

# Cuatro de cada diez cotizadas pierden seguimiento de analistas tras Mifid II

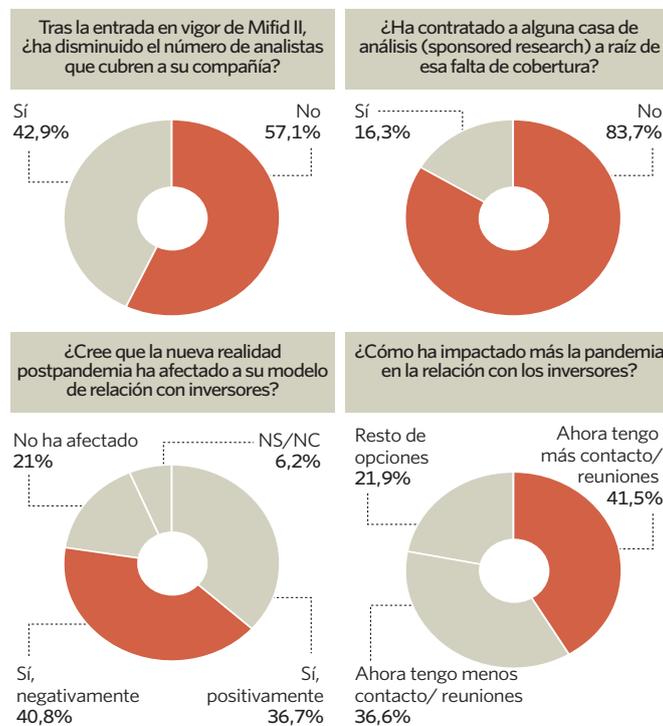
El contacto directo compañía-inversor ha aumentado, según un informe de LLYC

Laura de la Quintana MADRID

Cuatro de cada diez firmas cotizadas españolas han visto cómo la entrada en vigor de Mifid II (en enero de 2019) ha disminuido el número de analistas que cubre a su compañía, según un informe elaborado por la consultora de comunicación Llorente y Cuenca en diciembre de 2021 entre 49 profesionales de empresas cotizadas, incluido el mercado BME Growth. “Sin embargo, la mala imagen asociada a la nueva regulación por la pérdida de calidad de los análisis y por el descenso de las coberturas empieza a matizarse”, afirma el informe.

“Ha dado más proactividad a los inversores y aumentado la capacidad de interlocución directa entre estos y las compañías”, asegura Patricia Berjón, directora de Desarrollo Corporativo de Dominión, en declaraciones recogidas en este informe. En cierta manera, la llegada de Mifid II y la pandemia han potenciado el papel de los responsables de Relación con Inversores de las compañías, intensificando los contactos con los accionistas. No obstante, y más allá de Mifid, los expertos apuntan a “un problema de negocio de las propias casas de análisis” como telón de fondo que ha provocado un menor seguimiento de las compañías cotizadas, señala Meritxell Pérez de Castro Acuña, directora de IR de Soltec, firma que ya nació en la era post-Mifid II, ya que comenzó a cotizar a finales de octubre del año

Cómo ha cambiado la relación con inversores desde 2019



Fuente: Informe 'Diez tendencias en relación con inversores para 2022'. LLYC. elEconomista

2020. Pero tras la entrada en vigor de la nueva regulación, llegó la pandemia.

“Los encuestados se dividen casi a la par entre quienes consideran el efecto de la pandemia como un riesgo para la actividad y quienes la ven como oportunidad”. Se-

gún el informe elaborado por LLYC, los retos a nivel de comunicación que ha supuesto la pandemia no tienen precedentes. “No podíamos salir de casa para contárselo al mundo inversor, al *research* o a la prensa”, valora Hernán SanPedro, director de Relaciones con Inverso-

res y Comunicación Corporativa de Lar España. “Y esta vez tocaba resolverlo como nunca antes: desde nuestra casa, en remoto, sin apoyarnos en nuestro encanto personal”, puntualiza Mario Sacedo, head of Investor Relations de Mediasset, según recoge el informe de LLYC.

