establecimientos bajo todas las medidas de higiene que esta coyuntura demanda.

En los próximos meses seguiremos trabajando, de la mano de nuestros operadores y empleados, para que Plaza Mayor, primer destino comercial de toda Andalucía gracias a su amplísima y variada oferta comercial y de ocio, siga siendo un referente para todos los malagueños y turistas, ofreciéndoles experiencias únicas y memorables.

Con trabajo en equipo, compromiso y esfuerzo podremos consensuar y aplicar diferentes medidas que nos permitan superar cualquier reto que se nos plantee



ALEXIS MARTÍN
Intu Xanadú Shopping Center director en CBRE España



Ante esta situación excepcional a la que nos estamos enfrentando toda la población mundial a causa de la enfermedad por coronavirus, estos días estamos viviendo momentos que demuestran la fortaleza de todas las personas y que nos ayudarán a vencer a este virus más unidos que nunca.

Estamos comprobando cómo la solidaridad y la generosidad de todas las personas que trabajan en intu Xanadú es el motor que nos reconforta. Nos anima para continuar más unidos y fuertes que nunca y así hacer frente a las adversidades. El equipo humano está demostrando ser un ejemplo de entereza que antepone el bien común por encima de todo. Se están doblando los esfuerzos, luchando de forma consciente por lo verdaderamente importante y alejándose de actitudes egocéntricas.

Ante esta situación cambiante llena de obstáculos, todos hemos tenido que adaptarnos. La respuesta la vemos en cada gesto lleno de esfuerzo y energía de todas y cada una de las personas que están vinculadas a intu Xanadú, al demostrar un compromiso incalculable para salir adelante.

La seguridad, salud y bienestar de todos nuestros clientes y trabajadores ha sido nuestra principal prioridad en estos momentos. Estamos convencidos de que, sin duda, todo el equipo saldrá reforzado gracias a la gran capacidad de resiliencia que está demostrando para superar esta situación.

Desde intu Xanadú queremos lanzar un especial agradecimiento a todos aquellos que hacen posible que la lucha contra el coronavirus sea una realidad. Muchas gracias a todos los que forman parte de intu Xanadú.

El equipo humano está demostrando ser un ejemplo de entereza que antepone el bien común por encima de todo

EN PORTADA | OPINIÓN



JUAN ROS
gerente de RÍO Shopping



En estos momentos tan difíciles para tantas personas y empresas, nuestra prioridad es la salud y seguridad de nuestros empleados, clientes y *partners*. Creemos que trabajar juntos y apoyarnos mutuamente es la única forma de atravesar esta situación para salir lo antes y mejor posible.

En RÍO Shopping mantenemos abiertos los comercios de primera necesidad para servir a nuestra comunidad. Sin la labor de los trabajadores de estos establecimientos abiertos, así como de nuestros equipos de seguridad, mantenimiento y limpieza, esto no sería posible.

En muestra de nuestro apoyo a toda nuestra comunidad compartimos en nuestros canales digitales y redes sociales pequeños consejos e ideas bajo el lema #EncasaconRÍO, para que la permanencia en los hogares sea más llevadera para padres, hijos, estudiantes... para todos en general.

Asimismo, hemos ofrecido nuestra total colaboración a la Junta de Castilla y León para ayudar a solventar esta crisis sanitaria y social dentro de nuestras posibilidades. También ayudamos a nivel local, coordinando entre nuestro supermercado La Plaza de Día y el Ayuntamiento la donación de productos perecederos a las familias más desfavorecidas y a los grupos más vulnerables.

Para nuestros empleados, facilitamos el trabajo desde casa siempre que así sea posible.

Sabemos que es importante apoyar también a nuestros *partners* y operadores, por lo que decidimos suprimir desde el momento en que el Real Decreto se aprobó, el pago de la renta y gastos comunes durante el período que permanezca en vigor y que establece el cierre del resto de establecimientos de RÍO Shopping.

Lo que tenemos claro es que trabajar juntos ahora es la mejor forma de estar preparados para el futuro próximo, que esperemos vuelva a ser lo más pronto posible, teniendo en cuenta las circunstancias.

Creemos que trabajar juntos y apoyarnos mutuamente es la única forma de atravesar esta situación para salir lo antes y mejor posible



AMALIA MARCO
gerente de Arenas de Barcelona



El mundo se está moviendo a un ritmo diferente de lo que estábamos acostumbrados y nos hemos dado cuenta de que ser una comunidad es más importante que nunca. En este sentido, desde Arenas de Barcelona tenemos ese sentimiento y, por ello, formamos un grupo de muchísimas personas que intenta ir más allá y desempeñar una labor fundamental en el día a día con el objetivo primordial de dar servicio a los demás.

A partir de ahora, nuestros equipos, clientes, empleados, visitantes, proveedores y colaboradores tendrán una tarea clave en la definición del futuro inmediato y de cómo lo vamos a encarar, pero por el momento es pronto para hacer una valoración.

Tanto en Arenas como en todos los centros comerciales que forman parte de Merlin Properties, nuestra principal inquietud en esta situación excepcional ha sido garantizar el acceso a las tiendas de primera necesidad, teniendo una especial sensibilidad con aquellas personas más vulnerables. Todo ello, cumpliendo y adaptándonos a las medidas implementadas por las autoridades pertinentes.

Además, desde todos nuestros canales online estamos difundiendo información importante y de interés sobre recomendaciones sanitarias e institucionales, así como de todas aquellas iniciativas solidarias que requieren de visibilidad y participación para que tengan un mayor calado.

Todas estas iniciativas han sido posibles gracias al compromiso de responsabilidad de todas aquellas personas que forman la comunidad de Arenas y que se han involucrado, desde el primer momento, en aportar su granito de arena para frenar esta pandemia. Tanto esto como el aprendizaje que estamos adquiriendo, sin duda serán de ayuda para poder salir reforzados ante esta situación.

Nos hemos dado cuenta de que ser una comunidad es más importante que nunca

EN PORTADA | OPINIÓN



CARMEN VERDU
manager de Alcalá Magna



El centro comercial Alcalá Magna está trabajando duro no solo para superar la situación actual de estado de alarma derivada del COVID-19, sino para salir reforzado de la misma. Para ello está afrontando este escenario, desconocido para todos, bajo la base de los siguientes pilares: adaptación a la nueva situación y flexibilidad, posicionamiento de Alcalá Magna en nuestra área de influencia, *engagement* y planificación y gestión de los distintos posibles escenarios.

El centro ha tenido que adaptar su plan de marketing para seguir en todo momento las recomendaciones y medidas de las autoridades competentes y velar por la seguridad de sus clientes y trabajadores. Por eso nos hemos centrado principalmente en la parte online, con un nuevo enfoque del contenido de redes sociales que favorezca la cercanía y relación del centro comercial con los usuarios. Bajo el siguiente *claim*, *#AlcalaMagnaEnCasaContigo*, proponemos a nuestros seguidores planes deportivos para hacer en casa, *workshops* de maquillaje y peluquería, presentaciones de libros, cuenta cuentos, recetas para cocinar solo o en familia y mucho más entretenimiento para hacer más llevaderos estos días.

Por último y no menos importante, consideramos que es imprescindible anticiparse a las circunstancias y analizar las diferentes situaciones en las que nos podremos encontrar para poder estar preparados y ser capaces de superarlas de la forma más eficiente posible.

Por todo ello Alcalá Magna está y estará al pie del cañón en todo momento para seguir siendo el centro de referencia del Corredor del Henares.

Es imprescindible anticiparse a las circunstancias y analizar las diferentes situaciones en las que nos podremos encontrar



TOMÁS AZACETA
gerente de Luz del Tajo



En Luz del Tajo hemos hecho un muy buen trabajo de prevención y contención del COVID-19, siguiendo estrictamente las medidas indicadas por los organismos sanitarios pertinentes. Sonae Sierra tiene, desde hace años, entre sus protocolos de gestión, uno específico para escenarios de pandemia, por lo que hemos podido poner en marcha los procedimientos operacionales para esta situación de forma muy rápida.

La seguridad de nuestros visitantes, operadores y empleados es y será siempre nuestra máxima prioridad. Estamos continuamente vigilando la situación en alerta máxima y en estrecha colaboración con las autoridades expertas, aplicando los cambios necesarios en cada momento.

Aún es muy pronto para señalar qué pasará exactamente una vez se levante el estado de alarma ocasionado por la expansión del COVID-19. Con todo, continuaremos trabajando con nuestros operadores en la aplicación de todas las medidas que consideremos pertinentes para volver a nuestra actividad habitual cuando la situación lo permita.

Nuestro compromiso, profesionalismo y esfuerzo en función del bienestar de nuestros grupos de interés es total, por ello buscaremos las mejores fórmulas para adaptarnos al nuevo escenario.

Esperamos poder ofrecer pronto a nuestros clientes todas las opciones que Luz del Tajo tiene para ellos, desde su recién inaugurada área de restauración hasta su ya destacada oferta comercial, que han convertido al centro en el referente comercial y de ocio más completo de la provincia de Toledo.

Nuestro compromiso, profesionalidad y esfuerzo en función del bienestar de nuestros grupos de interés es total

EN PORTADA | OPINIÓN

JESÚS MARÍA CONDÓN JORDÁ
gerente de Larios Centro



Hemos implantado desde el primer momento todos los protocolos que tenemos establecidos para situaciones de alto riesgo. De este modo, garantizamos la seguridad y la salud de los clientes que necesitan adquirir productos de primera necesidad y de los empleados que están dando servicio al centro, colaborando con las autoridades para tratar de evitar la propagación del COVID-19.

Hemos establecido medidas específicas de limpieza y desinfección de aquellas zonas por las que se autoriza el tránsito de los clientes para que puedan llegar a los establecimientos abiertos, así como de todos los espacios del centro y, como medida excepcional, hemos establecido la gratuidad del aparcamiento para los clientes que necesitan venir a realizar sus compras de primera necesidad durante estos días.

Contamos con extraordinarios equipos de personal de limpieza, seguridad y mantenimiento que están trabajando a pleno rendimiento. Gracias a ellos los clientes pueden acceder de forma segura a los establecimientos que están abiertos.

Además, seguimos atendiendo cualquier cuestión que se nos plantee a través de nuestros canales en redes sociales, web y en el propio centro.

Sin duda, la aparición del COVID-19 supondrá un antes y un después en el comportamiento de las personas. Tendremos que hacernos muchas preguntas como, por ejemplo, ¿qué miedos quedarán después de que termine el estado de alarma? ¿qué podemos hacer para volver a la normalidad?...

Tanto nosotros, como el resto de centros comerciales que forman parte de Merlin Properties, queremos transmitir un mensaje de tranquilidad y de confianza a todos nuestros clientes, que son muchos millones de personas, a los que esperamos con tremenda ilusión.

Somos un sector que trabaja en la vanguardia, que está al día de la innovación tecnológica, que es cercano a las personas, que ha demostrado con creces que es capaz de adaptarse con rapidez a las necesidades de los consumidores, que colabora activamente con la sociedad, que ha superado con éxito varias crisis económicas y que genera innumerables puestos de trabajo. Todo ello aportando valor añadido, progreso y bienestar allá donde se instala.

Lancemos un mensaje de esperanza y confianza en nuestro sector y muy especialmente en cada una de las personas que directa o indirectamente lo hacen posible.

Somos un sector que trabaja en la vanguardia, que ha demostrado con creces que es capaz de adaptarse



FERNANDO BORÓ
gerente de Arturo Soria Plaza



A todos nos ha pillado por sorpresa la situación generada por el COVID-19. Para los centros comerciales es una coyuntura nueva y que ha obligado a tomar medidas impensables hace tan solo dos meses. La motivación y protección de los equipos de trabajo que componen el centro comercial Arturo Soria Plaza siempre han sido una prioridad, desde antes de la declaración de estado de alarma, dotándoles de los correspondientes equipos de protección individual (EPI) para que puedan desarrollar su trabajo con seguridad, extremando precauciones para evitar contagios.

Aunque a todos nos afecta de alguna manera a nivel psicológico, tenemos claro que ahora es cuando hay que darlo todo y no decaer. Nos hemos visto obligados, por las circunstancias, a realizar todo tipo de ajustes de costes, de consumos de suministros, etc., siempre de la manera menos lesiva para los trabajadores y las empresas de servicios, además de garantizar el correcto funcionamiento del centro comercial, para dar un servicio de calidad a los clientes que acceden a las tiendas de alimentación.

En la gerencia de Arturo Soria Plaza compatibilizamos el trabajo presencial con el teletrabajo, reduciendo la exposición sin disminuir el rendimiento. Empatizar con los problemas e inquietudes de los trabajadores en el día a día es la clave para mantener fuerte al equipo de trabajo. Dar reconocimiento a la labor diaria, mostrar interés y hacer sentir útiles y considerados a los trabajadores garantiza unos buenos resultados y ayuda a sobrellevar el estrés generado por esta situación. Por último, nunca dejar de lado una gran herramienta que muchos poseemos, el sentido del humor, como catalizador para superar los momentos más duros.

Tenemos claro que ahora es cuando hay que darlo todo y no decaer

EN PORTADA | OPINIÓN



RAQUEL CONEJO
gerente de Zubiarte



De nuestros clientes, de nuestros comerciantes, de nuestros proveedores, de nuestras instituciones... Es el momento de estar cerca, de demostrar nuestro papel en la comunidad. Somos parte indispensable de nuestra red social y ante circunstancias tan adversas como ésta, nuestro empuje, nuestro apoyo, nuestra responsabilidad y nuestra solidaridad son imprescindibles para reconstruir, para volver a ser lo que éramos, para mirar al futuro con fortaleza, con ahínco, con esperanza y con ilusión.

Desde el primer momento, en que empezamos a atisbar esta situación de emergencia, todos en Zubiarte, sin excepción, nos pusimos manos a la obra para afrontar el reto de sobreponernos a cada problema, a cada circunstancia excepcional. La propiedad ASG/Milligan, el equipo de gestión de CBRE, los comerciantes, los empleados, los trabajadores... todos al unísono para dar la mejor respuesta, a veces sin tener la seguridad de acertar, pero siempre con la intención de ofrecer la mejor solución.

Lo más importante: la coordinación, la comunicación, la agilidad, el esfuerzo y, sobre todo, el talante positivo.

Creo que nos está dando resultado y estamos aprendiendo para el futuro. Es tiempo de poner cada uno su granito de arena, unos con grandes decisiones, otros con trabajo físico en primera línea, pero todos con un frente común.

Cercanía con nuestros arrendatarios, información y tranquilidad a nuestros clientes, seguridad a nuestros equipos de servicio, esta ha sido nuestra fórmula desde el primer día.

No tenemos días fáciles por delante. Nuestro sector, como tantos otros, va a sufrir consecuencias muy duras, pero estamos seguros de que vamos a remontar, con mucho esfuerzo, con estrategias comerciales efectivas, con iniciativas y con innovación. Ahora es clave pensar en otra realidad y avanzar con calma, pero con rotundidad.

¡A todos os deseamos mucha suerte en este nuevo reto!

Somos parte indispensable de nuestra red social



CRISTINA ROS
responsable de Zenia Boulevard



En estos momentos tan excepcionales y delicados para todos, es fundamental no perder el contacto con nuestros visitantes y mantener la presencia en su día a día para ir más allá del ámbito comercial y demostrar el compromiso con nuestro entorno. De este modo, logramos que Zenia Boulevard siga en el recuerdo de nuestros clientes y, como no puede ser de otra forma, las redes sociales nos brindan la oportunidad de entrar en sus casas para ayudarles a pasar la cuarentena de la mejor forma posible.

En este sentido, desde Zenia Boulevard hemos apostado desde el primer día por la creación de contenidos propios, trasladando nuestro posicionamiento, en el que cada día ocurre algo, a los hogares de nuestros visitantes. Para ello, hemos contado con los trucos de magia del Mago Ferrán o los vídeos con ejercicios realizados por nuestros monitores del programa de RSC ENFÓRMATE, con el que desde principios de año ayudamos a los clientes a llevar hábitos de vida saludables, entre otros.

Por otra parte, es imposible no pensar en la vuelta a la normalidad tan pronto como sea factible, en la que, a buen seguro, observaremos cambios de hábitos y comportamiento en las personas. No obstante, estamos seguros de que, tras esta crisis, los clientes apreciarán mucho más las experiencias *in situ* y, por ello, es el momento idóneo para dar un giro a nuestra estrategia y potenciar todavía mucho más la experiencia de compra del cliente de la que tanto hemos hablado en los últimos tiempos.

Tras esta crisis, los clientes apreciarán mucho más las experiencias *in situ* y, por ello, es el momento idóneo para potenciar todavía mucho más la experiencia de compra

EN PORTADA | OPINIÓN



ALFONSO COLINO
gerente de Espacio León



Nuestra gran preocupación son nuestros clientes, nuestros comerciantes y todos los trabajadores que desarrollan actividades de primera necesidad. Por ellos y para ellos hemos trabajado y seguimos trabajando cumpliendo estrictamente las medidas derivadas del RD 463/2020 de 14 de marzo, cerrando nuestras instalaciones no necesarias y garantizando que aquellas actividades que deben permanecer abiertas lo hagan con total seguridad, reforzando, por ejemplo, las labores de limpieza y desinfección y siguiendo estrictamente las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Por otro lado, nos hemos puesto a disposición de los Servicios Sociales de la ciudad de León para lo que estimen oportuno. Tratamos de ayudar a nuestra comunidad en aquellas iniciativas que consideramos de primera necesidad. Colaboramos activamente con el espacio que se ha habilitado en la ciudad para las personas sin hogar, al tiempo que continuamos diseñando otras que sean del interés de los colectivos más vulnerables. Además, nuestras redes sociales están llenas de mensajes de concienciación para que todas las personas se queden en casa y de actividades de entretenimiento variadas y para todos los públicos.

