

TRES MESES DESPUÉS DE LA REAPERTURA, LOS CENTROS COMERCIALES LOGRAN ACUERDOS CON EL 77% DE SUS INQUILINOS

Las negociaciones entre propietarios de centros comerciales y arrendatarios siguen adelante. A finales de septiembre se habían alcanzado, de media, acuerdos con el 77% de los inquilinos de centros comerciales, según los principales propietarios de estas grandes superficies, que además cifran en más de 30 millones de euros la inversión en medidas para ofrecer una experiencia de compra segura en sus centros, según informan en un comunicado conjunto.

En una nota firmada por Merlin Properties, Unibail Rodamco Westfield, Klepierre, Lar España Real Estate, Carmila, Castellana Properties, Eurofund, Neinver, Nuveen Real Estate, Harbert Management Corporation, DWS, Sonae Sierra y Vía Outlets, señalan que "los propietarios han llevado a cabo distintas negociaciones tanto con grandes



La industria ha invertido más de 30 millones de euros en medidas sanitarias y de seguridad.

operadores como con multitud de pequeñas y medianas empresas ofreciendo condiciones favorables para ambas partes y llegando a distintos acuerdos para que los negocios puedan adaptarse a la situación actual".

Los propietarios de centros comerciales destacan su esfuerzo por implementar "todos los protocolos necesarios para que la vuelta a la actividad fuera completamente segura, siguiendo

rigurosas medidas de higiene y seguridad", incluso certificando estas medidas a través de distintas entidades como Bureau Veritas y SGS, entre otras.

"Para avanzar hacia la recuperación del sector, desde el inicio de la pandemia los propietarios de centros y parques comerciales han mostrado su compromiso con la actividad comercial yendo más allá de lo dispuesto en las normativas

de urgencia aprobadas por el Gobierno y tratando de contribuir a la salvación del tejido empresarial y de los puestos de trabajo existentes en el sector", subrayan estas firmas, que recuerdan que los centros y parques comerciales contribuyen, directa e indirectamente, a la generación de más de 740.000 empleos y "representan también un elemento tractor determinante para la actividad económica".

MIGUEL PEREDA

CEO Manager externo de Lar España.

“Lar ha renegociado en sus centros comerciales 800 alquileres” P8

“Lar España ha renegociado en sus centros comerciales 800 alquileres”

ENTREVISTA MIGUEL PEREDA CEO Manager externo de Lar España / El máximo responsable de la Socimi no cree que haya “ajustes relevantes” en la valoración de sus activos y destaca su “posición de caja saneada”.

Rebeca Arroyo, Madrid
El Covid se ha convertido en un termómetro del éxito de un centro comercial y de la opinión de los clientes. Así lo cree Miguel Pereda, consejero de Lar España y copresidente de Grupo Lar, gestor de la Socimi y uno de los máximos accionistas de la empresa con un 11,5% del capital solo por detrás de Pimco (20%). “Que hubiera miedo a volver era algo que nos preocupaba en abril pero los datos demuestran que el cliente percibe nuestros activos como lugares seguros”, indica Pereda en una entrevista a EXPANSIÓN.

El directivo explica que en la última semana se han recuperado un 95% de las visitas pre-Covid en datos comparables, algo por encima, incluso, si se tiene en cuenta Lagoh, el buque insignia de la Socimi ubicado en Sevilla y abierto desde hace un año. “En el cómputo global –debido a la etapa en la que sí se produjo un retroceso gigantesco de las visitas tras el confinamiento de los meses de marzo, abril y mayo– la caída en visitas respecto al año anterior rondará el 20%”, señala.

En este sentido, Pereda recuerda que algunos segmentos, como alimentación y hogar, han tenido un mejor comportamiento, frente a otros, como el de entretenimiento y ocio, que han sufrido más por el Covid. “Hay gran expectativa por ver cómo se van a comportar las ventas durante el Black Friday y Navidad –la gran campaña para los comerciantes–. Si se produce una cierta normalización de la situación sanitaria será un dato muy relevante para el conjunto del año. La venta no producida no se va a recuperar pero no somos nada pesimistas con lo que queda de año”, adelanta.

Recuperación de ventas

Además de la recuperación de afluencias y ventas, uno de los focos de la Socimi durante estos meses ha recaído en las negociaciones con los inquilinos. Según los datos que facilitó la compañía para el conjunto del año, el impacto de las bonificaciones a los clientes en su cuenta de resultados será inferior al 3%. “Desde julio nos hemos centrado en ce-



Miguel Pereda, consejero y CEO manager externo de Lar España y copresidente de Grupo Lar.