Además, el uso (abusivo en ocasiones) de las reuniones telemáticas a raíz de los confinamientos se ha demostrado poco útil ante el hartazgo que ha generado entre los inversores. Los responsables de IR de las cotizadas nacionales reconocen apostar más por la “calidad” de las personas con las que se van a reunir, en grupos más reducidos, en lugar de primar la cantidad.

En términos generales, las cotizadas siguen confiando en los brókeres para organizar *roadshows* con inversores. Y ante la caída en

La mitad de las firmas considera el Covid una vía de mejora para su comunicación

el seguimiento de los analistas, pocas –solo un 16%– reconocen haber recurrido al uso de informes patrocinados (o *sponsored research*, que elaboran un *pull* de casas de análisis contratadas, por ejemplo, por BME) para contrarrestar esta situación.



## VISTAHERMOSA ABRE UNA ZONA DE RESTAURACIÓN EN CONTENEDORES MARÍTIMOS RECICLADOS

El parque comercial **Vista Hermosa**, en Alicante, ha inaugurado un nuevo espacio de restauración levantado a partir de contenedores marítimos reciclados.

Denominado *Food Market*, este espacio combina el reciclado de materiales para construcción con elementos de ingeniería sostenible, en un diseño que ha sido desarrollado por la empresa viguesa Soltec Ingenieros. Ha sido construido con cuatro antiguos contenedores marítimos totalmente rehabilitados, decorados con estilo urbano y desenfadado y conectados entre sí con una terraza de 200 m<sup>2</sup> semicubierta con una pérgola de madera.

Propiedad de Lar España y gestionado por Gentalia, **Vista Hermosa** cuenta con una superficie de 35.000 m<sup>2</sup> y su área de influencia incluye al medio millón de alicantinos que vive a menos de 12 minutos de distancia. Un público que ahora podrá disfrutar de este nuevo punto de encuentro y de posible descanso entre compras en el parque comercial, que cuenta con tiendas como Alcampo City, Leroy Merlin o MediaMarkt, entre otras.

## Lagoh acoge una campaña masiva de donación de sangre

S. V.

El centro comercial Lagoh acoge una campaña masiva de donación de sangre en sus instalaciones desde ayer y durante el día de hoy, martes 15 de febrero. Bajo el lema *«Demostrar el amor es donar sangre»*, el centro comercial anima a sus visitantes a participar en la iniciati-

va y donar sangre, un acto altruista, voluntario y anónimo. Gracias a las transfusiones de sangre, cada día muchas personas salvan su vida o recuperan su salud.

Con motivo del Día de San Valentín, Lagoh ha puesto en marcha esta donación de sangre para que todas las personas que visiten el centro comercial puedan

participar en este generoso acto, de enorme importancia social y sanitaria. Los requisitos generales para poder participar en la donación de sangre son: ser mayor de edad; pesar más de 50 kilos y no acudir en ayunas.

Esta campaña de donación de sangre se desarrolla en las propias instalaciones del centro co-



mercial, en horario de mañana y de tarde, para facilitar su participación al mayor número de personas. Bajo el hashtag #ESOESAMOR, Lagoh organiza esta inicia-

tiva junto con el Centro Regional de Transfusión Sanguínea de Sevilla-Huelva.

Asimismo, Lagoh quiere recordar algunas de las razones más importantes para donar sangre, como por ejemplo: muchos enfermos necesitan diariamente una transfusión; además de atender a esos pacientes, el Centro de Transfusión Sanguínea debe disponer de unas reservas que garanticen el suministro a la población en caso de emergencia y, algún día, uno de nuestros familiares o amigos puede necesitar una transfusión.

.....

## **LOS PROYECTOS DE PARQUES Y CENTROS COMERCIALES QUE ABRIRÁN ESTE AÑO EN ESPAÑA**

---

# Los proyectos comerciales que abrirán este año en España

Tras un 2021 que nos ha dejado sonadas aperturas de centros comerciales como han sido las de Vialia Estación de Vigo u Oasis Madrid, entre otras, llega 2022 con más inauguraciones.