Asimismo, estamos estudiando el impacto derivado de la crisis del COVID-19 e implementando medidas que nos ayuden a paliar la situación con un plan de contención en el gasto. Al mismo tiempo, estamos analizando la situación de cada uno de nuestros comerciantes, con los que tenemos abierto un diálogo permanente, escuchándolos de manera activa y valorando cada situación en concreto.

Todo lo anterior quedará reflejado en un plan de contingencia en el que estamos trabajando desde el inicio de la crisis, que esperamos sea beneficioso para todas las partes. Estamos seguros de que nos permitirá salir de esta situación todos juntos, si cabe, más reforzados.

Estamos analizando la situación de cada uno de nuestros comerciantes, con los que tenemos abierto un diálogo permanente



JESÚS HERNÁNDEZ
subdirector de La Vaguada



En esta fase de confinamiento, La Vaguada continúa trabajando para preservar la salud y la seguridad, tanto de nuestros trabajadores, como de los visitantes que siguen acudiendo al centro comercial. Hay que recordar que, en estricto cumplimiento de la normativa establecida por las autoridades sanitarias, nacionales y locales, algunos de nuestros establecimientos tales como el hipermercado, los espacios del mercado tradicional, la tienda de animales, así como el estanco, la farmacia, la ortopedia y los herbolarios continúan abiertos al público para ofrecer productos de primera necesidad y, en el caso de las ópticas y los dentistas, se prestan servicios de urgencias.

Por lo tanto, son muchos los profesionales que, ya sea a través del teletrabajo o presencialmente, siguen con sus dinámicas habituales, reforzadas por unos protocolos de higiene y seguridad mucho más exigentes. Es reseñable, no obstante, que el público que continúa visitando La Vaguada, tal y como nos reporta diariamente nuestro departamento de seguridad, está manteniendo un comportamiento disciplinado, acatando con responsabilidad las normas y medidas establecidas y adoptando un trato respetuoso y solidario con los empleados de nuestras tiendas.

Estamos dedicando recursos y esfuerzos, a través de todos nuestros canales de comunicación, para alentar a nuestros visitantes a permanecer en sus casas, informando sobre la disponibilidad de la compra online y del servicio a domicilio que ofrecen nuestros operadores y también plasmando ideas y sugerencias que hagan más placentera y divertida la estancia en casa. En este sentido, estamos animando a nuestros seguidores a visitar la webserie original de *La Vaguada #stories*, que ya va por su segunda temporada y que puede aportar un rato divertido en los hogares con un contenido cargado de humor.

En definitiva, seguimos trabajando para estar en las mejores condiciones posibles cuando finalice el confinamiento, pero hasta entonces, el mensaje que intentamos trasladar a nuestros clientes es que nos visiten solo si es indispensable.

Seguimos trabajando para estar en las mejores condiciones posibles cuando finalice el confinamiento

EN PORTADA | OPINIÓN



AMAIA CASTILLO
gerente de El Boulevard de Vitoria-Gasteiz



Hace quince años llegué al centro comercial El Boulevard, por primera vez, para empezar a levantar con un gran equipo un proyecto ilusionante, innovador y nuevo para la ciudad, ya que era el primer gran centro comercial de Vitoria-Gasteiz. Desde entonces, hemos visto cómo el proyecto ha ido creciendo y cómo se ha convertido en un referente para la ciudadanía, una gran plaza urbana de encuentro y de relación. Ahora que, como un tsunami, el COVID-19 ha sacudido nuestra vida y nuestros valores, creemos que nuestro centro comercial tiene que seguir trabajando codo con codo con administraciones, arrendatarios, proveedores y clientes. Estamos convencidos de que con responsabilidad y desde el compromiso, aunando esfuerzos e ideas, saldremos reforzados de esta situación.

Y sí, la responsabilidad debe ser lo primero que nos debe mover tanto a las empresas, como a las autoridades y a la ciudadanía. Solo desde la responsabilidad, siguiendo estrictamente las medidas del estado de alarma, conseguiremos el gran reto que es acabar con la pandemia del COVID-19.

En segundo lugar, seguimos trabajando, muchos desde casa, para responder a arrendatarios, comerciantes y clientes, tal y como se venía respondiendo, incluso, con una nueva energía, la que te da el saber que todos juntos lo podremos superar. También es bueno que nosotros mismos nos hagamos preguntas sobre el nuevo escenario, siempre desde una mente abierta y creativa para encontrar respuestas a los nuevos retos a los que nos enfrentamos.

En tercer lugar, las redes sociales se han convertido en esta situación en un gran aliado para sentirnos cerca unos de otros. A través de ellas, desde El Boulevard ofrecemos información de interés para nuestros clientes y actividades para compartir con la familia. Por ejemplo, entrenamientos en casa con nuestro querido medallista olímpico, el atleta Martín Fiz, vitoriano del que nos sentimos muy orgullosos.

Además, quiero aprovechar para agradecer infinitamente a los sanitarios, que están trabajando en primera línea, al límite de sus

fuerzas, para velar por nuestra salud, sin olvidar a productores, transportistas y personal de establecimientos de primera necesidad, así como a todas aquellas que se levantan cada día para cuidarnos a cada una y cada uno de nosotros. Desde El Boulevard seguiremos trabajando para dar el mejor servicio.

Es bueno que nosotros mismos nos hagamos preguntas sobre el nuevo escenario, siempre desde una mente abierta y creativa

Hi Retail

RESPECTING SOCIAL DISTANCING

Portada » Actualidad » José Manuel Llovet, Grupo Lar: «El sector siempre ha respondido a los cambios»

ACTUALIDAD / OPINIÓN

JOSÉ MANUEL LLOVET, GRUPO LAR: «EL SECTOR SIEMPRE HA RESPONDIDO A LOS CAMBIOS»

Opiniones del número especial de Hi Retail que apuesta por la esperanza y por la recuperación

Redacción / 04/05/2020 / 0

0
COMPARTIDO



En los últimos ocho años, el sector inmobiliario español ha completado una gran diversificación presidida por la profesionalización del sector. Hay especialistas en los distintos segmentos y los gestores acumulan una importante experiencia. Los gestores del sector en su conjunto han sido capaces de acometer proyectos emblemáticos y reconocidos de forma unánime por su eficiencia, rentabilidad e innovación.

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

Estoy de acuerdo

Leer más



José Manuel Llovet, director general Retail, Logístico y Oficinas de Grupo Lar

En cuanto al sector *retail*, ya ha demostrado en el pasado una contrastada capacidad de adaptación a nuevos entornos. El comercio electrónico, la disrupción tecnológica, la omnicanalidad, el *big data*, la experiencia de cliente y el compromiso medioambiental nos han hecho más fuertes. Estamos acostumbrados y somos expertos en ofrecer soluciones atractivas para *retailers* y clientes finales. El cambio en el mundo *retail* está interiorizado, porque se produce día a día, y el sector siempre ha respondido a los cambios de forma positiva. Ahora, sin duda, va a volver a hacerlo.

En cuanto a la posición concreta de Lar España, nos situamos ante ese futuro en una posición de partida excelente. Contamos con activos muy dominantes en sus zonas de influencia, hemos fidelizado una excelente cartera de clientes con quienes mantenemos una estrecha colaboración. Tenemos un grado de ocupación muy elevado, próximo a la plena ocupación. Financieramente nuestro endeudamiento es bajo, la caja es amplia y tenemos prácticamente terminadas las reformas y las inversiones en *capex* de nuestros centros.

Necesariamente tenemos que ser optimistas y pensar que, una vez más, seremos capaces de adaptarnos a nuevas circunstancias.



TAGS: adaptación cambios Grupo Lar retail sector inmobiliario

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR



Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

[Estoy de acuerdo](#)

[Leer más](#)



CONFUSIÓN CON LAS REBAJAS



EL SECTOR RETAIL, OBLIGADO A OFRECER UNA MEJOR EXPERIENCIA QUE NUNCA

ARTÍCULO ANTERIOR
CUANDO TERMINE

ARTÍCULO SIGUIENTE
DELIVEROO REFUERZA SU APUESTA POR LA ALTA COCINA CON 4 NUEVOS CHEFS CON ESTRELLA MICHELIN

SIN COMENTARIOS

DEJAR UNA RESPUESTA

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Nombre (requerido)

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

[Estoy de acuerdo](#)

[Leer más](#)

Website

ENVIAR COMENTARIO

Buscar ...

BUSCAR



Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

Estoy de acuerdo

Leer más

- Just Eat ya dispone de la nueva funcionalidad de Instagram para apoyar a los restaurantes locales
- La 7ª edición de Retail Forum vuelve el 30 de septiembre
- Los centros comerciales gestionados por Carrefour Property celebran la recuperación de la actividad en las regiones en fase 2
- Minuto de silencio en El Tormes por las víctimas del Covid-19
- Sonae Sierra se une a la declaración «The Recover Better»

EN PORTADA

Informativo Digital del Retail

Regístrate y recibe nuestra newsletter

Al enviar aceptas [las condiciones legales](#)

SOBRE HI RETAIL

Hi Retail abre sus páginas al cambio para ser fiel testigo de lo que de verdad interesa a los profesionales,

Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

MÁS INFORMACIÓN

- [Quiénes somos](#)
- [Tarifas publicidad](#)
- [Vídeos](#)
- [Política de privacidad y aviso legal](#)

EDITA

MM Mass Media

C/ Hermosilla, 64 28001 Madrid

914 310 839

Email: mmmass@mmmass.com



2019 COPYRIGHT ©, TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS - HI RETAIL - [AVISO LEGAL](#) - [CONTACTAR](#)



Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestro sitio web. Si continúa utilizando este sitio asumiremos que está de acuerdo.

[Estoy de acuerdo](#)

[Leer más](#)

Los centros comerciales se protegen del covid-19 con higiene extrema, seguridad y experiencia de usuario

original



Fuente: Unsplash

De estar hasta la bandera a no ver un alma por sus pasillos. Los centros comerciales cuentan los días para volver a saborear un ápice de la normalidad que dejaron atrás hace dos meses y, para ello, deberán cambiar muchas cosas. Los principales propietarios y expertos en complejos comerciales de España como **Lar España, Intu, CBRE o la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC)** hablan con idealista/news sobre cómo se preparan para la “nueva normalidad”, donde la higiene extrema, la seguridad y una experiencia de usuario mucho más cuidada serán claves casi obligatorias para poder seguir operando y atrayendo público a sus instalaciones.

La situación, como ha podido verse en las últimas semanas, está siendo trágica para el comercio en general y, en el caso de los centros comerciales, los datos hablan por sí solos. Según un estudio publicado por **la gestora inmobiliaria MGVM**, la afluencia de clientes a los centros comerciales se ha visto reducida en un 93% respecto al mismo periodo del año anterior desde el impacto del covid-19.

“La actividad en los centros comerciales está prácticamente paralizada, un 95% de media, ya que solo están abiertos aquellos que ofrecen productos y servicios de primera necesidad”, dicen desde MGVM. El informe refleja que algunos locales están aprovechando estos momentos de parón **para realizar trabajos internos** (limpieza e inventario, por ejemplo), mientras que otros están realizando la tramitación de pedidos online, en los que el local se convierte en su punto de preparación y envío.

Lar España es uno de los principales propietarios de centros comerciales en España. Según el grupo, de cumplirse las condiciones necesarias, **entre el 25 de mayo y el 8 de junio** los centros comerciales españoles procederán a completar el proceso de vuelta a la plena actividad. “De hecho, a partir de esta última fecha estarán plenamente operativos en lo que se conoce como “nueva normalidad” tras la pandemia”, dice **Hernán San Pedro, director de relaciones con inversores de Lar España**

“Los centros comerciales ya eran claves en el comercio, el ocio y el entretenimiento familiar y en adelante lo serán también en el distanciamiento físico y 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”, dicen desde el grupo.

Pero ¿cómo será la transición hacia la nueva normalidad? “El sector retail ya ha demostrado en el pasado una gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de forma positiva y en esta ocasión, no va a ser distinto. En el tránsito desde la nueva normalidad hacia la normalidad de siempre, los centros comerciales van a ser uno de los espacios de convivencia más funcionales, seguros y trascendentes”, dicen desde Lar España.

Según Lar España, propietario de una cartera de 14 centros comerciales, “si antes del covid-19 la experiencia de compra era clave, en esta etapa también serán fundamentales la seguridad y la confianza. Por disposición, formas personalizadas de acceso, amplitud de los espacios de tránsito, racionalización de la estancia y seguridad de las instalaciones, los centros comerciales van a ser espacios determinantes de recuperación de la vida comercial”.

“El efecto experiencial característico de los mejores centros será en adelante un modelo experiencial seguro. La tecnología ya estaba al alcance de la mano, y en adelante permitirá supervisar los flujos, garantizar en todo momento la seguridad y confiabilidad de cada instalación y convertir cada centro en un espacio innovador, personalizado y sostenible”, añaden.

Otros de los gigantes de los centros comerciales es Intu. Desde el grupo británico opinan que “los centros comerciales, por los recursos económicos y organizativos de los que disponen, pueden garantizar fácilmente la seguridad en sus instalaciones. De esta manera, hemos activado en nuestros centros comerciales planes específicos para cumplir las recomendaciones de las autoridades, y responder a las necesidades de seguridad para clientes, trabajadores y visitantes”.

“Creemos que la vuelta al ritmo habitual necesita una operativa que responda a todos los aspectos del funcionamiento de los centros: desde el control de accesos y aforo, hasta el incremento de las rutinas de limpieza y la provisión de geles desinfectantes, pasando por un asesoramiento eficaz a todos los comerciantes, que facilite el cumplimiento de las nuevas normas y recomendaciones”, aseguran.

En este momento, desde Intu, propietario en España de los centros comerciales **Intu Puerto Venecia e Intu Xanadú**, se está reestructurando el servicio de seguridad para garantizar el cumplimiento de las normas sobre accesos, aforos, distanciamiento social, o colas. “Además, seguimos adaptando las rutinas de mantenimiento, especialmente en lo relativo a los sistemas de ventilación y clima, para asegurar la máxima rotación del aire”.

Para **Gonzalo Senra, director nacional de retail de CBRE**, una de las mayores trabas para el centro comercial a partir de ahora será “la limitación de aforo”. “Esto hará que sea difícil poner las cuentas en positivo: mismos gastos, pero menos ingresos. Muchos operadores creen que estarán en mejor situación financiera cerrados que abiertos bajo estas normas, así que nada está claro”, dice el directivo.

No obstante, CBRE, que gestiona un gran número de centros comerciales en España, está poniendo en marcha algunas iniciativas para incentivar los flujos de tráfico a estos complejos de cara a la nueva etapa y la fase de desescalada. “Desinfección, gestión de colas, ampliación de terrazas, ayudas logísticas para el servicio de *delivery* y *take away* son algunas de ellas”, señala Senra.

“El covid-19 va a cambiar la manera de relacionarnos con y en los centros comerciales. El uso de mascarillas y geles desinfectantes se van a incorporar en la gestión de los centros comerciales de una manera permanente y será una herramienta de marketing y un reclamo para que el consumidor se sienta en un entorno seguro”, concluye Senra.

Augusto Lobo, director de retail de JLL España, cree que “llamarle nueva normalidad es

incorrecto". "Vamos a ver a corto plazo una nueva realidad. Las entradas y salidas van a ser diferenciadas y controladas, habrá mantenimiento de distancia, no se podrán usar zonas comunes... es decir, nada normal y algo a lo que no estamos acostumbrados", dice.

"Las personas quieren volver a consumir, pero las marcas psicológicas que ha dejado el confinamiento en el consumidor van a impactar directamente en los operadores, sobre todo en la forma de vender: tocar una prenda de ropa será motivo para que se tenga que llevar a cabo una desinfección y tener que dejarla en cuarentena antes de que vuelva a la estantería de las tienda", añade.

Para Lobo, donde hay un potencial crecimiento es en el *click&collect*. "Fomentar la recogida de mercancías y que los centros comerciales habiliten zonas específicas para no tener que ir a la tienda en concreto. Esto ayuda a que el consumo no se pare del todo y que el consumidor tenga que acudir al centro comercial", dice.

"El retail va a tener que hacer hincapié en la experiencia de la compra. El online no satisface tus necesidades como consumidor, y vamos a valorar aún más la experiencia de compra. Este experimento nos ha permitido ver que el retail es totalmente necesario, pero para que el consumidor se desplace hasta la tienda va a hacer falta algo más que una simple transacción".

Para **Mikel Echavarren, consejero delegado de Colliers**, "los sectores más afectados son aquellos que están directamente relacionados con la presencia física de sus clientes, desde el retail de calle a los centros comerciales, la restauración, actividades relacionadas con el ocio y, por supuesto, el turismo". "Los centros comerciales ahora mismo afrontan el futuro con una enorme incertidumbre en cuanto a su apertura, a su formato y en cuanto a su futuro", dice el ejecutivo.

Luis Espadas, director de retail de Savills Aguirre Newman, asegura que el covid-19 ha acelerado el cambio de tendencia que ya se estaba gestando en los centros comerciales, cuya transformación va a incidir, sobre todo, "en la tecnología aplicada en los propios centros comerciales como, por ejemplo, el uso generalizado del pago mediante contact less. La disyuntiva consiste en saber diferenciar entre los cambios puntuales y los estructurales", dice el directivo.

Según el experto de Savills Aguirre Newman, el ocio continuará siendo un vector clave en España para el posicionamiento de los centros comerciales, que se adaptarán a las exigencias de los nuevos tiempos, logrando que la visita de los consumidores sea lo más cómoda posible dadas las circunstancias.

"Por otro lado, los parques de medianas van a salir reforzados al contar con parking gratuito, tiendas más grandes y al exigir menos contacto físico por estar alejados de los núcleos urbanos. En este sentido, urbanismo y flexibilidad tendrán que ir de la mano, ya que la crisis ha acelerado la tendencia del cambio de usos. La implementación de la tecnología permite perder menos tiempo en desplazamientos y atascos mediante la habilitación de zonas de *coworking* en centros comerciales periféricos y ciudades dormitorio. Facilitar el cambio de uso es fundamental para atender a una nueva demanda de hábitos de vida", aseguran desde la consultora.