“Una ventaja de un balance sólido es que no hay urgencia y no se va a vender aquello que el mercado no paga bien”

rrar los detalles y formalizar casi 800 negociaciones. Esperamos acabar octubre con más de un 85% de los acuerdos firmados”, indica.

Según el consejero de Lar, para alcanzar acuerdos es importante considerar la situación de la que parten los inquilinos: “No vale el café para todos”, aclara.

Pereda apostilla, además, que el número de bajas es anecdótico. “Algunas se producirán porque no todos tienen estructura financiera para aguantar un valle de actividad como el del Covid”.

Con 15 centros y parques comerciales, la Socimi cuenta con una capitalización de 304 millones, un tercio del valor liquidativo de los activos (NAV) de 905 millones. “El retail ya venía castigado por el mantra del comercio electrónico y el efecto contagio de mercados como Reino Unido

“Ningún accionista de Lar está contento con su valor en Bolsa, pero no tienen prisa por salir de la compañía”

y Estados Unidos, que no son comparables con España por densidad comercial, por el tipo de comerciante que está en los centros y por la antigüedad del parque. Cuando llegó el Covid llovía sobre mojado en el sector”, explica.

Pereda es categórico y advierte de que pese a que “no hay inversor de Lar España que esté contento” con el comportamiento en Bolsa de la compañía, los accionistas no tienen “prisa” por salir, ya que conocen el valor intrínseco de la compañía.

En concreto, para Grupo Lar –compañía inmobiliaria que copeside– Lar España es una apuesta estratégica en centros comerciales. “Creemos que hemos conseguido un mercado difícilmente replicable. Nuestro proyecto no pasa por vender y estamos encantados con la compañía”.

Pereda destaca el “balance

“Los datos demuestran que el cliente no tiene miedo a acudir a los centros comerciales pese al Covid”

sólido y la posición de caja saneada” de la Socimi y considera que esta situación es la “mejor medicina” para aportar tranquilidad al accionista.

En cuanto a una posible opa sobre Lar España o a la entrada de nuevos accionistas aprovechando el sustancial descuento sobre NAV al que cotiza, Pereda se limita a señalar que Lar España es una cotizada y “el capital rota”.

“¿Puede haber la tentación de comprar acciones porque la compañía está barata? Esperemos que sí, pero no es algo que nos preocupe especialmente. Nosotros vamos por el mundo diciendo que la compañía es atractiva y estamos baratos así que si lo piensa otro, fenomenal. Creemos que el mercado por razones exógenas no refleja el valor real de los activos que gestionamos”.

El directivo recuerda que

Lar España tuvo la “suerte” de que el pasado mes de marzo, cuando estalló la pandemia, no tenía promociones en marcha y habían culminado con sus planes de desinversión. “La promoción ahora hay que mirarla con más cuidado que hace doce meses. En algunas ocasiones es una gran fuente de valor, lo hemos demostrado en el pasado, pero en momentos de zozobra tiene un riesgo añadido porque no genera ingresos, dependes de que el comerciante quiera venir a tu centro y la competencia entre activos existentes es más dura”.

Venta de activos

En cuanto a la rotación de la cartera de retail, Lar España analiza desprenderse de “un par de activos” que cree que el mercado puede “acoger bien”. “Una ventaja de un balance sólido es que no hay urgencia y no se va a vender aquello que el mercado no paga bien”, apostilla.

Una eventual desinversión permitiría a Lar “fortalecer aún más el balance y conseguir una posición de caja más saneada para estar más tranquilos”, mantener un *Loan To Value* (relación entre el valor de un crédito hipotecario y el bien hipotecado) del 40% o inferior, y emprender nuevas compras “cuando la situación se tranquilice”. “Ahora no toca comprar. Es necesario que la volatilidad del mercado baje y la visibilidad sea mayor”, añade.

En cuanto al deterioro en la valoración de activos por el Covid, Pereda considera que no hay razones para que se produzcan “ajustes relevantes” si la situación se mantiene, pero reconoce que el impacto de una caída del valor en los resultados “es alto”.

Pese al cierre de gran parte de la superficie de sus centros comerciales durante el estado de alarma, Lar España elevó al cierre del primer semestre sus ingresos un 24,4%, hasta 47,9 millones, gracias al empuje de Lagoh, pero registró una pérdida neta de 28,7 millones, frente a las ganancias de 28,6 millones de un año antes, por el impacto de la crisis en el valor de sus quince centros y parques comerciales, que se redujo un 2,9% en los seis primeros meses del año.