**A** continuación se detallan los cinco proyectos de centros y parques comerciales que tienen prevista su apertura durante este año que acaba de comenzar. Los cinco están repartidos por toda la geografía española y se encuentran en Galicia, Madrid, Cataluña, Andalucía e Islas Canarias.

Es destacable que haya más proyectos de parques que de centros comerciales. No en vano los primeros se han mostrado más resilientes durante la pandemia de la Covid-19. Los motivos son variados: cuentan con una gran parte de operadores cuya actividad está centrada en equipamiento del hogar –cuya caída en ventas apenas llegó al 5% durante el periodo más duro de la pandemia (2020), una cifra muy baja comparada con la caída media de las ventas en centros y parques comerciales, que fue del 28,9%–; son abiertos, por lo que la gente se puede sentir más segura que en los espacios cerrados; y suelen ser opción para compras de conveniencia (los clientes no van a los parques comerciales a ‘pasar el día’ tal y como lo harían en un centro comercial) por lo que el ratio de conversión es mayor.

## ESPACIO CALEIDO (MADRID)

Se espera que antes de que finalice el próximo verano haya abierto la zona comercial de Espacio Caleido, cuya puesta en marcha se ha retrasado con motivo de la pandemia.

Esta edificación de uso mixto en forma de T invertida cuenta con una torre para albergar la primera universidad vertical de Europa y otras zonas para diferentes funcionalidades. Así,



Espacio Caleido está situado junto al complejo Cuatro Torres Business Area del paseo de la Castellana de Madrid.



Las obras de la segunda fase de Jaén Plaza.

50.000 m<sup>2</sup> estarán dedicados a educación, 33.000 m<sup>2</sup> a zonas verdes, 16.000 m<sup>2</sup> a espacios comerciales, 12.000 m<sup>2</sup> a salud y 2.100 m<sup>2</sup> a terrazas; además de contar con 2.000 plazas de aparcamiento.

Sus promotores ya han conseguido comercializar un 65% de los locales. Entre los operadores confirmados destacan Five Guys, Ocine, con seis salas ‘urban’ con capacidad para 440

personas, y un supermercado de El Corte Inglés, que abrirá un innovador espacio de alimentación dentro de Caleido que ocupará algo más de 700 m<sup>2</sup> y estará situado en la parte norte de la amplia zona comercial. El nuevo formato pondrá especial foco en productos perecederos de la mejor calidad, alimentos ecológicos y veganos o comida preparada. La tecnología y la sostenibilidad serán sus piezas clave con el fin de mejorar la experiencia del

cliente. Además, el proyecto tendrá su propia imagen tanto de marca como de nuevo diseño, distinto a otros espacios de El Corte Inglés.

“Caleido redefinirá el concepto de *shopping* y acogerá las últimas tendencias de moda, deporte y tecnología, por lo que se convertirá en el mejor escaparate para las marcas, en un entorno vanguardista y al aire libre, algo especialmente demandado por la sociedad en el actual contexto”, afirman desde Espacio Caleido. Asimismo, contará con una amplia oferta gastronómica y será un espacio vivo con una agenda cultural única en el que además se podrá disfrutar del único museo de arte urbano en Madrid. “Todo ello convertirá a Caleido en el epicentro de un público que busca nuevas experiencias de ocio”, añaden.

### JAÉN PLAZA – 2ª FASE (ANDALUCÍA)

El grupo Alvores mantiene diciembre de 2022 como la fecha de apertura de la segunda fase del parque comercial Jaén Plaza.

La superficie construida de la galería comercial será de 110.000 m<sup>2</sup>, con espacio para 109 locales y un aparcamiento subterráneo de 1.100 plazas que complementa al del parque exterior, ya en funcionamiento. Incluirá un hotel, cuyo nombres y características anunciarán en breve.

El nuevo edificio o galería comercial será visible desde el exterior en primavera y la implantación de firmas se prevé entre mayo y septiembre de este año, en función de cada una de ellas, hasta su apertura conjunta en Navidades de este 2022.