El experto señala que tanto propietarios como arrendatarios han sido capaces de adaptarse a la situación de manera muy ágil, por lo que en el medio plazo los nuevos contratos regularán de una forma más concreta los protocolos de actuación en supuestos de crisis sanitarias de gran magnitud. "Habrá que esperar para ver cómo se verán afectadas otras cláusulas, como el peso de la renta fija y variable", concluye.

Seguridad e higiene, pero ¿cómo?

Todos los profesionales coinciden en que la seguridad y la higiene van a ser las claves de esta nueva normalidad, pero muchos operadores se preguntan aún cuáles serán estas medidas y cómo se aplicarán. Desde la **Asociación Española de Centros Comerciales (AECC)** aseguran que desde los más de 500 centros y parques comerciales que han permanecido

abiertos desde el inicio de esta crisis sanitaria “han adaptado sus infraestructuras y personal para facilitar el acceso del público a aquellos establecimientos considerados de primera necesidad como supermercados, farmacias y tiendas de animales”.

La asociación ha elaborado una guía de seguridad sanitaria que contiene una serie de pautas y buenas prácticas aplicadas en centros y parques comerciales. “Cada centro ha diseñado planes concretos en preparación para la reapertura. Unos planes mucho más extensos y detallados de lo que aquí se expone y que se ajustan a las particularidades de cada centro comercial contemplando medidas para todos los espacios transitados por clientes y para las zonas de la gerencia del centro, áreas de personal, cuartos técnicos, muelles, etc., en espera de incorporar las medidas que publiquen las autoridades”.

El protocolo de medidas diseñadas para centros y parques comerciales se divide, fundamentalmente, en siete grandes grupos que afectan al mantenimiento de los espacios comunes, desde la entrada al centro y las zonas por donde el cliente transita, hasta los accesos a cada uno de los comercios que alberga.

Entre estos grupos **están las medidas higiénico-sanitarias de las instalaciones**, donde se contempla la desinfección completa del centro antes de la apertura, incluyendo los muelles de carga y puntos de residuos; prestando especial atención a las áreas de accesos de los clientes y áreas públicas: aparcamiento, escaleras mecánicas, baños, áreas de descanso, etc.

Además, la AECC aconseja la limpieza y desinfección regular durante el horario de apertura de las principales áreas de contacto (aseos, suelos, pasamanos de escaleras mecánicas, pomos de puertas, mostrador de bienvenida, etc.), así como restringir el uso de ascensores a una persona, el uso de vallas en la calle para el control de accesos y gestión de colas y la instalación de mamparas de metacrilato en puestos de información y atención al público.

Para antes de la apertura de estos centros comerciales se contempla también la instalación de dispensadores de geles hidroalcohólicos en varios puntos del centro; el cierre de zonas infantiles, y áreas de descanso: la suspensión de actividades dentro del centro que puedan ocasionar formación de grupos de personas; la señalización con vinilos en el suelo marcando la distancia de seguridad entre clientes a la entrada de hipermercado, aseos, y otros operadores de gran afluencia y la cartelería y megafonía recordando las recomendaciones sanitarias, entre otras.



Medio	idealista news	Fecha	07/05/2020
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	377 519	V. Comunicación	10 959 EUR (11,827 USD)
Pág. vistas	1 163 686	V. Publicitario	4116 EUR (4442 USD)

http://epservices.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=8827&comps_id=248107523



Medio	idealista news	Fecha	07/05/2020
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	377 519	V. Comunicación	10 959 EUR (11,827 USD)
Pág. vistas	1 163 686	V. Publicitario	4116 EUR (4442 USD)

http://epservices.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=8827&comps_id=248107523



La nueva normalidad

Los centros comerciales preparan protocolos para reabrir en la desescalada

Controlarán flujos de visitantes y temperatura de los clientes a través de cámaras

Se recomienda un kit de bienvenida con mascarilla y guantes

ALFONSO SIMÓN
MADRID

Hace pocas semanas habrían llamado loco a quien hubiera dicho que para comprar en un centro comercial el coche del cliente sería desinfectado, que las cámaras no solo grabasen sino que tomasen la temperatura, que a la compra habría que ir con mascarilla, que el aforo de una tienda estuviese limitado o que al llegar a casa habría que lavar la ropa a 60 grados. Bienvenidos a la nueva normalidad.

La fase 2 de la desescalada ideada por el Gobierno, que coincidirá con el 25 de mayo en casi todo el territorio nacional, supondrá la apertura de los 568 centros comerciales clausurados desde el decreto de estado de alarma del 14 de marzo. Hasta ahora, únicamente han estado abiertos para el acceso a hipermercados, supermercados, farmacias u otras tiendas consideradas esenciales. Durante este tiempo, los propietarios de los centros y los operadores de las tiendas han ido extendido una doble capa de seguridad para los clientes, en el acceso y tránsito por el inmueble y, después, dentro de las propias tiendas.

Así será a partir de ahora. Propietarios, consultoras inmobiliarias y la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) preparan protocolos que afectan a propietarios, tiendas y visitantes sobre cómo afrontar el tránsito para que los clientes se sientan seguros al volver a realizar sus compras en este tipo de grandes establecimientos. El año pasado se produjeron 1.998 millones de visitas a los centros comerciales, según la AECC, y, sin embargo, por el confinamiento la afluencia se redujo un 90% en abril, con datos de CBRE. De momento, son documentos voluntarios elaborados por el sector privado, a la espera de que el Ministerio de Sanidad pueda establecer normas obligatorias.

La consultora CBRE, por ejemplo, ya ha preparado una guía sobre cómo actuar ante la apertura. Para



Un cliente tras comprar durante el estado de alarma en el centro comercial Glòries de Barcelona. GETTY IMAGES

los propietarios, recomienda informar a través de la app del centro sobre las horas de menor afluencia y señalar las zonas y plazas de aparcamiento especiales para recogidas de compra. "En el aparcamiento, el cliente recibirá a la entrada del centro un *welcome pack*, que incluye guantes y mascarilla", según esa guía. También pide a los propietarios que barajen la idea de instalar arcos y felpejos descontaminantes tanto para vehículos como para clientes.

Cientes con fiebre

El propietario, a su vez, deberá controlar el aforo mediante sistemas de conteo inteligente, señalar los flujos de circulación peatonal a la salida y a la entrada del centro, así como instalar cámaras termográficas para la medir la temperatura de las personas.

En ese apartado, si se comprueba mediante control de temperatura que un visitante tiene fiebre, está por ver cómo la seguridad del centro está amparada por las normas sanitarias para actuar. "En el caso de detección de un caso en el centro comercial o de sos-

pecha de que un cliente o empleado muestre síntomas de la enfermedad (tos, fiebre, dificultad para respirar), avisar a la gerencia del centro y llamar al teléfono de emergencia sanitaria de la comunidad autónoma", refleja la guía de la AECC. "Trasladar al afectado a una zona lo más aislada posible y desinfectar todas las zonas

Una guía de CBRE pide a los centros que valoren instalar arcos descontaminantes

Desde la AECC se recomienda el cierre de zonas infantiles y cancelar eventos

donde haya podido estar el cliente/empleado infectado, conforme a lo establecido por el Ministerio de Sanidad", se añade.

El protocolo de casi 50 recomendaciones de la AECC incluye la desinfección cada día del centro, la dispensación de geles hidroalcohólicos en entradas, tiendas o aseos, fomento del pago por medios electrónicos *contactless* en el aparcamiento y la limpieza constante de superficies en aseos, suelos, pasamanos de escaleras mecánicas, pomos de puertas o el mostrador de bienvenida. Asimismo, la revisión de la ventilación y sistemas de purificación de aire, restringir el uso de ascensores a una persona, instalación de mamparas en puestos de información y sustituir en los baños los secamanos de acción manual por otros sin contacto o bien facilitar toallitas desinfectantes.

Igualmente, la AECC recomienda el cierre de zonas infantiles y ludotecas, así como cancelar todo tipo de eventos que hagan que las personas se concentren en un punto. En el suelo, además, habrá señaliza-

ción con vinilos marcando la distancia de seguridad entre clientes y la entrada al hipermercado, aseos o a tiendas de operadores de gran afluencia.

Dentro de las tiendas, también habrá aforo limitado, geles desinfectantes y se deberá limpiar constantemente las zonas de mayor uso, amén de mantener la distancia de seguridad entre los usuarios. CBRE recomienda a las marcas valorar la posibilidad de señalar circuitos de recorrido para evitar cruces, instalar mamparas de separación en las cajas de cobro (mejor con sistemas *contactless*) y habilitar recipientes donde depositar las prendas que el cliente se ha probado pero que no se lleva para su posterior desinfección, aunque los probadores estarán clausurados o limitados.

Pero en la nueva normalidad la compra no termina cuando se salga del centro. "Lava tus manos a fondo cuando llegues a casa. Desinfecta tu móvil. Lava y desinfecta tu ropa a alta temperatura según las instrucciones dadas por el Ministerio de Sanidad", aconsejan desde CBRE.

36.000 comercios

► **Fase 1.** Propietarios y patronales del comercio han pedido al Gobierno en los últimos días que permitan abrir los centros comerciales desde la fase 1 de la desescalada, que comienza hoy en gran parte del país. Estos complejos acogen a 36.000 tiendas, de las que el 85% son medianas y pequeñas, con menos de 300 metros cuadrados de superficie, según datos de la AECC. Las asociaciones empresariales ven una discriminación por parte del Gobierno en que se permita abrir al pequeño comercio de calle pero no al que está dentro de un centro.

► **Preparación.** "Ya se está trabajando en la definición de protocolos que contemplen la operativa: desde la gestión de los flujos de personas y las colas, pasando por planes de desinfección, limpieza y seguridad, y hasta la revisión de horarios o del apoyo logístico que van a necesitar los operadores", explica Gonzalo Senra, director nacional de *retail* de CBRE.

► **Planes.** En Lar España, por ejemplo, uno de los grandes propietarios de centros comerciales, señalan que ya tienen en marcha un plan de acción en el que se trabajan aspectos como la limpieza, la seguridad, el mantenimiento, la distribución de los aparcamientos, el control de las entradas peatonales, horarios, transporte, cesiones de espacio y la ordenación de las zonas comunes y las zonas de restaurantes, entre otros casos.

COYUNTURA

Los centros comerciales diseñan su futuro

kioskoymas#tciavelli

● El coronavirus ha servido como catalizador de una transformación del sector cuyo origen se encuentra en el comercio electrónico

Rostros semicubiertos con mascarillas, dispensadores de gel hidroalcohólico cada pocos metros, controles de acceso, pasillos unidireccionales, escaleras mecánicas con adhesivos que señalan la posición exacta en la que situarse para respetar la distancia de seguridad, probadores virtuales, pantallas que actúan de gran hermano y limitan el acceso a los aseos... Todo ello formará parte del nuevo paisaje de los centros y parques comerciales de todo el mundo.

A las dudas que la sobreoferta de espacios y el incremento de las ventas del comercio electrónico despertó sobre el sector hace varios meses se suma ahora el impacto económico de la crisis sanitaria. «Nos enfrentamos a un momento de incertidumbre en el que ningún inversor pondrá precio a los activos hasta que se normalicen las ventas, algo que no ocurrirá hasta pasadas unas siete u ocho semanas del levantamiento del estado de alarma», explica Gonzalo Senra, director nacional de Retail de la consultora inmobiliaria CBRE Richard Ellis. Esto implica que hasta casi el próximo otoño no se podrá contar con análisis de renta de activos que recojan un retrato fidedigno de la situación y, por tanto, fijar el valor real de los activos.

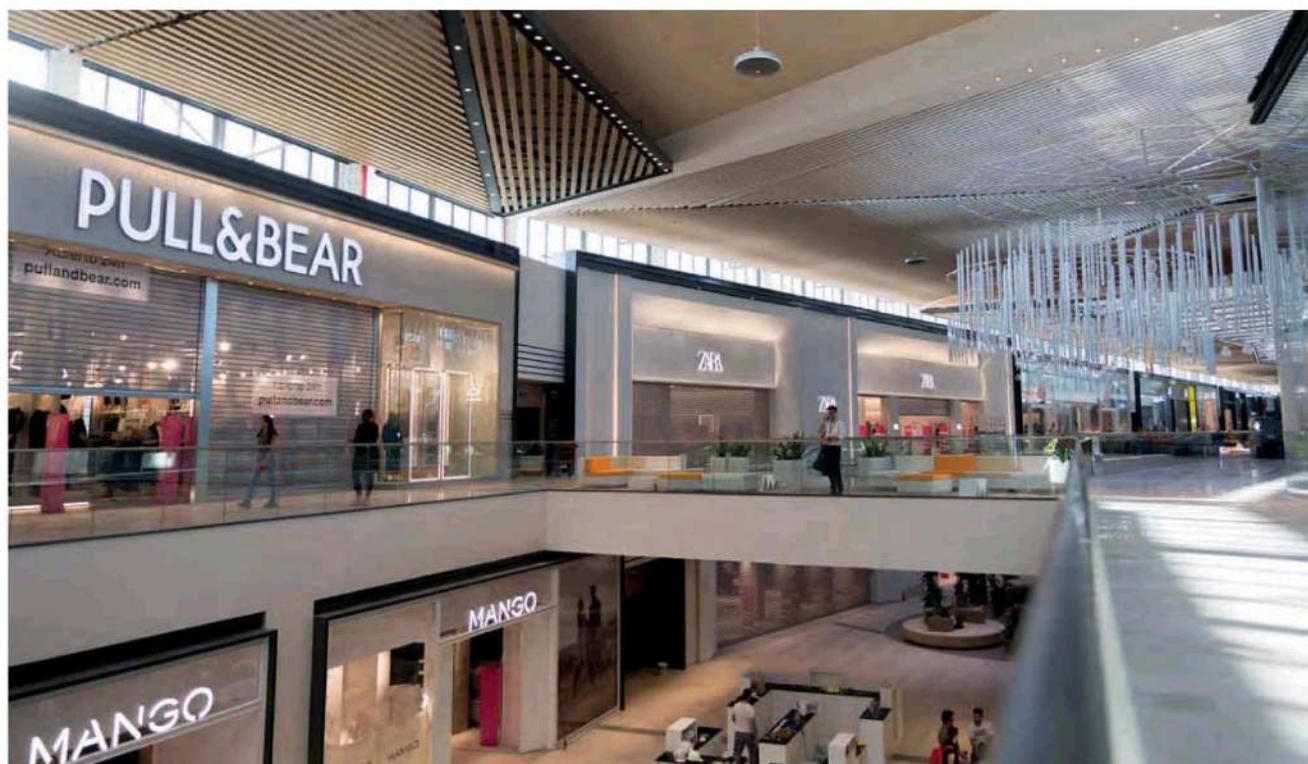
La realidad es que el cierre obligado de los comercios y de los establecimientos de restauración por la pandemia ha paralizado los planes de expansión de los empresarios del sector. Según un informe de la consultora Knight Frank publicado a principios de mayo, hasta finales de marzo las rentabilidades se mantenían estables en torno al 5-5,5 por ciento en las grandes capitales como Madrid. Cifras que previsiblemente no se volverán a recuperar hasta el año 2022.

Pensemos, además, no sólo en la caída de la afluencia sino también en las inversiones que este tipo de centros tienen que realizar para adecuar las instalaciones a «la nueva normalidad» y que rondan el 25 por ciento del presupuesto anual.

Un agujero que sin duda hará mella en un sector que en España cuenta con una cuota de mercado del 18 por ciento, aporta más de 84.000 millones de euros al PIB de España y sostiene 730.000 empleos (el 46 por ciento de ellos directos). «El impacto de la crisis provocada por la emergencia sanitaria será grande en todo el sector y, suponemos, que también en la inversión», comentan fuentes de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC).

La actual coyuntura, sin embargo, no toca a todos por igual. Luis Espadas, director ejecutivo de Retail en Savills Aguirre Newman, señala que «el interés inversor se mantiene en distintos tipos de activos retail. Específica-

No se pondrá precio a los activos hasta final de año, una vez se recupere la normalidad en el consumo



Centro comercial Lagoh, propiedad del Grupo Lar, se prepara para volver a abrir sus puertas en Sevilla.

mente en centros comerciales, los super prime mantienen demanda, también los centros comerciales urbanos por su potencial de reposicionamiento y usos mixtos por parte de fondos value added especializados. Los parques de medianas con componente de alimentación siguen en el foco de socimis, fondos alemanes y franceses».

Opinión con la que coincide su homólogo de CBRE -compañía que gestiona 40 centros comerciales en España y Portugal- que destaca el carácter «acíclico» de estos últimos. Incluso, supermercados y centros que cuentan con un Carrefour, Mercadona o similar se han visto beneficiados en cierta medida por el incremento del consumo en lo hogares.

Según el análisis semanal que realiza el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, entre el 4 y el 10 de mayo (últimos datos publicados) el incremento de las compras de productos de alimentación fue del 30,6 por ciento con respecto a la misma semana de

2019 y de un 6,8 por ciento si se compara con los siete días previos. Tendencia que, tal y como explica el propio Ministerio en un comunicado, se extenderá «mientras se mantenga el confinamiento y no sea posible consumir fuera de casa».

Acelerador de tendencias

El pasado ejercicio las inversiones alcanzaron los 957.490.000 euros. Además, se inauguraron proyectos en la Comunidad de Madrid, Andalucía y Canarias, entre ellos X Madrid -el parque comercial y de ocio que permite surfear en la capital, en el que se invirtieron 35 millones de euros-. Otro de los destacados fue el mega centro Lagoh, en Sevilla, desarrollado por el grupo Lar con más mil metros cuadrados, doscientas superficies comerciales alquiladas y operativas y cuya inversión ha ascendido a los 200 millones de euros.

Con respecto a este año 2020 no había empezado nada mal para el sector. Las inver- ▶

El pequeño comercio no desaparecerá de los centros comerciales

PREVISIÓN APERTURAS PROYECTOS 2020 - 2022

NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO	SBA (M2)
BAHÍA REAL	CAMARGO	SANTANDER	CITYGROVE/GENTALIA	PC	20.970
NOVA CENTER	VILANOVA I LA GELTRÚ	BARCELONA	TITAN PROPERTIES SOCIMI	ME	23.000
PARQUE COMERCIAL CEMAR	HUÉRCAL	ALMERÍA	CEMAR	PC	65.000
ESPACIO CALEIDO - QUINTA TORRE	MADRID	MADRID	OHL	PE	12.000
WAY DOS HERMANAS	DOS HERMANAS	SEVILLA	KRONOS (WIT RETAIL)	PC	48.600
OPEN SKY	TORREJÓN DE ARDOZ	MADRID	COMPAGNIE DE PHALSBOURG	GR	91.000
WAY ORENSE	S. CIBRAO DAS VIÑAS	ORENSE	KRONOS (WIT RETAIL)	PC	18.100
LA TORRE OUTLET ZARAGOZA	ZARAGOZA	ZARAGOZA	IBEREBRO	PC	61.500
ÁLCORA PLAZA	ALCORCÓN	MADRID	GENTALIA	PE	17.000
LOS PATIOS DE AZAHARA	CÓRDOBA	CÓRDOBA	MITISKA REIM	PC	10.200
VIALIA VIGO	VIGO	PONTEVEDRA	CEETRUS	GR	43.080
LA FINCA GRAND CAFÉ	POZUELO DE A.	MADRID	LA FINCA REAL ESTATE IDEA INNOVATIVE REAL E. SER.	PE	10.000
OUTLET (2ª FASE OPEN SKY)	TORREJÓN DE ARDOZ	MADRID	COMPañIA DE PHALSBOURG EN ESPAÑA	PC	21.500
BENIDORM	BENIDORM	ALICANTE	UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD	GR	58.500
SOLIA	MADRID	MADRID	MACKINTOSH MALL	GR	50.000
BREGOGÁN PARK	A GRELA	LA CORUÑA	PELAYO CAPITAL	PC	55.000
PROMENADE LLEIDA	LLEIDA	LLEIDA	EUROFUND	PC	55.000
WAY CÁCERES	CÁCERES	CÁCERES	KRONOS PROPERTY	PC	25.000
PLAZA JAÉN	JAÉN	JAÉN	GRUPO ALVORES	GR	41.000

FUENTE: AECC

El interés **inversor** se mantiene según el tipo de retail. **Alimentación** y **high street** son los más atractivos a día de hoy

«Las inversiones superaban a finales del primer trimestre los 700 millones de euros, con proyectos tan atractivos como el espacio Caleido en Madrid, el Open Sky en Torrejón de Ardoz, el Breogan Plaza en A Coruña o el Plaza Jaén, en la ciudad andaluza.

Ejemplos que prueban que el fantasma del comercio electrónico ha pasado de ser una amenaza a convertirse en aliado de la reconversión de los activos. Proceso que, además, se ha visto beneficiado por la pandemia. «El Covid-19 ha actuado como acelerador de tendencias que ya estaban en marcha. Quizá lo más marcado en el periodo posCovid será la aparición de otros usos en centros comerciales: última milla logística, coworking, clínicas o incluso centros de día, si pensamos un poco más allá. En el corto plazo, veremos la aplicación de tecnología y nuevas medidas orientadas a la experiencia de compra para hacer que la visita de los consumidores sea lo más có-

moda y segura posible», afirma Espadas, de Aguirre Newman.

En la misma línea se pronuncia Gonzalo Senra: «La crisis sanitaria está actuando como catalizador de los buenos activos. Entre ellos los del segmento del high street».

De hecho, el sector es optimista de cara al futuro, y apuesta por el retail como «fuente estable de rentabilidad sostenible a largo plazo», apunta Hernán San Pedro, director de relaciones con inversores y comunicación de Lar España. Entre otras cuestiones por su «gran capacidad de adaptación a nuevos entornos. Hace mucho que la evolución en el mundo del comercio es una constante, y en esta ocasión no va a ser distinto. El 'nuevo' centro y parque comercial, adaptado a los nuevos tiempos, tiene energía y una vida muy larga por delante».

Tesis también compartida desde BNP Paribas Real Estate donde destacan las «altas ren-

tabilidades» que el segmento del retail ha ofrecido históricamente respecto a otros sectores. «Aunque la confianza del inversor no está en su mejor momento, por la experiencia de lo ocurrido en la pasada crisis de 2009, creemos que en cuanto la recuperación del consumo vuelva a ser un hecho la recuperación de la confianza de los inversores irá en paralelo».

Así consultoras, analistas e inversores descartan una situación como la que podría producirse en el mercado norteamericano donde ya antes de la crisis se apuntaba a que uno de cada cuatro centros comerciales corría riesgo de cierre. Entre otras cuestiones porque en España no existe sobreoferta de espacios físicos. «En Estados Unidos, la densidad de centros por habitante es cinco veces mayor que en España y la media de edad de los centros es también muy superior. Son dos mercados que no se pueden comparar. Además, en España la situación es muy diferente, sobre todo respecto a centros dominantes en su área de influencia, modernos, bien adaptados a la digitalización y con una gestión eficiente».

Adaptarse sí o sí

Entre los efectos secundarios de la crisis, toda vez volvamos a salir a las calles con relativa normalidad, está el propio miedo de los consumidores. Hecho que, en opinión del director de relaciones con inversores y comunicación de Lar España, será pasajero. «El número de visitantes se irá incrementando de acuerdo con las recomendaciones de cada fase». Y puntualiza: «Los centros son las superficies comerciales más seguras. Se trata de espacios mejor adaptados que ofrecen zonas comunes amplias y zonas de tránsito que permitirán controlar, prevenir y evitar las aglomeraciones, algo que será más difícil en otras zonas comerciales más urbanas».

Entre los puntos claves para recuperar la confianza de los consumidores será «diseñar una estrategia de reapertura bien definida que incluya un protocolo exhaustivo y de marketing creativo», apunta Elaine Beachill, Head of Retail de Knight Frank en el citado informe.

Además de modernizar espacios y dotarlos de mayor amplitud, planificar bien las zonas de tránsito, incorporar sistemas tecnológicos que permitan prever picos de afluencia o posibles aglomeraciones, no todo pasa por la estética. En palabras de San Pedro «la gestión

Omnicanalidad, experiencia y apoyo institucional

El atractivo del sector no será suficiente por sí solo para recuperar la normalidad tras la crisis sanitaria. Evitar que el impacto económico del Covid-19 tenga una afectación masiva requerirá dotar a los centros de «una relación intensa y próxima entre comerciantes y propietarios, reforzar y consolidar el concepto de centros como áreas experienciales seguras y con atractivo adicional a la mera actividad de compras; la integración online-offline, la

omnicanalidad y el conocimiento del cliente como idea central y, por último, equipos altamente cualificados para la gestión profesional», explica el director de relaciones con inversores y comunicación de Lar España. Ahora bien, a pie de tienda, no hemos de olvidar que los actores principales de los centros comerciales y de ocio son comerciantes y hosteleros, muchos de ellos autónomos y cuyas cuentas de

resultados se han visto azotadas por el parón de la actividad. Desde la AECC han solicitado al Ejecutivo que se pongan en marcha ayudas a los inquilinos para el pago de alquileres, medidas de flexibilización fiscal, exenciones en el pago de las cuotas a la Seguridad Social, suavizar las condiciones de acceso a la línea de avales del ICO y dotar de mayores facilidades a la reincorporación de los trabajadores según el ritmo de recuperación del consumo.

profesional no es una opción. No se puede hacer desde una oficina central alejada de los centros. Este juego entre inversor, cliente minorista y cliente final tiene que ser supervisado día a día por equipos de alta calidad. No se trata sólo de un negocio financiero, a pesar de que da excelentes resultados cuando se estructura, planifica y entrega».

Lo que no parece que vaya a cambiar es el perfil de los comercios. La crisis no debería, según los analistas, hacer desaparecer las pequeñas tiendas. «Es precisamente el pequeño comercio el que diferencia a los centros comerciales. Son precisamente los que dotan a los espacios del alma de la zona en la que se ubican. Por tanto, se buscarán fórmulas para que no desaparezcan del paisaje».

● Beatriz Triper

Llegó la hora para el gran consumo

Cuatro grandes almacenes de El Corte Inglés y 39 áreas comerciales se enfrentan desde mañana al reto de generar confianza y facturar con el aforo limitado a la mitad, y sin lugar para el ocio

M. SÍO DOPESO
 VIGO / LA VOZ

El camino a seguir es China. Allí, cuando el covid-19 arreciaba en España, los centros comerciales salían del confinamiento revestidos de medidas de prevención al contagio, como lo harán las 39 grandes áreas y los cuatro centros de El Corte Inglés en Galicia.

Hay temor por el comportamiento del consumo, no tanto por la inseguridad que pueda generar un espacio cerrado, sino porque las ventas siguen rezagadas a pie de calle, en donde los comercios llevan 15 días abiertos.

Pero, igual que hicieron las grandes superficies asiáticas para ganarse la confianza de los clientes, el sector lo apuesta todo a la seguridad, con una inversión que, según la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC), supera los 30 millones.

A base de mascarillas, controles de acceso, medición de la temperatura y medidas para garantizar el distanciamiento social, el consumo en los centros comerciales chinos se disparó un 8 % en abril, según datos de monitoreo publicados por el centro de investigación de desarrollo comercial en Shanghai. En la primera semana de mayo, el todopoderoso CITIC Pacific Wanda facturó 24,6 millones de yuanes, un aumento del 11 % interanual. Son datos alentadores, aunque, como bien aclara Laureano Turienzo, consultor de retail, el Gobierno asiático repartió entre la población millones de cupones de consumo, que eximen del pago del IVA y dan acceso a descuentos especiales, para recuperar la economía.

Plantillas reforzadas

A falta de incentivos económicos, el reto de vender se presenta complicado para los centros comerciales, en donde el aforo se limita al 50 % y la oferta de ocio (cines, negocios recreativos) tendrá que esperar hasta julio.

Pero hay ilusión, y ganas de abrir. Así lo reflejaba ayer José Manuel Blanco, el director de comunicación de El Corte Inglés para Galicia, mientras el personal del centro de Vigo trabajaba en la puesta a punto de todas las medidas de prevención en las distintas plantas. El grupo de distribución ha incorporado ya a la totalidad de su plantilla en Galicia: 4.000 trabajadores. «Hemos reforzado los equipos de limpieza y seguridad, habrá personal formado para asesorar a los clientes y equipos de conteo para supervisar la afluencia en todo momento», explica Blanco.



Así se prepara El Corte Inglés en Galicia.

El personal del centro trabajaba ayer en la colocación de las prendas y disposición de los percheros dejando pasillos despejados. Las cajas y mostradores de todas las plantas estarán blindados con pantallas de protección. Todo el personal del centro estará protegido con mascarilla, y en los casos en que se requiera mayor proximidad al cliente, con pantallas.

M. MORALEJO



FERNANDO PINTO GERENTE DEL CENTRO COMERCIAL GRAN VÍA DE VIGO



«Somos un entorno más seguro que la calle»

«Hemos puesto los medios para que los clientes se sientan seguros» afirma el responsable del centro

M. S. DOPESO
 VIGO / LA VOZ

Gran Vía de Vigo es el segundo mayor centro comercial de Galicia, después del coruñés Mariñeda City. Es propiedad de Lar España, la socimi que también gestiona el área de As Termas de Lugo. Fernando Pinto, gerente del centro vigués, supervisaba ayer la puesta a punto de todas las medidas de protección desplegadas.

—El miedo al contagio es inevitable. ¿Teme una pérdida de afluencia o cuenta con ello?

—Las expectativas son buenas, pero vamos a ir poco a poco. El

hipermercado y la farmacia han permanecido abiertos; hace 15 días se sumaron un par de tiendas de mascotas y telefonía, y la respuesta ha sido buena. Es importante que la gente sepa que los centros comerciales somos entornos seguros y controlados, más incluso que la propia calle. Nos hemos preparado a conciencia para garantizar la limpieza y la prevención. Para ello hemos reforzado los equipos que se van a encargar de estos trabajos. Y todo ello acompañado de mucha información para que el cliente se sienta seguro.

—Sin contar los establecimientos de ocio, que aún no tienen permiso, ¿el lunes abrirán todos los negocios o se ha quedado alguno por el camino?

—Tenemos una alta ocupación en nuestros centros, tanto en Vigo como en As Termas. Lar España ha mantenido el diálogo en todo este tiempo y ha colaborado con todos los operadores para evitar esa situación tratar de mantener todos los negocios.



Fernando Pinto. M. MORALEJO

—¿Cómo van a garantizar que se cumpla la distancia social preventiva de dos metros?

—Tenemos marcados todos los pasillos de dos en dos metros.

Hemos retirado todo el mobiliario y juegos para niños en las zonas comunes; y tenemos un sistema de conteo para conocer en el aforo en tiempo real y controlar el aforo. Está limitado el acceso a los cuartos de baño. De cada tres cabinas anulamos dos y lo mismo ocurre con los lavabos. Nosotros ponemos los medios y las personas tienen que poner de su parte.

—Eso en los espacios comunes. ¿Cada tienda tiene sus propias normas?

—Cada tienda y negocio tiene su propio protocolo. La gerencia solo intervendría si considerara que hubiera algún riesgo.

—Será difícil recuperar el negocio sin oferta de ocio.

—Pero para eso todavía habrá que esperar un poco más. Me consta que se está intentando llegar a un acuerdo a nivel nacional para la apertura de los cines, pero aún no hay fecha.

Merlin y Lar España reabren sus centros y apuestan por recuperar viejos hábitos

Jennifer Zaldo • original



Las grandes socimis propietarias de centros comerciales han mantenido la mayoría de sus centros abiertos durante las semanas de confinamiento para **cumplir con los servicios esenciales** decretados por el Gobierno. Pero este lunes ya pueden reabrir todas sus tiendas en las zonas que hayan pasado a la fase 2 de desescalada.

Estos propietarios han hecho sus “deberes” durante estas semanas, aplicando nuevas medidas para garantizar la seguridad e higiene de empleados y clientes. Todo ello para **anticiparse al nuevo contexto** en el que van a tener que operar, en el que aún impera el miedo a un posible contagio.

De hecho, Lar España cuenta con la ayuda de SGS, líder mundial en inspección, verificación, análisis y certificación, para desarrollar un **certificado de verificación de todas las medidas** frente al covid-19. Es pionero en el sector retail en España, y busca aportar la garantía máxima de que las distintas instalaciones aplican las medidas correctas.

En declaraciones a MERCA2, desde Lar España apuestan por **‘recuperar los hábitos de antaño**, y adaptarlos a lo que ha dado en llamarse nueva normalidad. Los centros comerciales son uno de los espacios más seguros y confortables donde compaginar vida social y distanciamiento físico”.

“Contamos con **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”, aseguran.

En cuanto a las restricciones para la restauración, desde Lar insisten en que “la restauración en los centros comerciales cuenta con superficies más amplias y con más ambientes que otros operadores. Le será **más fácil segmentar, separar a los comensales y respetar la separación**, y además podrán hacerlo en el contexto de un centro comercial más y mejor preparado para prevenir aglomeraciones y distribuir a las personas”.

En este sentido, la mayor parte de los centros comerciales cuentan 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”, añaden desde la socimi especializada en este segmento.

Por su parte, desde Merlin Properties han incorporado una batería de medidas para reforzar la limpieza de sus centros, con el objetivo de **optimizar la experiencia de visita** en un clima de seguridad y confianza.

Luis Lázaro, managing director de retail de Merlin Properties, asegura que “es necesario transmitir a la población la confianza de poder realizar una visita a nuestros centros comerciales con total seguridad” y añade que “confiamos en **poder ir recuperando la total normalidad**”.

REAPERTURA EN FASE 2

Los centros comerciales ubicados en las zonas que pasen a la fase 2 de la desescalada pueden reabrir sus puertas este lunes. Tras más de dos meses sin actividad, los comerciantes estrenan la “nueva normalidad” y reciben a sus clientes con una **batería de medidas** que garanticen la higiene y la distancia de seguridad.

Además, este sábado se publicó en el **Boletín Oficial del Estado** (BOE) una orden del Ministerio de Sanidad que refleja que “los locales y establecimientos situados en centros comerciales podrán reabrir sus puertas desde este lunes, siempre que tengan un **acceso directo e independiente desde el exterior**”.

De este modo, la orden ministerial adapta el texto del pasado 16 de mayo, cuando se regulaba que estas tiendas debían tener **acceso desde la vía pública**, ahora simplemente es desde el exterior.

Por otro lado, los centros comerciales mantendrán **cerradas las zonas infantiles y las zonas de descanso**. Además, deben estar provistos de mamparas de metacrilato en puestos de información y atención al público, un sistema de conteo de personas, así como medidas de control de distanciamiento social, incluido el aparcamiento.

Asimismo, se contempla la apertura del espacio interior de locales de comercio minorista, con un **aforo limitado al 40%**, y horario preferente para mayores.

Así figura en una **guía de buenas prácticas** dirigida a la actividad comercial en establecimiento físico y no sedentario, elaborada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el de Sanidad.

El personal de seguridad controlará que se respete la distancia mínima, y **dispersará grupos de más de dos personas** que transiten por el centro, prestando especial atención a zonas de escaleras mecánicas y ascensores.

Otro de los consejos incluido en la guía es la colocación de **vinilos indicando la distancia de seguridad** en escaleras, ascensores, aseos o mostrador de bienvenida, así como la desinfección completa del centro comercial antes de la apertura, prestando especial atención a la limpieza de las áreas públicas (aparcamiento, áreas de descanso o baños) y de los muelles de carga y puntos de residuos.

AYUSO RECLAMA ABRIR EN FASE 1

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha pedido al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, **que se apliquen ya en la región** medidas contempladas en la fase 2 y 3, como la apertura de los centros comerciales, la vuelta escalonada a las empresas y la flexibilización horaria de los paseos.