El director de desarrollo inmobiliario de Alvores, Fernando Zurita, ha explicado que se trata de un parque comercial catalogado como de grandes dimensiones, con una inversión global que mantienen en los 80 millones de euros y la creación de 1.100 empleos.

### PARC COMERCIAL VILANOVA (CATALUÑA)

El nuevo parque comercial de Vilanova i la Geltrú (Barcelona) que está construyendo Cel Urbá al norte de la ciudad



Vista aérea del parque comercial Vilanova.



Render del proyecto de LR21 Inversiones en Galicia, Nasas Nigrán.

prevé su apertura al público en la Navidad de 2022. Se está levantando en los terrenos de la antigua fábrica de cemento Griffi, en una finca que ocupa una extensión total de 48.400 m<sup>2</sup>, en el polígono Masía d'en Barreres.

Las obras dieron comienzo en noviembre de 2020 y, según sus promotores, acogerá varias marcas, incluyendo supermercados, cadenas de bricolaje y jardinería, grandes tiendas de equipamiento deportivo, distribuidores de electrónica de consumo, etc. El nuevo parque comercial tendrá autorización para abrir todos los días de la semana, de lunes a domingo, con la idea de atraer compradores de otras comarcas.

### NASAS NIGRÁN (GALICIA)

López Real Inversiones 21, la promotora del proyecto de parque comercial Nasas Nigrán, situado en el parque empresarial Porto do Molle (Nigrán, Pontevedra), espera abrir sus puertas en diciembre de 2022. El proyecto, que inició sus obras el pasado 29 de septiembre, cuenta con una inversión de 55 millones de euros y generará 350 empleos directos y 150 indirectos.

La multinacional Decathlon acaba de confirmar la apertura de un nuevo establecimiento en el proyecto, con lo que la comercialización alcanza el 96%

a falta de menos de un año para su inauguración. Según sus responsables, el proyecto “puede presumir de contar con un *mix* comercial único en la región, de primerísimas marcas tanto en *retail* como en ocio y restauración”. Leroy Merlin, Eroski, Jysk, Merkal, Tiendanimal, Joma, Sprinter, Sakito Home, Maxcolchón, KFC, McDonald’s, Diverland, Sprinter o Joma son otras de las marcas que ya ha confirmado su presencia.

Nasas Nigrán ha contado, para su desarrollo y comercialización, con la consultora Wit Retail y para su diseño y concepción, con Cimbra Arquitectos. El parque constará de un conjunto de naves integradas que esperan recibir 5 millones de personas el primer año que, según los estudios económicos, serán 6,5 millones a partir del tercer año.

### OPEN MALL LANZAROTE (ISLAS CANARIAS)

El futuro centro comercial Open Mall Lanzarote, ubicado en Arrecife –más concretamente en la parcela de la antigua conservera Garavilla– y promovido por Parque Islas Canarias, abrirá sus puertas en otoño de 2022.

La superficie comercial será de algo más de 35.000 m<sup>2</sup>. Contará con 92 tiendas y 980 plazas de aparcamiento subterráneo. Y supondrá una inversión de 21 millones de euros.



Render del interior de Open Mall Lanzarote, que espera abrir sus puertas en otoño de este año.

Sus promotores afirman que su ubicación "inmejorable al pie de la Rambla y su innovadora distribución de los espacios, lo convertirán en uno de los mayores reclamos comerciales de Lanzarote. Está siendo comercializado por Archigestión, y aspira a tener un *mix* comercial de moda para todos

los gustos, formado por firmas internacionales y nuevas marcas, además de una amplia oferta gastronómica y actividades de ocio.

El público objetivo está formado por los habitantes de Arrecife (que es el área de influencia principal con un total de 64.645 habitantes) y los municipios limítrofes de San Bartolomé y Teguiise (que cuentan con un total de 41.802 habitantes); permitiendo a Open Mall Lanzarote ser el punto principal de encuentro y compras de aproximadamente 152.289 residentes. El proyecto también abastecerá la demanda de turistas alojados en la zona norte de la isla y Costa Teguiise así como los 520.192 cruceristas que recibe la isla anualmente.