Ha insistido en que, “habiendo **un problema tan acuciante de desempleo**” y teniendo en cuenta que muchos de los establecimientos en los centros comerciales son pequeños locales, no tendría que haber ningún problema en abrirlos.

“Creemos que Madrid ya se puede comenzar a poner en marcha”, ha explicado Ayuso. “En los locales que están dentro de los centros comerciales **se están perdiendo muchos puestos de trabajo** y son lugares seguros para las compras”.

Medio	merca2.es
Soporte	Prensa Digital
U. únicos	64 669
Pág. vistas	234 783

Fecha	25/05/2020
País	España
V. Comunicación	5 014 EUR (5,467 USD)
V. Publicitario	1815 EUR (1979 USD)



Debacle en los centros comerciales: las franquicias regatean y los independientes cierran

Javier Melguizo • original



Centro Comercial Carmila | CARMILA - Archivo

Los centros comerciales engrosan su lista de problemas. Tras más dos meses de inactividad, muchas tiendas se han visto obligadas a cerrar definitivamente y las que quedan abiertas están intentando negociar notables rebajas en el alquiler. **Sobre todo las grandes franquicias**, que exigen no pagar nada, aludiendo que son ellas quienes atraen al público, según apuntan diferentes fuentes del sector.

Con **las limitaciones de aforo** que ha decretado el Gobierno, los comercios entienden que es necesario rebajar los arrendamientos de sus locales. Se escudan en que si solo pueden atender a un 30% o un 50% de los clientes que recibían antes de la pandemia, también es lógico que se actualicen los alquileres. Así lo entiende también la Plataforma de Afectados por el Covid-19 en centros comerciales que insta a renegociar una disminución en las rentas a medio plazo.

Noticia relacionada

[Merlin amplía las ayudas para mantener los alquileres en los centros comerciales](#)

Aceptar estas peticiones supondrá un importante desplome en los ingresos de los centros comerciales, que ya han visto bastante mermadas sus cuentas con las **condonaciones de las rentas durante el estado de alarma**. Pero no les queda otra opción, ya que, de lo contrario, ahogarán económicamente a sus inquilinos, obligándoles a cerrar definitivamente. Y si un establecimiento queda vacío, va a ser muy difícil volver a ocuparlo en medio de la crisis financiera.

En plena recesión, es vital mantener al mayor número de inquilinos posible. Así lo entiende Merlin Properties, que **prepara una ampliación del plan de ayuda** que lanzó al principio de la pandemia y que consistía en la condonación del 100% a los locales comerciales, que suponen el 22% de todos sus activos en alquiler. Todavía se desconocen los detalles exactos, pero la socimi ha aclarado que se trata de "bonificaciones parciales" que repartirá cuando empiecen a abrir los locales.

Otra de las socimis más expuestas a este sector es **Castellana Properties**, que ya condonó de motu propio con sus inquilinos el pago de la renta de abril. Respecto a los futuros meses,

asegura que "tiende la mano a todos sus inquilinos para buscar soluciones que beneficien a ambas partes" para intentar mantener las relaciones a largo plazo.

Lar España abrió este lunes la mayoría de sus centros comerciales. La compañía no aclara si está negociando los arrendamientos con sus inquilinos, pero su director general, José Manuel Llovert, remarca que "en esta fase de reaperturas queremos ayudar al cliente a que su estancia sea más agradable y que se sienta seguro y respaldado en todo momento".

APERTURAS EN LA FASE 2

A partir de la fase 2, en la que ya han entrado este lunes algunas provincias, las tiendas de los centros comerciales pueden abrir sus puertas, siempre que tengan un acceso directo e independiente desde "el exterior", según se recoge en el Boletín Oficial del Estado (BOE). Otra de las condiciones imprescindibles es que la superficie de venta al público **no supere los 400 metros cuadrados**.

También se han adoptado **múltiples medidas de seguridad**, como cerrar las zonas infantiles y las zonas de descanso, instalar mamparas de metacrilato en los puestos de información y de atención al público, además de establecer un sistema de conteo de personas y medidas de control de distanciamiento social, incluido en el aparcamiento.

Noticias relacionadas

Centros comerciales, más necesarios que nunca

Miguel Pereda • original

El primer ejecutivo de Lar España reflexiona sobre el papel que pueden jugar para la reactivación económica

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, canalizando hacia nuestro país gran cantidad de **capital de todos los rincones del mundo**.

Se ha temido que pudiera repetirse un desplome como el de 2008, pero la realidad ha sido distinta

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 **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 producirán 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.

Los espacios de venta 'online' y físicos no solo son compatibles, sino que se han vuelto indispensables

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 venta cruzada de cada centro comercial, flexibilizándose los procesos de compra y reduciéndose las fronteras entre lo físico y lo virtual. **Toca ser omnicanal**, 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 elementos a los que el cliente cada vez es más sensible y que generan más 'engagement' y por tanto formarán parte de la estrategia de todos y cada uno de ellos. Serán espacios **seguros, agradables, variados y divertidos**.

Esta situación acelerará de manera vertiginosa los cambios que ya estaban en marcha en el sector

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 acelerará 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.

***Miguel Pereda** es consejero de **Lar** España y consejero delegado de Grupo **Lar**.

https://blogs.elconfidencial.com/economia/tribuna/2020-05-26/centros-comerciales-lar-espana-miguel-pereda_2610287/



ACTUALIDAD

EL INMOBILIARIO FORMARÁ PARTE DE LA SOLUCIÓN

La solidez y el saneamiento de las empresas del sector nada tienen que ver con la situación en la que se encontraban en la anterior crisis. Ahora son más resistentes y el inmobiliario puede ser una de las principales locomotoras de la economía

Alba Brualla MADRID

El sector inmobiliario tiene músculo y robustez para resistir a esta crisis. Así lo aseguran los 42 directivos que han participado en este reportaje para analizar el futuro y los retos a los que se enfrenta este mercado tras la pandemia.

La principal diferencia de esta crisis respecto a la de 2008 es que la situación financiera de la mayoría de las firmas del sector está saneada y el nivel de endeudamiento, tanto de las compañías como de la población, es mucho más bajo que hace doce años. Además, cuando estalló la anterior crisis el sector se encontraba en una *burbuja* de precios, nada que ver con la situación antes de la pandemia, ya que el precio por m² estaba tensionado en ciudades concretas y todavía se encontraba por debajo de máximos, a excepción de algunos barrios de grandes urbes, como Madrid y Barcelona, que sí habían superado el techo de la época del boom.

Estos factores, que demuestran un entorno de mayor saneamiento del inmobiliario en España, unidos a una renovada forma de trabajar de las compañías del mercado, en el que han entrado además nuevos actores como los fondos institucionales y nuevos vehículos como las socimis han apostado transparencia y solidez a este mercado, mucho más profesionalizado que en 2008.

Esto no significa que el sector inmobiliario vaya a salir indemne de esta crisis. Al igual que sucedió la otra vez, la actividad en el mercado de la vivienda, basada en factores como el empleo, la capacidad adquisitiva y la confianza de la población, se verá golpeada, con caídas en el volumen de

compraventas, que en el cómputo del año pueden situarse en el 40%.

Igualmente, los precios se verán recortados, con ajustes de entre el 8% y el 15%, especialmente en el producto de segunda mano y en las segundas residencias. Estos serán los activos que más sufrirán, mientras que la obra nueva, según apuntan los expertos, se mostrará más resiliente, gracias al elevado volumen de preventas para las entregas previstas en este ejercicio. También el residencial en alquiler será uno de los más fuertes frente a los impactos del Covid. A pesar de que los directivos esperan un aumento en la oferta, creen que ésta seguirá sin cubrir la elevada demanda, que seguirá creciendo con fuerza, lo que de algún modo blindará los precios, sin que ello suponga que no se produzcan caídas en zonas puntuales.

En cuanto a la inversión, España seguirá en el radar de los grandes fondos, como un destino prioritario, y la logística y las oficinas tirarán del carro en los primeros meses, si bien estas últimas tendrán que adaptarse al reto de un modelo mixto de empleo en las empresas, ya que se espera que el teletrabajo gane peso en España, pasando del 4% al 10%-15%. El concepto de flexibilidad, que se aplicará en los entornos de trabajo, deberá extenderse al resto de mercados, ya que tanto inquilinos como propietarios tendrán que remar en la misma dirección y para ello hará falta llegar a puntos de encuentro, con nuevas fórmulas de contratos y rentas.

Por otro lado, el sector destaca el papel clave de la administración. Es necesaria una actuación decidida de apoyo al sector para que éste pueda convertirse en uno de los grandes generadores de empleo tras la crisis y ser capaz de posicionarse como una locomotora de la economía. Esta vez, el sector inmobiliario, en lugar de ser parte del problema, puede ser parte de la solución.

Oficinas, logística y residencial en alquiler, los activos más resilientes durante la crisis



JUAN JOSÉ BRUGERA

Presidente Ejecutivo de Colonial



ISMAEL CLEMENTE

CEO de Merlin Properties

El sector de oficinas, y en especial el 'prime', se muestra más resiliente

Las previsiones señalan caídas del PIB en España y Francia de entre el 9%-10% y una importante recuperación en 2021. Aunque hemos de ser conscientes que la situación depende del avance médico, un aspecto en el que parece que las últimas noticias son reconfortantes. La afectación de nuestros mercados domésticos no es homogénea en el inmobiliario. El sector de oficinas y en especial el *prime*, en el que está Colonial, se muestra más resiliente que otros, como el *retail* o el hotelero.

También puede haber diferencias geográficas. Colonial está presente en el mercado de Barcelona, Madrid y París y sabemos que París es un mercado más estable. Es menos elástico al alza y más resistente a la baja. Este mercado mostrará seguro solvencia y fortaleza.

En el segmento oficinas vivimos en los últimos años una especialización de la calidad. Llega de mano de la digitalización como generadora de servicios de valor añadido, de la sostenibilidad de la construcción y del gasto energético y de la flexibilización del uso de los espacios. Son tendencias que el mercado ya había convertido en demanda generadora de valor.

La pandemia puede acelerar algunas tendencias y generar nuevas oportunidades de crecimiento. Sin embargo, esta crisis también nos muestra la necesidad de reflexionar sobre otras tendencias, como el teletrabajo. En estos días, podemos observar que este elemento puede ser un recurso necesario, pero que la desaparición de un generador de dinámicas de grupo e identidad corporativa como es la oficina provoca pérdidas de productividad, descenso de la creatividad e incluso problemas anímicos entre los trabajadores.

España seguirá siendo un país muy atractivo para invertir

Este será un ejercicio atípico para todos por la situación que nos ha tocado vivir a raíz del Covid-19, pero en el caso de Merlin creemos que se resolverá de una forma razonablemente satisfactoria debido a que la compañía es muy resistente, cuenta con una sólida posición de caja y tiene unas fuentes de ingresos muy diversificadas. Respecto al futuro del mercado de oficinas considero que a pesar de la implantación del teletrabajo que pueda producirse en algunas compañías, el saldo neto de contratación podría ser muy positivo. Si bien es pronto para conocer exactamente cual será la tendencia, es posible que muchas empresas se hayan dado cuenta de que han sobredensificado sus oficinas y apostarán por el concepto de espacio mínimo biológico, lo que podría compensar la balanza.

Por otro lado, la crisis del coronavirus acelerará la penetración del comercio online en España. Este proceso provocará que algunos centros comerciales, sobretodo los de tipo secundario sufran, y algunos incluso hasta desaparezcan, sin embargo, el mercado logístico será el gran beneficiado de este impulso del e-commerce.

Lo que está claro es que España seguirá siendo un país muy atractivo para invertir, siempre que una vez superada la crisis sanitaria encararemos la crisis económica con seriedad y con medidas que no sean esdrabámicas y que no se perciban como medidas anti mercado. Aunque es muy difícil hacer ahora una estimación, creo que si todo se hace bien, en principio, a finales de 2021 deberíamos tener recuperado entre un 50% y 60% de lo que perdimos ahora y el resto podría recuperarse en 2022.



ISTOCK

ACTUALIDAD



JUAN ANTONIO GÓMEZ-PINTADO

Presidente de Via Ágora, APCEspaña y ASPRIMA

El sector inmobiliario puede ser referente en la creación de empleo tras la crisis

No cabe duda que el Covid-19 ha supuesto un impacto en la sociedad, y que después del periodo de confinamiento valoramos más nuestros hogares, consecuentemente habrá modificaciones en nuestros hábitos y el sector residencial tendrá que estar preparado para ello. Con respecto a la actividad económica, en general vamos a vivir un fuerte impacto donde nuestro sector puede ser referente en la creación de empleo. Ya decía Albert Einstein que en las crisis surgen las oportunidades, y ésta puede servir para la remodelación del sector en procesos que habían comenzado como la digitalización y la industrialización. Europa había iniciado un proceso hacia la descarbonización de la economía, y nuestro sector tiene mucho que decir, ya que somos uno de los que tiene un mayor impacto en la huella de carbono, y ese proceso generará grandes inversiones y empleo.

Se ha manifestado en multitud de ocasiones que la economía española debe estar basada en innovación, digitalización y empresas tipo Silicon Valley. Pero para tener una economía así, tipo Japón, EEUU o Corea del Sur, se necesitan 20 años para introducir los cambios estructurales, y la necesidad de la economía española y de los millones de desempleados existe ahora. En ese sentido, me duele ver como en interpellaciones en la Asamblea de la Comunidad de Madrid, se acusa a la presidenta regional de favorecer la vuelta al "ladrillo". Sinceramente me parece no estar en contacto con la realidad de este sector, ni de la economía. Nuestro país tiene un reto mayúsculo por delante y no se puede despreciar a un sector que representa el 10% del PIB y a 1,3 millones de trabajadores.



ENRIQUE LOSANTOS

CEO de JLL España

Esta vez no hay 'burbuja' de precios ni endeudamientos desmesurados

El inmobiliario será uno de los sectores más resilientes de esta crisis. Al contrario de la crisis de 2008 esta vez no hay burbuja de precios ni endeudamientos desmesurados. Por el contrario, el sector se enfrenta a un cambio de paradigma que va a afectar a los espacios de vida, de trabajo, de comercio y de entretenimiento. Su adaptación a lo que ahora se llama la "nueva normalidad" marcará el ritmo de recuperación de la actividad.

La adopción de este nuevo paradigma y la ejecución de esta adaptación será muy rápida, por la necesidad de recuperar esa "nueva normalidad". El inmobiliario, los bienes raíces serán un valor refugio en esta crisis. Frente a otras alternativas de inversión más volátiles y menos rentables, la liquidez y el interés por lo inmobiliario se recuperará al disminuir esa volatilidad y empiecen a cerrarse operaciones.

El teletrabajo podría ser un buen ejemplo de los muchos retos a los que nos vamos a enfrentar. No todo el mundo disfruta de un entorno de trabajo tan productivo como lo podrían encontrar en la oficina. Esta nos ofrece un espacio de interacción social que es clave para conseguir la máxima eficiencia y creatividad, que apoya la cultura, estilo de vida y trabajo que nos ayuda a atraer y retener talento.

Además, en general los retos del sector pasarán por la adaptación de los espacios físicos y las dinámicas empresariales a las nuevas reglas y costumbres: distanciamiento social, teletrabajo, sostenibilidad responsable, crisis social, demográfica y económica. La volatilidad y la incertidumbre serán los termómetros que medirán el apetito por el sector.



DAVID MARTÍNEZ

CEO de AEDAS Homes

La vivienda es un valor refugio que no tiene un producto sustitutivo

Hacer previsiones en una situación inédita como la actual es complicado para cualquier sector económico. Lo primero debe ser superar la crisis sanitaria y a partir de ahí evaluar y tomar decisiones. En cualquier caso, hablamos de un shock exógeno para el sector inmobiliario que cuenta con balances sólidos, prácticamente sin endeudamiento, sin stock y con una gran cobertura de los objetivos de ventas para este año y el siguiente.

La vivienda es un valor refugio y actualmente una necesidad para la sociedad, que no tiene un producto sustitutivo. Nos recuperaremos de esto, como hemos hecho siempre, seguiremos creciendo, evolucionando y con ello fabricando vivienda, bien sea en propiedad o en alquiler.

En relación con los retos, parece que la pandemia está trayendo consigo un cambio de tendencia en cuanto a las prioridades que los futuros clientes van a demandar en una vivienda -espacios amplios y polivalentes, terrazas y jardines, adecuación el teletrabajo, luz y respeto con el entorno-.

También cambiará, porque ya lo estamos viendo, la forma de atender a los clientes. Plataformas como Live Virtual Tours de Aedas Homes, que permiten visitar casas en directo conectando desde el móvil con tu asesor comercial, al que puedes ver paseando por las estancias y zonas comunes mientras respondes a tus preguntas, son herramientas que han venido para quedarse. Live genera confianza, por el trato directo y personalizado; acelera la toma de decisiones, pues permite conocer la vivienda como nunca antes; y mantiene la distancia social, algo que para muchas personas será vital de aquí en adelante.



BORJA GARCÍA EGOTXEAGA

CEO de Neinor Homes

El sector inmobiliario puede actuar como dinamizador económico del país

La crisis sanitaria dibujará un nuevo escenario de tendencias y preferencias habitacionales, así como de necesidad de reactivación económica, donde el sector inmobiliario tendrá un papel determinante.

Respecto a las tendencias que puedan darse en la demanda residencial, es probable que esta pandemia traiga consigo nuevos hábitos. Habrá un aumento de búsquedas de casas con terraza y jardín frente a los pisos tradicionales. Además, el teletrabajo creará nuevas necesidades de espacio en casa y se buscarán viviendas más grandes; así como también aumentará el turismo nacional y con él las posibilidades de comprar casa y/o alquilarla.

Por otro lado, si en la anterior crisis numerosos empleados del sector de la construcción acabaron trabajando para el sector turístico y la hostelería, hoy puede ocurrir lo contrario, ya que sin ninguna duda, el sector inmobiliario puede asumir este reto y actuar como dinamizador económico del país a medio plazo.