Breogán Park es el primer y único parque comercial de España con la calificación "Excelente" en la certificación de sostenibilidad BREEAM en Construcción.

## PROYECTOS EN MARCHA QUE ABRIRÁN EN 2023

### ■ WAY OURENSE (GALICIA)

El parque comercial que Kronos abrirá en la ciudad gallega en 2023 se llamará Way Ourense, contará con 18.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial y generará un total de 250 empleos directos y 96 indirectos.

Ya han confirmado su presencia operadores como Flipa Jump, Burger King, la gasolinera Zero Gas, Gadis, Joma y Jysk, entre otros de moda, hogar y restauración. WAY está trabajando con WIT Retail como Project manager y con Savills AN en la parte de comercialización.

Con una inversión de 25 millones de euros, Way Ourense "es un proyecto de espacio comercial abierto, donde primará el diseño arquitectónico, la sostenibilidad y la digitalización. Se convertirá en el primer espacio de nueva generación en Ourense que, por su ubicación en San Cribao de Viñas, contará con un área de influencia de más de 229.000 habitantes", según afirman fuentes de la compañía.

### ■ BREGÁN PARK (GALICIA)

Pelayo Capital, el fondo de inversión que llevará a cabo la transformación del antiguo centro comercial Dolce Vita (La Coruña) para convertirlo en un nuevo complejo llamado Breogán Park acaba de obtener la concesión de la licencia municipal de obras tras su aprobación en la Junta de Gobierno Local y espera abrir sus puertas en 2023.

La transformación será total, se invertirán 80 millones de euros para cambiar de uso un edificio que era un centro comercial de 170 locales y convertirlo en un parque comercial de 30 locales de tamaño medio. La nueva infraestructura que se levantará ocupará una superficie de 60.000 m<sup>2</sup>.

La generación de empleo local se estima en más de 2.200 puestos de trabajo durante la fase de construcción y de 1.000 empleos cuando Breogán Park esté en funcionamiento.

### ■ LA FINCA (MADRID)

La Finca Grand Café, el futuro centro comercial de la urbanización más lujosa de Madrid -situada en el municipio de Pozuelo de Alarcón- contará con una SBA de 10.000 m<sup>2</sup> dedicados al comercio y la restauración.

Según ha anunciado la promotora, el centro comercial de La Finca se inaugurará en 2023 con el 100% de su superficie ocupada y su construcción supondrá una inversión total de 40 millones de euros. Asimismo, se esperan unas rentas anuales de cuatro millones y se generarán cerca de 350 empleos directos. El futuro centro comercial dispondrá de tres plantas -la

primera sobre rasante-, además de dos plantas bajo rasante con 400 plazas de garaje.

### ■ WAY CÁCERES (EXTREMADURA)

Kronos comenzará las obras de Way Cáceres en el primer trimestre de 2022 con el objetivo de inaugurar en el primer trimestre de 2023.

Según informa Kronos "se trata de un espacio de nueva generación que apuesta por el diseño, la sostenibilidad y la innovación, en el que cada visitante podrá disfrutar de una experiencia a medida gracias a la completa oferta comercial (moda, deportes, bricolaje) junto con un amplio espacio dedicado al ocio y a la restauración". En este sentido la empresa informa de que "Way Cáceres contará con grandes operadores de ocio con los últimos conceptos de entretenimiento y con las principales cadenas de restauración nacionales, además de la presencia de operadores locales".

Savills Aguirre Newman será la empresa encargada de la gestión de la comercialización de sus 25.000 m<sup>2</sup> de SBA. Entre los *retailers* ya confirmados destaca Decathlon, con una superficie de 3.000 m<sup>2</sup>. ♦

## LOS PARQUES Y LOS CENTROS COMERCIALES EUROPEOS IGUALAN SU RENTABILIDAD POR PRIMERA VEZ

Las rentabilidades de los parques comerciales se sitúan al mismo nivel que la media de los centros comerciales en Europa por primera vez en la historia, según el último informe de Savills Aguirre Newman sobre parques comerciales en

el continente. La *yield* media de parques comerciales se sitúa en el 5,43%, a la par que el rendimiento medio de los centros comerciales, también del 5,43%. Esto se debe a que los inversores apuestan por formatos que se caracterizan

por el valor y la conveniencia, así como por aquellos que pueden dar servicio a las necesidades propias del comercio electrónico.

El incremento anual de la inversión en parques y medianas superficies fue del 29% duran-

te los tres primeros trimestres del año, lo que supone un incremento del 20% sobre la media de los últimos cinco años. En 2021 se han invertido más de 5.100 millones de euros en el sector en nueve países europeos hasta octubre.

### Batex & Duplex adquiere el parque comercial MyO Gandia

Batex & Duplex compra el parque comercial MyO Gandia (Valencia). Con más de 32.600 m<sup>2</sup>, cuenta con operadores como Decathlon, JYSK, Kiwoko, VisionLab, Norauto o Max Colchón, entre otros. Inaugurado en noviembre de 2008, es la zona comercial de referencia para los 200.000 habitantes que conforman la comarca valenciana de la Safor.



El parque comercial MyO Gandia será objeto de un proyecto de ampliación y potenciación de la oferta comercial, de ocio y restauración.

### Family Cash compra a Aliseda Inmobiliaria el centro comercial Abella de Lugo

Family Cash ha adquirido el centro comercial Abella situado en el casco urbano de Lugo. Esta compra se enmarca en la estrategia de la cadena de supermercados de adquirir y relanzar centros comerciales en situaciones complejas, como ha hecho recientemente con el centro comercial Costa Azahar (Benicarló), que se encuentra en plena fase de relanzamiento, o con el centro comercial de Amposta (Tarragona).

El vendedor del activo ha sido Aliseda Inmobiliaria, compañía propietaria del fondo de inversión Blackstone (51% del capital) y Banco Santander (49%), especializada en la gestión y comercialización de activos inmobiliarios, desde viviendas residenciales y suelos a activos comerciales de todo tipo.

Family Cash, tiene prevista la apertura de un hipermercado de 6.000 m<sup>2</sup> como gran generador de tráfico para el relanzamiento del centro.



### El centro comercial Gran Plaza 2 comienza las obras para ampliar su zona de ocio y restauración

El centro comercial Gran Plaza 2, situado en la localidad madrileña de Majadahonda, ampliará su zona de ocio y restauración con unas obras que se prevé que concluyan a principios del año que viene. La LSGIE, propietaria del centro, actuará sobre 15.000 m<sup>2</sup>.

El proyecto, diseñado por el estudio de arquitectura Chapman Taylor, incluye 6 salas de cine de última generación del operador Odeón Multicines (que han sido comercializadas por Quick Expansión) y 13 nuevos locales que configurarán una nueva zona de restauración en la plaza central de su planta alta.

Además, se incorporará una nueva zona exterior, que llevará por nombre 'Los Jardines de Gran Plaza 2' y que contará con terrazas, áreas de descanso, fuentes, un rocódromo y una zona de juegos infantiles con un gran galeón.



Render de cómo será el exterior de Gran Plaza 2 tras las obras de remodelación.

### El parque comercial Vista hermosa inaugura Food Market, construido con contenedores marítimos



El parque comercial Vista hermosa, situado a pocos minutos del centro de Ali-

Nueva zona de restauración del parque comercial Vista hermosa.

cante, ha inaugurado oficialmente Food Market, un nuevo espacio de restauración levantado a partir de cuatro contenedores marítimos reciclados y conectados con una terraza de 200 m<sup>2</sup> semicubierta con una pérgola de madera. El *project management* ha corrido a cargo de Optima Project.

Vista hermosa, propiedad de Lar España, está gestionado por Grupo Lar a través de Gentalia. Tiene una superficie de 35.000 m<sup>2</sup> y su área de influencia incluye al medio millón de alicantinos que vive a menos de doce minutos de distancia.