Habrà que ver cómo evoluciona la situación, pues aún es pronto para tener una visibilidad clara sobre el desarrollo y extensión de la pandemia. No obstante, hay una idea clara, y es la gran diferencia entre esta crisis y la acontecida en 2008. En esta ocasión, el sector inmobiliario no solo no será uno de los más afectados, sino que puede ser un sector que actúe como locomotora de la recuperación económica y, en un marco ágil de trabajo conjunto entre sector privado y Administración Pública, no solo puede recuperar el empleo perdido durante el Estado de Alarma sino ser capaz de generar nuevo empleo a lo largo del año.



MIGUEL PEREDA

Consejero de Lar España y consejero delegado de Grupo Lar

La llegada de capital ha permitido una relevante modernización

El sector inmobiliario en su conjunto, y específicamente el retail, está en condiciones de colaborar activamente a la reactivación del país.

De hecho, el sector inmobiliario español lleva casi diez años contribuyendo a ello y aportando valor tangible al desarrollo económico español.

Hay especialistas muy reconocidos en los distintos segmentos. Las compañías del sector hemos acometido proyectos emblemáticos, reconocidos por su eficiencia, rentabilidad e innovación, que han interesado a inversores de todo el mundo.

Si hablamos de Centros Comerciales, estos 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. Seguirán formando parte del modo de vida de los españoles.

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.

Estos años, la llegada de capital al sector 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.

ACTUALIDAD



ALBERTO MUÑOZ PEÑÍN

Chief executive officer de Inmobiliaria Espacio

Entre abril y junio de 2021 las ventas estarán a niveles cercanos a 2019

Contamos con que prácticamente durante todo 2020 el volumen de actividad de compraventa se vea resentido, dado que la incertidumbre tanto sanitaria como económica no se disipará por completo durante los próximos 6 meses. Sin embargo, confiamos en que en el segundo trimestre de 2021 las ventas recuperen volúmenes cercanos a 2019, una vez se superen los miedos al impacto económico provocado por el Covid-19, confiando en un efecto rebote como ha ocurrido históricamente en otras pandemias, el ejemplo más cercano son los felices 20, después de la gripe española de 1918.

El principal reto al que se enfrenta el sector es el entendimiento de las nuevas necesidades del cliente. Desde el punto de vista del residencial, se presume que la vivencia del Covid-19 redundará en la demanda de viviendas más grandes y en un aumento de la demanda de unifamiliares o adosadas. Esta crisis ha dejado latente que el teletrabajo es una realidad y la tendencia podrá ir por una creciente demanda de viviendas en zonas menos céntricas e incluso en la periferia de las ciudades. Es posible que el sector se enfrente a un cambio de paradigma, en el que la máxima anglosajona "location, location, location" que ha regido históricamente se vea sustituida por otras prioridades.

Por otro lado, en el *retail* primarán los espacios abiertos, en los que se pueda pasear sin la sensación sofocante de las aceras y el tráfico o los centros comerciales masificados. Podríamos hablar de superficies de pequeño y mediano comercio concentradas en zonas abiertas y paseables; en ello, Caleido es un ejemplo óptimo.



JOSÉ IGNACIO MORALES PLAZA

Consejero delegado de Vía Céltre

La colaboración con el sector público y el sector financiero será clave

En Vía Céltre creemos que el mercado inmobiliario, y más concretamente el sector residencial, volverá a los niveles previos a la crisis del coronavirus después de unos meses de recuperación.

Este proceso no será homogéneo en todas las zonas geográficas, y creemos que en las zonas en las que sigue existiendo un fuerte desequilibrio entre oferta y demanda, la vuelta a la normalidad será más rápida.

A nivel macroeconómico, las medidas que se adopten en el terreno social y económico, que vayan en la línea de reducir la incertidumbre para nuestros clientes, servirán para acelerar los plazos de recuperación.

En cualquier caso, los efectos provocados por la pandemia no afectarán a las viviendas en construcción y cuya entrega se producirá entre este año 2020 y 2021, ya que están mayoritariamente vendidas y con un compromiso muy firme por parte de los clientes.

En cuanto a los próximos retos que tenemos que afrontar, sin duda el más importante es el de reconstruir un marco de confianza en el futuro para nuestros clientes, algo que no solo afecta al sector inmobiliario, sino a toda la economía.

En periodos de incertidumbre como el que estamos viviendo ahora, la demanda y el consumo tienden a contraerse ante lo desconocido, y por ese motivo, tenemos que establecer medidas e iniciativas que despejen las dudas de la sociedad y les impulsen a recuperar las dinámicas positivas que existían antes de esta situación.

Para ello, seguimos pensando que la colaboración con otros agentes como el sector público y el sector financiero, público y privado, será absolutamente clave.



NICOLÁS DIAZ SALDAÑA

CEO de Tempore Properties

Mantener las ventajas que hacen atractivo nuestro país es fundamental

El consenso de mercado es que la crisis tendrá un impacto muy relevante en la economía y el empleo en el corto plazo, con un descenso del nivel de ingresos de todas las empresas del sector, tanto el promotor como el patrimonialista, y una caída de la inversión en la compra de nuevos activos y el desarrollo de nuevos proyectos. Será necesario que el deterioro de las condiciones económicas generales se refleje cuanto antes en las valoraciones y en los precios de los activos para que todos los actores del mercado podamos volver a tomar decisiones de inversión con datos fiables y ajustados. No obstante, hay algunos elementos positivos que hacen que la situación no sea parecida a la crisis anterior y que permiten mantener un cierto grado de optimismo: no hay exceso de oferta en el sector, las empresas tienen niveles de endeudamiento inferiores y la estructura de capital de las compañías es más sólida. Por otro lado, hay tipologías de activos que se han visto muy afectadas como el sector hotelero, pero hay otras, como el residencial en alquiler, que seguirá su tendencia positiva de los últimos años con una marcada preferencia de la población por el alquiler frente a la compra de vivienda. Creo que, si no hay sorpresas desde el punto de vista legal que añadan incertidumbre a los inversores, habría esperar que la situación se vaya normalizando y que podamos recuperar pulso en el cuarto trimestre del año.

España sigue siendo un destino importante para el inversor nacional y extranjero en el marco europeo. Mantener las ventajas que hacen atractivo nuestro país es fundamental para que podamos volver cuanto antes a la normalidad.



MIKEL ECHAVARREN

CEO de Colliers International Spain

El principal reto será gestionar la posibilidad de un rescate a España

Creemos que la humanidad reforzará sus comportamientos conservadores incrementando el ahorro. A largo plazo las economías occidentales favorecerán la creación de inflación para diluir los ingentes volúmenes de deuda pública derivados de esta crisis. Esto, unido a que los bancos centrales mantendrán bajos los tipos de interés, provocará la búsqueda de rentabilidad a largo plazo de ese ahorro. Con rentabilidades negativas de los bonos soberanos, netas de inflación, los activos inmobiliarios representarán una de las alternativas preferentes de inversión de los fondos. Por tanto, creemos que el futuro del sector inmobiliario será muy positivo. En la actividad de inversión en activos en renta, pensamos que en 2021 se habrá recuperado el dinamismo de los inversores y de las transacciones. En precios, probablemente tendremos que esperar varios años más. En el residencial, estimamos que el principal impacto será la bajada drástica de la actividad, con una notable reducción del número de unidades iniciadas y llevará tres o cuatro años recuperar el nivel de las 100.000 unidades. Otro reto será volver a encontrar los niveles de precios de activos comerciales en los que la demanda y la oferta se crucen, cuando se puedan evaluar los riesgos de desocupación, de rentas y de financiación. Otro reto es la recuperación de la confianza en el futuro de los nuevos compradores de viviendas y el mantenimiento del apoyo bancario al sector residencial. Por último, el principal reto será gestionar positivamente la posibilidad o la realidad de un rescate de España ante la Unión Europea, y su impacto en *ratings* y en la posición inversora de fondos institucionales.



JUAN JOSÉ PERUCHO

Vicepresidente y Director General Grupo Ibsa

El inmobiliario puede ser una oportunidad para impulsar la economía

El futuro del sector seguirá el desarrollo natural que ya venía teniendo desde hace tiempo, esto será un bache cuyo plazo de recuperación dependerá de la evolución de ciertos hitos sanitarios, en concreto, mejora del tratamiento, reduciendo o incluso eliminando la letalidad, alcance de los rebrotes evitando pasos atrás, y la existencia generalizada de vacunas. Esta situación afectará de forma heterogénea, por zonas geográficas y por sectores. Sirva de ejemplo Canarias, donde el turismo, seguramente el sector más afectado, es el 35% de su PIB y el 40% de su empleo, mientras que en Madrid, el turismo representa el 6,5% de PIB y del empleo. Se genera una compleja matriz de afectación desigual. La evolución de los precios dependerá de la necesidad de liquidez, mientras que las transacciones bajarán notablemente en los próximos 6 a 12 meses.

El sector deberá evitar resoluciones contractuales en las compras en marcha, para ello las administraciones deben apoyar a las empresas con liquidez y a las personas con ERTE efectivos. Uno de los retos del sector será que las entidades financieras subroguen o concedan financiación a los actuales compradores llegado el momento de entrega de llaves. Igualmente que concedan los préstamos promotores según los criterios existentes hasta febrero 2020. Por otro lado, deberán agilizarse los trámites de licencias, que suponen unos plazos y unos sobrecostes tremendos. En Madrid se han iniciado acciones en ese sentido y si se implementan supondrán un importante apoyo. El sector inmobiliario, intensivo en empleo, puede ser una oportunidad para impulsar la economía.

ACTUALIDAD



**JAVIER
RODRÍGUEZ HEREDIA**

Socio director de Azora y responsable del Área Inmobiliaria

Necesitamos una buena gestión para frenar cuanto antes la incertidumbre

Esta crisis está siendo disruptiva en todos los sectores de actividad. A diferencia de la anterior, ahora el sector inmobiliario está bien financiado y no es el problema sino una parte importante de la solución para reactivar la economía española y el empleo, y va a salir reforzado de este desafío.

La vuelta a la normalidad variará en función del tipo de activo, ya que el impacto está siendo muy desigual en cada segmento del sector inmobiliario, con fuertes bajadas en categorías como la hotelera, el *retail* y el ocio, y sin impacto o incluso con subidas en otros mercados, como es el caso del residencial en alquiler.

Aunque a medio plazo todas saldrán reforzadas y mejoradas, dependerá de la velocidad a la que seamos capaces de reducir la incertidumbre. En función de la gestión puede ir de 18 meses a cuatro años.

Es vital que este parón por decreto no se convierta en un parón estructural. Hay que "pulverizar la incertidumbre" avanzando en paralelo para reducir la incertidumbre sanitaria -con avances en el control de la pandemia, tratamiento e inmunización- y la económica, con la reactivación selectiva de actividades en función de su aportación económica, empleo y riesgo sanitario, con programas que permitan a las unidades productivas y a las economías familiares salir del coma inducido al que las hemos sometido.

Cada día que pasa sin una buena planificación para actuar con determinación y seguridad dejamos atrás a miles de familias y empresas, generando un daño estructural que puede multiplicar hasta por cuatro el plazo que necesitaremos para recuperarnos.



**HUMPHREY
WHITE**

Director general de Knight Frank

Veremos ajustes de precios del 5% en los activos 'core' y del 10%-15% en 'add value'

Aún hoy seguimos sin saber cuál será el alcance real del Covid-19 en la economía, porque su impacto final dependerá mucho de los posibles rebrotes y de cuándo esté disponible una vacuna.

Desde Knight Frank esperamos ver una gran actividad en el mercado en el último trimestre del año y ajustes de precios del 5% en los activos *core* y de entre el 10% y el 15% en los *add value*.

Antes de eso, el verano será probablemente mucho más activo de lo normal, con un crecimiento exponencial en Última Milla. Precisamente, el *logístico* creemos que será uno de los primeros sectores en reactivarse, junto con el residencial en renta.

En el caso del mercado residencial existe una alta demanda latente y los inversores estarán activos cuando regrese la normalidad, ya que históricamente han considerado el mercado residencial como valor refugio, más aún en el segmento *prime*. Por otro lado, el coronavirus ha tenido un efecto acelerador en algunas tendencias que se empezaban a ver, o que hubieran llegado antes o después.

El reto será adaptarse rápidamente. Por ejemplo, veremos un sistema de trabajo híbrido entre el teletrabajo, las sedes y los espacios de oficinas flexibles, igual que prevemos una mayor exigencia técnica en la calidad de los edificios.

Mientras, en *retail* -además de garantizar la máxima seguridad sanitaria- será necesario diferenciarse para competir con el *eCommerce*, que ha ganado mucho terreno en los últimos meses, algo que, por otro lado, impulsará al sector *logístico* y hará que la Última Milla se consolide como elemento clave en los próximos meses.



**JOSÉ CARLOS
SAZ**

Consejero delegado de Habitat Inmobiliaria

La innovación y la tecnología jugarán un papel fundamental

La situación actual provocada por el Covid-19 hace complicadas las predicciones, pero estamos convencidos de que el sector inmobiliario será pieza clave para la recuperación económica, que contribuirá a generar riqueza social y mucho empleo en los próximos meses.

Para lograrlo, es esencial la colaboración público-privada con medidas como el aplazamiento o reducción del IVA en un plazo acotado, la concesión de avales para el pago inicial para acceso a primera vivienda, similar al programa *Help to Buy*, y la agilización de los trámites tanto para la obtención de licencias como para liberar suelo finalista.

La recuperación no va a ser nada fácil y es por eso, ya estamos dando los primeros pasos: nuestras obras en marcha, nuestros puntos de venta abiertos, nuestras oficinas operativas, y todo ello con todas las medidas sanitarias recomendadas. El sector inmobiliario, a diferencia del pasado, será un **ilar** esencial para la recuperación económica, sobre todo, en sus inicios.

De cara al futuro, la innovación y la tecnología, como ya venían haciendo, jugarán un papel fundamental en toda la cadena de valor de las promotoras, desde la búsqueda de suelo, el diseño, la comercialización, la construcción, la entrega y la posventa.

Asimismo, el cambio en las preferencias en materia de vivienda ocupará un lugar muy importante tanto en la planificación de las promotoras como en las nuevas demandas de los clientes, que priorizarán más que nunca, la salud y el bienestar en el hogar, apostando por la flexibilidad, la luz y los espacios exteriores.



**ADOLFO
RAMÍREZ-ESCUDERO**

CEO de CBRE España

Como toda crisis, vendrá acompañada de muchas oportunidades

La primera reflexión es constatar que los retos del sector inmobiliario no serán muy diferentes a los de la mayoría del resto de sectores económicos.

Estamos ante un fenómeno global y que afecta a la forma en que trabajamos, consumimos y compramos, al modo en que nos educamos, etc.

Los efectos de Covid-19 serán muy relevantes durante 2020 y se centrarán en los desafíos de la liquidez y la solvencia, es decir, en la salud de la economía, si bien se espera una senda de notable recuperación en el último trimestre del año.

La recuperación al punto que estábamos en 2019 es más que probable que pueda llevar, al menos, dos años en el escenario base, pero existen muchos elementos dinámicos que pueden alterar este escenario, siendo el factor clave el momento de la introducción efectiva de una vacuna con acceso universal.

Como toda crisis, vendrá acompañada de muchas oportunidades. Algunas a destacar serán el aumento de la productividad por empleado en áreas intensivas del conocimiento, así como el desarrollo de espacios de trabajo en el hogar, como complemento efectivo al trabajo en la oficina.

También veremos un aumento de soluciones de monetización sobre activos inmobiliarios vía deuda y *equity* y la aceleración de la transformación digital en áreas clave como *Location Analytics* o el crecimiento de la huella real física de espacios para la gestión y almacenamiento del *Big Data*.

En definitiva, todo parecerá diferente tras Covid-19, pero solo en el sentido de haberse confirmado una aceleración radical de lo que ya era una clara tendencia antes de su existencia.



**EDUARD
MENDILUCE**

CEO de Aliseda Inmobiliaria y Anticipa Real Estate

El sector inmobiliario está provisto de unos fundamentales sólidos

Estamos viviendo una crisis con muchas incertidumbres, por lo que resulta complicado prever cuál va a ser su evolución y el impacto que va a tener en el sector inmobiliario. La importante pérdida de empleo permanente ya está retrayendo la actividad. También se ha reducido sensiblemente la inversión, agravada por las políticas de financiación hipotecaria más restrictivas, si bien creemos que la vivienda se sigue percibiendo como un valor refugio.

Cabe subrayar, no obstante, que la situación actual no es comparable a la que vivió el sector en la anterior crisis: el mercado inmobiliario está provisto de unos fundamentales más sólidos y una gestión más profesional, un músculo que permitirá seguir avanzando pese a que haya ajustes de precio a corto plazo o contracción de la demanda. La fortaleza del sector, junto con el efecto positivo que esperamos que tengan las medidas del Gobierno y con un aumento de los fondos disponibles de forma inmediata por parte de la UE, contribuirán a la recuperación.

La actividad inmobiliaria, fundamental para la economía española, será una pieza clave en los próximos meses por su capacidad de generación de empleo, mayor que la que se puede producir en otros sectores. Para lograr estos objetivos, es necesario un plan de ayudas urgentes a inquilinos con problemas de pago de sus alquileres por pérdida de ingresos, un plan de avales a la compra de vivienda en la parte no financiada por la banca y un entorno normativo estable, que genere seguridad jurídica y que fomente la inversión, lo que facilitará que entre todos contribuyamos a la recuperación económica.

ACTUALIDAD



DANIEL MAZIN

CEO de Darya Homes

Será fundamental el papel de las administraciones públicas y la banca

Nosotros podemos hablar del sector residencial, y pensamos que al respecto no va a cambiar nada fundamental: la vivienda es un bien de primera necesidad, siempre vamos a necesitar un lugar en el que vivir. Es posible que cambie algo el concepto de vivienda ideal. Lo que ha confirmado la crisis del Covid, es el acelerón del mundo tecnológico en todas sus vertientes.

El sector promotor residencial ha vuelto a cierta normalidad en la construcción y las obras siguen a buen ritmo siguiendo las medidas de protección necesarias.

Desde el punto de vista de la comercialización, aunque el estado de alarma ha ralentizado el número de ventas hemos tenido un alto porcentaje de conversión de reservas a contratos de compraventa, de entre el 85% y el 90%, y esto es un indicador positivo que habla de la salud del sector y de la confianza de los compradores.

La crisis del Covid impulsará aún más el sector del *Build to Rent* (construir para alquilar), tanto desde el punto de vista del inversor como del usuario o futuro arrendatario.

El sector promotor residencial puede hacer de motor que reactive la economía, la construcción genera mucho empleo, pero para ello será fundamental el papel de las administraciones públicas y la banca. Así, será clave que las administraciones agilicen los trámites de las licencias que permitan iniciar la construcción y por ende impulsar la creación de empleo.

Por otro lado, la banca también juega un papel esencial para que no se retraiga la actividad y continúe financiando proyectos residenciales, permitiendo que el sector atienda a una demanda real.



JOSÉ RAMÓN ZURDO

Director general de la Agencia Negociadora del Alquiler

El reto de la vivienda en alquiler en España es su profesionalización

El sector se va a tener que adaptar a un contexto de crisis económica y por lo tanto sus productos tendrán que ajustarse en precio y nuevos modelos productivos. La actividad volverá a la normalidad cuando la sociedad se recupere de la recesión económica. En el alquiler residencial, por un lado se ganará oferta de viviendas que provienen del alquiler turístico y de las residencias de estudiantes, ambos modelos en declive por los efectos del coronavirus y también debido a la conversión de locales en viviendas. Por otro se perderá oferta proveniente de empresas y socimis enfocadas al alquiler, que reducirán sus activos ante la crisis e incertidumbre de los mercados, y también por las probables acciones del Gobierno enfocadas en bajar el precio de los alquileres a través de la limitación de rentas, lo cual afectará a las expectativas de rentabilidad de estos grandes tenedores de inmuebles. La demanda seguirá siendo alta en relación a una oferta que no cubre todas las necesidades de acceso a una vivienda, aunque los precios se moderarán. Al mismo tiempo habrá cambios en cuanto a la tipología de viviendas, buscando inmuebles de exterior. Se está produciendo una tendencia al cambio de zona, donde muchos inquilinos van a priorizar las viviendas en la periferia y no tanto la proximidad al trabajo, alejándose de los grandes núcleos urbanos. En el alquiler, claramente el reto es el de la profesionalización. Si se pone en manos de profesionales ganaremos todos, los propietarios particulares tendrán la seguridad de cobrar la renta todos los meses. Los inquilinos, sabrán que existe una oferta profesional y que no es fruto de la especulación.



RICARDO SOUSA

CEO de Century 21 España y Portugal

Los propietarios tendrán una relación más equilibrada con los compradores

No sería prudente anticipar hasta qué punto esta crisis de salud tendrá un impacto específico en el sector inmobiliario, ya que el escenario cambia casi cada hora. Sin embargo, se sabe que será temporal. Es una situación controlada a lo largo del tiempo, pero que implicará, en el mediano plazo, una ligera caída de los precios, en general y en todo el territorio nacional, con la excepción de la obra nueva, para las cuales se anticipa el mantenimiento de los precios actuales de comercialización. Los propietarios tendrán una relación más equilibrada con los compradores, algo que no solo es positivo, sino también necesario. También es probable que, en esta situación económica, algunos propietarios tengan una necesidad urgente de vender para enfrentar una posible escasez de liquidez, aplicando descuentos más agresivos en el precio. Con la creciente profesionalización del sector, muchas empresas están hoy mejor preparadas para enfrentar esta crisis, pero hay un desafío obvio, como en todos los sectores: la gestión de tesorería. La duración del estado de alarma, y el tiempo requerido para que la situación comience a normalizarse, implica que muchas empresas inmobiliarias tendrán dificultades para continuar su actividad. Es muy temprano para estar seguro en estos tiempos inciertos. Sin embargo, es cierto que este es el momento de mostrar un infundible sentido de compromiso nacional, responsabilidad social y asumir un esfuerzo común para enfrentar una situación sin precedentes, de la que sin duda surgiremos, reforzados y con una nueva perspectiva de la sociedad, por que la pandemia nos obligará a cambiar muchos paradigmas.



SUSANA RODRÍGUEZ

CCO en Savills Aguirre Newman

El sector inmobiliario se recuperará razonablemente bien de esta crisis

La situación ha acelerado ciertas tendencias que ya observábamos en el mercado en los distintos segmentos inmobiliarios. Va a ser un futuro de inteligencia colectiva.

La profesionalidad del sector, la fortaleza de los fundamentos previa al confinamiento y compañías inmobiliarias poco apalancadas, sumado al convencimiento de poner la sostenibilidad como base de todo lo que hagamos, va a consolidarnos frente al reto que tenemos como sector generador de valor económico y social.

Tras una primera etapa de incertidumbre, propietarios, promotores e inversores han ajustado sus planes de negocio de acuerdo con las nuevas circunstancias, muy centrados en la micro gestión de sus propiedades y equipos humanos y en la relación muy cercana con sus clientes.

El sector inmobiliario se recuperará razonablemente bien de esta crisis, si bien la velocidad de la recuperación dependerá del comportamiento general de la economía y de las medidas gubernamentales relativas a la liquidez a las familias y empresas, reforma laboral y otros aspectos básicos que afectan a las principales variables macroeconómicas, de las que depende el mercado inmobiliario en su conjunto.

Algunos segmentos del sector inmobiliario tardarán algo más en recuperar la actividad transaccional por la imposibilidad de acordar precios ante la falta de comparables, será el caso de hoteles y grandes superficies comerciales, principalmente. Logístico, residencial en alquiler, *Build to Rent* y algunos nichos comerciales -como supermercados- pensamos que saldrán antes, en incluso reforzados, de la crisis.



PEDRO SORIA

Chief Commercial Officer de Tinsa

Se debe dinamizar la demanda y facilitar el acceso a la vivienda

La fase de estabilización en la que parecía sumirse el sector inmobiliario ha quedado 'desestabilizada' por un factor exógeno, que ha golpeado con dureza, y tenemos a la vista una crisis de 'demanda', de consecuencias difíciles de predecir. Las previsiones sobre indicadores que influyen en la evolución del precio de la vivienda, como el PIB o la tasa de desempleo, nos sitúan en escenarios inquietantes, pero el inmobiliario es hoy un sector fuerte, con fundamentales sólidos, menor apalancamiento, con hogares menos endeudados, y un sistema financiero más solvente, que puede actuar como una de las locomotoras que ayuden en la recuperación de nuestra economía.

Para ello es básico resolver retos pendientes enfocados a dinamizar la demanda y facilitar el acceso a la vivienda, en régimen de compra o de alquiler. La colaboración público-privada para generar oferta, la ayuda en la financiación y la fiscalidad deben ser protagonistas en este escenario.

La incógnita es saber para cuándo el sector inmobiliario recuperará la normalidad que vivía antes de la crisis sanitaria. Respuesta casi imposible de contestar ahora, ya que dependerá de la existencia de una vacuna y de la recuperación de la confianza, pero, si se resuelven los retos planteados, tendremos parte de la ecuación despejada.

En Tinsa tenemos por delante un desafío enorme, dar valor a los activos ante la falta de un mercado activo y transparente, pero estamos preparados, tenemos conocimiento y capacidades. Debemos seguir actuando con máxima profesionalidad, eliminando incertidumbres y dando certeza. Ese es nuestro gran reto.

ACTUALIDAD



JOSÉ MANUEL MERINO

General manager de Fotocasa

Antes de la crisis un 10% de españoles buscaban vivienda para comprar

Desde el portal inmobiliario Fotocasa hemos visto que la demanda de vivienda se ha activado de forma muy rápida y ágil durante los inicios de la desescalada. Este gran interés que estamos viendo en la demanda puede augurar que la recuperación del sector inmobiliario vaya a ser mucho más rápida de lo esperado. De hecho, tanto el sector como los bancos afrontan esta crisis partiendo de una situación económica favorable, no como sucedió en la crisis anterior, y esto puede ser lo que marque la gran diferencia. Faltaría por ver si esta demanda podrá hacer transacciones efectivas en función del impacto económico que hayan tenido. Según los datos de Fotocasa Research, antes de la pandemia un 10% de españoles buscaban vivienda para comprar, aunque no llegaron a adquirir ningún inmueble. La lógica nos dice que, si sus condiciones económicas no han cambiado, van a ser los primeros en volver al mercado tan pronto se reanude la actividad. Pero, además, el sector se va a enfrentar a un reto muy interesante los próximos meses: dar respuesta a la nueva demanda de vivienda surgida tras el confinamiento. Son todos aquellos españoles que van a querer cambiar su vivienda porque se han dado cuenta que su casa no se adapta a sus necesidades. Este va a ser, además, un demandante exigente y que sabe muy bien qué producto quiere.

Además, otro aspecto importante que esperamos en los próximos meses es que, debido a posibles problemas económicos de algunos vendedores, algunos activos se pongan a la venta con valores distorsionados a la baja por cierta urgencia de venta, un factor que puede ser muy favorable para la inversión.



ANTONIO CARROZA PACHECO

CEO de Alquiler Seguro

Enfrentamos un futuro con mínimos en las series de compra-venta

Si en habernos recuperado del todo de la terrible crisis financiera que sacudió al sector en la segunda década del siglo XXI, España se enfrenta irremediablemente a una nueva debacle. La dimensión y alcance del nuevo shock nos lo dirá el tiempo y dependerá de la capacidad de reacción de las autoridades monetarias europeas y de la cintura del actual ejecutivo para anticipar medidas fiscales. Desconocidas aún las consecuencias, sí parece claro que en esta ocasión se trata de una crisis de oferta, causada no solo por los aspectos sanitarios del Covid 19, sino por la patente destrucción del tejido empresarial que la hibernación nos está provocando. En este contexto, nos enfrentamos a una fugaz destrucción de empleo, como nunca hemos visto en periodos de paz, con la consecuente pérdida del poder adquisitivo de los ciudadanos y falta de capacidad de endeudamiento. Si a esto le sumamos el "hándicap" que la ley del crédito inmobiliario está cargando al sector residencial en España, tan dependiente de la financiación hipotecaria, es muy probable que nos enfrentemos a un futuro cercano con mínimos absolutos en las series históricas de compra-venta.

El alquiler residencial tomará un papel fundamental en el futuro, más aún con el crecimiento de la demanda que los cambios culturales nos vienen dejando desde hace años.

Crear que recuperaremos algo parecido a la normalidad antes del "bicho", es hacer un profundo acto de fe. El sector se enfrenta a una "reforma integral" y adaptarnos a estos cambios, conviviendo con los operarios mientras dure la obra, será el principal reto en los próximos meses.



SANDRA DAZA

Directora general de Gesvalt

La financiación es uno de los principales retos en el medio plazo

Actualmente es difícil pronosticar con certeza cómo será la vuelta a la normalidad y la velocidad de la recuperación en nuestro sector. Cabe esperar una crisis algo más prolongada que al inicio, aunque las medidas de contención y los avances en la investigación pueden dar paso a una fuerte recuperación inversora. El impacto de las restricciones en el ámbito inmobiliario es directo, pero tendremos que esperar la evolución de los indicadores para estimar la evolución de los distintos segmentos del sector y los movimientos del mercado.

La financiación es uno de los principales retos en el medio plazo. Por el momento no parece ser un problema, tanto por el origen del capital de algunos fondos como por la liquidez existente en el sistema bancario. También será importante monitorizar la reactivación de apetito inversor, paralizado a la espera de superar el escenario actual. En algunos segmentos, como el retail o el logístico, esperamos un efecto rebote de la inversión internacional.

Otro reto importante será el de la vivienda. En los meses anteriores a la pandemia, ya observábamos un mercado muy heterogéneo, con zonas en las que los precios estaban muy tensionados frente a otras en las que la demanda era prácticamente inexistente. Cuando finalice el estado de alarma, tendremos que analizar como se equilibra la oferta, que apenas se ha paralizado durante los meses de confinamiento; con la demanda, que ha podido cambiar sus preferencias en cuanto a uso del espacio y ubicación, derivadas de nuevas tendencias como el teletrabajo y que puede sufrir una disminución en su capacidad económica.



VÍCTOR PÉREZ

CEO de ASG Homes

Es esencial retener la confianza del inversor internacional

Un elemento exógeno y desconocido hasta la fecha ha provocado la actual situación del mercado inmobiliario. El futuro del sector estará condicionado por la evolución macro económica y financiera directamente de España, pero también por las medidas de reactivación de la Unión Europea. En nuestro país, la reducción del desempleo será el conductor determinante para el segmento comercial e industrial por el comportamiento del consumo, y para el residencial, la rotación de vivienda de las familias y como ahorro a largo plazo. No cabe duda que la recuperación será asimétrica, por zonas y usos inmobiliarios, en consonancia con el anterior comentario. La influencia del capital extranjero tanto institucional como particular, serán también determinantes para nuestra recuperación. Es esencial e inmediatamente se den las condiciones para retener su confianza. La actividad inmobiliaria volverá rápidamente, pero habrá una primera fase de consolidación de básicos para poder iniciar su recuperación. El principal reto será volver a los niveles de demanda de febrero de 2020. Para ello primero habrá que recuperar las tasas de empleo, acceso a la financiación de inversores y particulares, un programa de incentivos fiscales, y agilización de los procesos administrativos. A lo anterior hay que añadir la necesidad de retener la inversión internacional y atraer nueva. Nuevos formatos de inversión como la vivienda en rentabilidad para dar respuesta al incremento de demanda de alquiler, obliga a establecer nuevos tratamientos fiscales y de financiación para que ese impulso permita un marco apropiado y de confianza.



JUÁN FERNÁNDEZ-ACEYTUNO

CEO de Sociedad de Tasación

La colaboración público-privada es principal para la recuperación

He dedicado más tiempo a buscar preguntas que a encontrar respuestas", decía hace unos días el paleontólogo Juan Luis Arsuaga. Cuando nos consultan sobre el futuro del sector inmobiliario y los retos a los que se enfrenta en los próximos meses, es esencial hacerse las preguntas adecuadas: ¿Quién puede influir en la demanda? ¿Quién puede acortar la fase de reactivación? ¿Quién tiene la responsabilidad de liderar el sector? ¿Es la gestión del sector inmobiliario una necesidad compartida por parte de las administraciones y las empresas participantes?

El mínimo común múltiplo de todas estas preguntas es la Colaboración público-privada: es la sociedad civil en su conjunto la responsable y son la administración, las empresas, las asociaciones y los profesionales, los actores.

En este proceso es esencial entender que esta Colaboración no es un intercambio de cartas, ni siquiera un win-win: de hecho, los beneficiarios no están sentados en la mesa. Una sensata Colaboración público-privada es la que parte de las preguntas adecuadas, prosigue a través de un proceso de escucha activa y, por último, más allá de intercambiar cartas, genera cartas nuevas.

He tenido el honor de participar en el grupo de trabajo que el Área de Desarrollo Urbano del Ayuntamiento de Madrid ha creado con motivo del Covid-19.

Más allá de las 57 medidas presentadas, de gran importancia todas ellas, personalmente creo que lo más relevante ha sido validar la capacidad de escucha como base de un modelo de colaboración transparente, ejemplo, por el bien de los ciudadanos.

ACTUALIDAD



FERNANDO ENCINAR

Jefe de Estudios de Idealista

Una vez se haya absorbido el 'stock los precios recuperarán la tendencia anterior

El mercado inmobiliario post pandemia debería basarse en gran parte en el desarrollo tecnológico. La necesaria distancia social generará resistencias a los desplazamientos innecesarios por lo que los nuevos desarrollos tecnológicos serán pronto habituales: las visitas virtuales, la firma digital de contratos, las video visitas o los servicios de home Staging virtual que hemos lanzado en idealista.

Este tipo de tecnologías estarán en manos de los mejores y más preparados profesionales del sector para ayudar a los usuarios en todo el proceso de las operaciones.

En este nuevo mercado, no hay nada que nos haga pensar que los precios de la vivienda vayan a comportarse de una manera distinta en la crisis que viene a cómo se comportaron en la crisis anterior.

Veremos primero un aumento relevante del stock. De este modo, al que había hasta el mes de marzo se sumarán las viviendas procedentes de herencias, divorcios y las que ayuden a sus propietarios a mejorar su situación económica con la venta. Después de este incremento llegarán las transacciones y solo más tarde aparecerán los ajustes de precios.

Es probable que las caídas de precio sean generalizadas, tanto en venta como en la vivienda en régimen de alquiler, pero ni todas las tipologías caerán de la misma manera ni las bajadas de precio se producirán por igual en todos los municipios, ni siquiera entre los distintos distritos de la capital.

En todo caso, una vez se haya absorbido el stock en el medio-largo plazo, los precios recuperarán la tendencia que tenían antes del estallido de la crisis sanitaria.



FREDERIC MANGEANT

CEO de BNP Paribas Real Estate España

El teletrabajo podría aumentar de forma significativa de un 4% al 10%-15%

El futuro del sector inmobiliario contará con grandes cambios a nivel estructural. Esto supone una incógnita a la vez que brinda la oportunidad de analizar cómo anticiparnos a los potenciales cambios y mejorar la situación actual. Es necesario empezar a diseñar procesos que nos ayuden a trabajar de una manera más óptima. Existe una gran incertidumbre sobre el carácter de la recuperación, pero la tendencia indica que será en V abierta, es decir, de comportamiento lento. A nivel corporativo, las nuevas formas y los cambios van a suponer una gran transformación. Además, la demanda de las compañías va a ser distinta a la que conocíamos hasta ahora ya que afectará a la forma de trabajar e implicará directamente a personas y empresas. El teletrabajo podría aumentar de forma significativa de un 4% al 10-15% modificando la manera de trabajar tal y como la conocemos. El sector inmobiliario es un motor clave para la economía y, si tiene los alicientes suficientes, será un sector crítico para contribuir a la recuperación. El mercado tenía unos fundamentos muy sólidos antes de que comenzara esta situación, con un alto nivel profesionalización y madurez. Debemos dar respuesta a una demanda que sigue latente y podría reincorporarse pronto al mercado si las condiciones económicas y laborales lo permiten. Si bien es cierto que la recuperación será lenta, el sector inmobiliario tiene mucho peso en la economía española. La actividad volverá a suceder y tenemos un reto muy importante: estar a la altura de todos los retos y oportunidades que puedan surgir. Nuestra responsabilidad como sector es ser resilientes.



JESÚS GIL MARÍN

Fundador y consejero delegado de Gilmar

El sector necesita atención de la administración en este momento crítico

A hablar del sector inmobiliario, pensamos en vivienda, en lo que está cerrado, cubierto y nos cobija, pero este importantísimo sector para la economía española afecta a muchos profesionales y servicios en muchos modelos de negocio. Venta, alquiler, nuevo, usado, suelo, comercial y terciario, residencial. Para cerrar una transacción hubo que comprar/vender un suelo, inscribirlo y registrarlo, construir con la intervención de arquitectos y técnicos, la aprobación y pago a la administración, el constructor... En muchísimos casos, con financiación bancaria. Con todo encajado al milímetro, empiezan la publicidad y la comercialización para que, con otros posibles riesgos y contingencias, una persona física o jurídica adquiera un inmueble. Notarios, registradores, asesorías, tasas e impuestos, financieras, reformas, interiorismo, mobiliario, etc. Es un sector privado de magnitudes inmensas y necesita atención de la administración en este momento crítico, y en los que vendrán.

Los gobernantes marcarán la intensidad y duración de las incertidumbres que nos afectan. Ahora pueden contribuir generando el clima de confianza que necesitamos. Los que participamos en esta gran maquinaria productiva y generadora de empleo hemos hecho los deberes, en profesionalización y tecnología. Tras superar cuatro crisis, en Gilmar pensamos en seguir creciendo -habrá ajustes lógicos- y ofreciendo el mejor de los servicios al comprador y al vendedor. La vivienda nos acompaña desde los comienzos de la historia, y no vamos a prescindir de ella ahora, por muy trascendente que sea el momento. Mucho ánimo para todos.



ORIO BARRACHINA

CEO de C&W

Nos encontramos ante una gran transformación socioeconómica

Estamos ante un gran reto que debemos ser capaces de transformarlo en una gran oportunidad. La situación actual va mucho más allá del inmobiliario, pero cualquier actividad de nuestra vida tiene un componente inmobiliario, por lo que nos encontramos ante una gran transformación socioeconómica donde el inmobiliario será el hilo conductor. Antes de la pandemia ya se estaba produciendo una transformación. Los modelos de trabajo estaban en un momento de cambio, donde coincidían diferentes generaciones que estaban obligando a transformar los entornos y formas de trabajar, como el auge del *coworking* o mayor flexibilidad y conciliación en las organizaciones. En oficinas, hemos roto con las barreras mentales del teletrabajo, por lo que nos permitirá avanzar hacia un modelo más híbrido, aunque el espacio físico y la experiencia de compartir en las oficinas es imprescindible. En el *retail*, seremos más conscientes de las ventajas del *ecommerce* y, por tanto, su penetración aumentará, pero todas las encuestas demuestran que la sociedad echa de menos la experiencia de compra. En esta nueva etapa lo que predominará será encontrar un equilibrio, avanzaremos sin barreras mentales que tras la pandemia se han destruido, donde la omnicanalidad se verá reforzada. El inmobiliario se enfrenta a un reto importante. El parón que ha provocado la pandemia ha sido muy profundo y por ello, hay que digerir el bache y prepararnos para esta nueva normalidad. Si mentalmente estamos listos, hay que prepararse tecnológicamente, adaptando medidas a los espacios de trabajo y horarios, todo ello acompañado del marco legislativo.



SEBASTIÁN PALACIOS

Director General de Carmila España

La tienda física seguirá siendo fundamental para el cliente

El Covid 19 no provocará una revolución, sino una aceleración. Muchas de las tendencias que ya estaban presentes en el sector del *retail* saldrán reforzadas y se convertirán en los próximos meses en pilares vertebradores del inmobiliario comercial: digitalización, omnicanalidad, experiencias... Esta crisis también ha servido para demostrar que la proximidad es un factor de éxito en el mundo del comercio y que la tienda física, que muchos daban por enterrada, seguirá siendo fundamental para el cliente. En definitiva, al inmobiliario comercial le aguarda mucho futuro. Apostamos por una recuperación rápida. Frente a los que vaticinan una crisis larga, confiamos en vivir una fuerte aceleración del crecimiento a partir de septiembre. Mercados muy avanzados en el proceso de vuelta a la normalidad, como Austria, Alemania o Francia, son ejemplos que abundan en este sentido. Además, nuestra economía siempre ha destacado por la fuerza de sus oscilaciones: caemos más rápido que nuestros vecinos, pero también nos recuperamos con agilidad. Para la intensidad de este crecimiento, será determinante la ambición de las ayudas que las autoridades puedan habilitar para nuestro sector.

El principal reto al que nos enfrentaremos en los próximos meses será, en nuestra opinión, reinventar un nuevo marco de relaciones entre comerciantes y propietarios. El *casero* a la antigua usanza ha muerto. Solo sobrevivirán los arrendadores de espacios comerciales que se impliquen directamente en los negocios de sus operadores, dinamizando y estimulando sus ventas, e incluso, participando en el capital de aquellos comerciantes claves.

ACTUALIDAD



DAVID BOTÍN

Director general de Aurea Homes



FÉLIX ABÁNADES

Presidente de Quabit Inmobiliaria



RAÚL GUERRERO

Consejero delegado de Gestilar



LUIS CORRAL

Consejero delegado de Foro Consultores Inmobiliarios



MARCOS BELTRÁN

Director comercial de Altamira

Esperamos un mejor comportamiento en País Vasco, Navarra, Madrid y Cataluña

La situación actual de la actividad inmobiliaria cuenta con estructuras sólidas, compañías con balances poco endeudados, proyectos en curso con porcentajes de comercialización elevados y plazos de entrega ciertos, con lo que hemos conseguido capear el peor de los escenarios, la paralización de las obras, por tanto, sobre el negocio en curso esperamos una incidencia menor. Sobre las nuevas promociones esta situación de incertidumbre, confinamiento e inestabilidad económica ha provocado una ralentización de la actividad que estimamos se prolongue durante el resto del año y que afecte principalmente a la segunda mano y a la segunda residencia, y en menor medida a la obra nueva, tanto en precios como en volumen de transacciones.

La afección no será homogénea y tendremos situaciones de mayor actividad en zonas de menos afección en la economía y el empleo, donde la oferta también sea menor.

Esperamos un mejor comportamiento en aquellos mercados donde estamos operando como País Vasco, Navarra, Madrid o Cataluña. Confiamos en una recuperación progresiva en 2021, estamos observando que a pesar del difícil momento en el que estamos, del cierre de nuestras oficinas y de la incertidumbre actual, la venta no se ha secado, seguimos manteniendo niveles de contactos y visitas virtuales muy elevados y estamos cerrando algunas ventas, aspecto que nos abre una gran puerta a la esperanza.

El principal nuevo reto para el sector vendrá por el lado de los cambios a implementar en la forma de comercializar, venta *online*, y la apuesta por la mejora del producto.

La recuperación del inmobiliario es clave para la dinamización de la economía

El sector se encontraba en una fase madura del ciclo, pero se ha pasado bruscamente de un mercado muy activo a una actividad más moderada. La contundente reducción de la actividad económica va a tener un impacto inmediato en el sector residencial, sin conocer aún su alcance definitivo, y ya se están resintiéndolo los factores que apoyan la demanda, principalmente el empleo, los salarios o el turismo. El inmobiliario es uno de los sectores con mayor peso y con un impacto directo en el empleo, y su recuperación es clave para la dinamización de la economía. Hay que apostar por medidas que faciliten la continuidad de los proyectos que ya estaban en marcha o a punto de iniciarse, y agilizar los trámites de las licencias de obra y de primera ocupación, lo que además generaría mucha confianza en los inversores. También es importante y fundamental apoyar la compra de primera vivienda e incentivarla con financiación específicas que permitan el acceso a ese segmento de la población solvente, pero con falta de ahorros, y dar una solución estructural al problema de los jóvenes y la vivienda.

En paralelo, la crisis sanitaria nos ha obligado a cambiar de forma acelerada nuestros hábitos de consumo, la forma de trabajar y de relacionarnos. La digitalización es el factor común de esa transformación, por lo que evolucionar los canales *online* y crear nuevos servicios virtuales ya no es una opción. Al mismo tiempo, hay que ajustar los proyectos a las expectativas que ahora tienen los clientes; esto es, espacios más amplios y multifuncionales, terrazas y jardines, y localizaciones fuera del centro de las ciudades.

La estructura financiera de las promotoras es muy solvente

Actualmente vemos un sector muy preparado para afrontar esta situación. La estructuración financiera de las promotoras es muy solvente, con niveles de endeudamiento muy bajos y además en la mayor parte de los casos con deuda asociada directamente a proyectos y con poca deuda corporativa. Por otro lado, la calidad crediticia de los bancos es en general bastante buena, pues los índices de preventas de la mayor parte de los proyectos en marcha son bastante altos y más que suficientes para repagar la deuda asociada. Esta estabilidad financiera hace que una situación coyuntural como la que estamos viviendo no cambie de forma estructural el mercado, pues las promotoras nos centramos en seguir desarrollando nuestra actividad y los bancos siguen prestando la liquidez necesaria para su ejecución.

Respecto al futuro, vemos un periodo corto de tiempo en el que los ritmos de venta se van a reducir, fundamentalmente por una cuestión de confianza del consumidor en la economía y empleo. Este periodo de tiempo será corto, posiblemente hasta el último trimestre de este año, y en él no producirán ajustes en precio en obra nueva en primera vivienda, pues la oferta es bastante contenida y eso servirá de regulador. Pasado este periodo creemos que se recuperarán ritmos de venta similares a los que teníamos y una estabilización de precio, basados en una oferta contenida y una demanda muy solvente y que ha crecido los últimos años a base de ahorro y no de endeudamiento.

También, vemos el sector constructor e inmobiliario como uno de los grandes generadores de actividad económica de empleo.

La demanda embalsada ayudará a la estabilización de precios

El Covid-19 nos ha puesto todo patas arriba. El impacto en el sector inmobiliario está siendo complicado y, además, este segmento necesitará algún mes más de recuperación cuando salgamos de esto. La gente deberá solucionar primero otros problemas inmediatos y luego, volverá a la compra de vivienda.

De todos modos, somos optimistas. Nos basamos en el interés que sigue despertando la petición de información sobre nuestras promociones. Un muestreo que hemos realizado en las promociones que comercializamos en toda España.

Partiendo de este interés, creemos que la evolución será paulatina a lo largo del verano, dado que hay muchas entregas de viviendas pendientes y también de reservas, y probablemente en octubre-noviembre ya tengamos un mercado más normalizado. A esto se une que estamos generando demanda embalsada. Eso sí, esta demanda hará de contrapeso en el mercado y ayudará a la estabilización de precios, porque no olvidemos que bastante gente saldrá de esta pandemia con una situación económica más complicada.

En los próximos meses, el problema que debemos afrontar se centrará en la demanda que deberá recuperarse del daño sufrido. Y es uno de los retos a los que nos debemos enfrentar. Para ello es fundamental agilizar el camino hacia la financiación, especialmente para los jóvenes y/o colectivos más desfavorecidos. Igualmente, se deben agilizar los trámites administrativos, el mercado no debe pararse porque es una parte importante de nuestro PIB y creemos que el sector inmobiliario será el motor de esta recuperación económica.

Confiamos en que podamos recuperar la situación de finales de 2019

La actividad en el sector inmobiliario sigue viva. En Altamira, desde luego, hemos estado operativos al 100% desde que se decretó el estado de alarma, enfocándonos en prestar un servicio de máxima calidad a nuestros clientes, gracias al teletrabajo y nuestras capacidades logísticas. Y no solo en las gestiones a distancia, sino actuando sobre el terreno: muchas de las obras se reactivaron a mediados de abril, en cuanto fue posible.

Es cierto que la crisis por la Covid-19 ha impactado en el sector, pero generando solo un *impasse* en la actividad y en el modelo de cierre de operaciones y no un parón, como ocurrió en la anterior crisis económica.

Cerramos 2019 creciendo de una forma más sostenible. Ahora hay que ser cautelosos porque nos enfrentamos a una situación nueva y extraordinaria, pero confiamos en que podamos recuperar la situación de finales de año.

Por otro lado, la demanda de activos singulares no ha decaído en los últimos meses. Los profesionales siguen operando y los particulares están a la espera de que acabe el confinamiento para retomar sus compras e inversiones.

Uno de los grandes retos a los que se enfrentará el sector será seguir trabajando en herramientas digitales que permitan que la compra de una vivienda *online* sea una realidad. La tecnología e innovación es cada día más relevante en todos los sectores y, en el inmobiliario, lo va a ser de forma creciente.

En Altamira, llevamos años anticipándonos con una firme apuesta por la transformación digital al servicio de nuestros clientes. En esto también marcamos la diferencia.

TENDENCIA

LA TECNOLOGÍA, CLAVE PARA EL ÉXITO DEL CENTRO COMERCIAL

Lar España ha invertido alrededor de 70 millones de euros para mejorar su complejos y dotarlos de la última tecnología, lo que ahora le permite tener unos activos más preparados frente al Covid-19

A. B. MADRID.

Los centros comerciales han ido transformándose a lo largo de los años, convirtiéndose en complejos de ocio para adaptarse a las nuevas necesidades tanto de las marcas como de los clientes. Pero el verdadero cambio ha llegado de la mano de la tecnología, ya que estos activos son ahora auténticos centros de análisis de datos capaces de medir dónde se encuentra cada cliente y de predecir cuanta gente acudirá cada día.

Esta digitalización es la que permitirá a los centros comerciales más avanzados diferenciarse del resto en un momento crucial para el sector, en el que se exigen medidas de seguridad e higiene más estrictas debido a la crisis sanitaria. “En Lar España ya usábamos la tecnología de control de accesos y de información de aforo desde mucho antes de la pandemia”, explica Sergio García, *asset management director Retail* de Grupo Lar, que asegura que forma parte de la gestión habitual de sus centros. “A lo largo de estas últimas semanas lo que hemos hecho es optimizarla. Disponemos de datos actualizados en tiempo real. Conocemos entradas, salidas y ocupación. Además, vamos a comunicar esta información en las redes sociales y en las páginas web de nuestros centros comerciales. El cliente estará informado en todo momento acerca de la afluencia a su centro comercial, lo que le permitirá planificar la visita y saber el grado de ocupación que se va a encontrar, tanto en el centro como en el parking”, concreta el directivo.

Distanciamiento social

Según apunta Carlos Pestaña, *managing director* de Gentalia, empresa especializada en la consultoría, gestión y comercialización de centros comerciales propiedad del Grupo Lar, esta tecnología es esencial para “prevenir aglomeraciones que puedan poner en riesgo el distanciamiento social”. Se trata de la herramienta *ShopperTrak*, que “proporciona datos escalables, fácilmente convertibles en tendencias de futuro y con una elevada precisión”, concreta Pestaña. Gracias a su implantación en todos los centros de Lar, “éramos capaces de prever la afluencia que íbamos a tener por días y tramos horarios, así como la ocupación del parking. Siempre con un altísimo grado de fiabilidad”, explica García.

Sin embargo, Pestaña apunta que “en el contexto actual, en España no tenemos antecedentes a los que referirnos. Por eso, en Gentalia y Grupo Lar mantenemos activo un observatorio internacional para conocer las tendencias y patrones de comportamiento que está experimentando nuestro sector fuera de nuestras fronteras”. De este modo, y en vista de lo que está ocurriendo en otros países, ambos directivos confían en que a finales de año los centros comerciales españoles consigan recuperar



Interior del centro comercial Lagoh, en Sevilla. EE

una velocidad de crucero razonable, e inician 2021 a buen ritmo.

Para que sus centros cuenten con la tecnología más puntera Lar ha destinado una inversión desde 2014 de alrededor de 70 millones de euros en capex para mejorar sus activos y, según apunta García, la estimación actual del grupo es la de “invertir alrededor de un millón de euros anuales en tecnología, seguridad e higienización relacionada con esta pandemia”. Además, Gentalia, en colaboración con SGS, acaba de lanzar el sello *covid-free*. Un certificado pionero en el sector *retail* en España que garantiza tanto a trabajadores como clientes que los centros están aplicando todas las medidas preventivas y sanitarias que fija la normativa en cada momento.

Omnicanalidad

Partiendo de la base de que los avances tecnológicos y logísticos están siendo el gran catalizador del comercio electrónico, “es de prever que los efectos de la pandemia ace-

Gentalia, junto a SGS, ha impulsado el sello 'covid-free', un certificado pionero en el retail español

leren la transformación tecnológica iniciada por muchos de los centros, para dar respuesta al reto de la omnicanalidad”, explica el director general de Gentalia, que cree además que se “van a estrechar las relaciones entre arrendadores y arrendatarios”.

Asimismo, la creencia de que el comercio *online* y la tienda física son claros enemigos pierde sentido, al menos en el caso de los centros comerciales. “La nueva etapa será la demostración palpable de que los comercios *on* y *off* se necesitan mutuamente a largo plazo. Son complementarios y donde más y mejor confluyen es en los centros comerciales”, apunta García. Así, el directivo cree que “los centros se van a consolidar como punto final de cada transacción, sea digital o física. Serán la guinda del pastel; desde luego van a salir muy reforzados de la crisis. Los servicios tecnológicos van a facilitar aún más la omnicanalidad: *delivery* para compras y restaurantes, reserva de mesas o de actividades de ocio *online*, etcétera”.