

## BOLSA

# El sector inmobiliario vive el mejor arranque de año desde 2001

G. SANTAMARINA  
Madrid

El Ibex 35 cerró enero con una revalorización del 9%, desde los 8.300 hasta los 9.030 puntos, el mejor comienzo del índice patrio desde 2001 y uno de los mejores comportamientos a nivel europeo, solo vencido por el índice italiano. El sector inmobiliario, aupado por el buen comportamiento de los índices en enero y febrero, también ha subido en bolsa. En Estados Unidos, el índice iShares U-S. Real Estate sube en lo que va de año un 7,5%.

José Ramón Iturriaga, socio y gestor de fondos en Abante, explica la situación del inmobiliario cotizado español: «La forma más barata de comprar ladrillo es la bolsa porque lo estás haciendo a unos descuentos que no están justificados y son consecuencia de una pasada de frenada del mercado». Considera que «si buscas un piso y tratas de ponerlo en rentabilidad, no vas a obtener por dividiendo lo que ofrecen algunas de las grandes compañías, como Aedas Homes o Lar España».

En el sector inmobiliario ha habido grandes revalorizaciones en este principio de año. La mayor la de Arima Real Estate, la compañía dirigida por los fundadores de la extinta Axiare. Iturriaga cree que hay que esperar a la estabilidad de los tipos para que las inmobiliarias suban en bolsa. ■

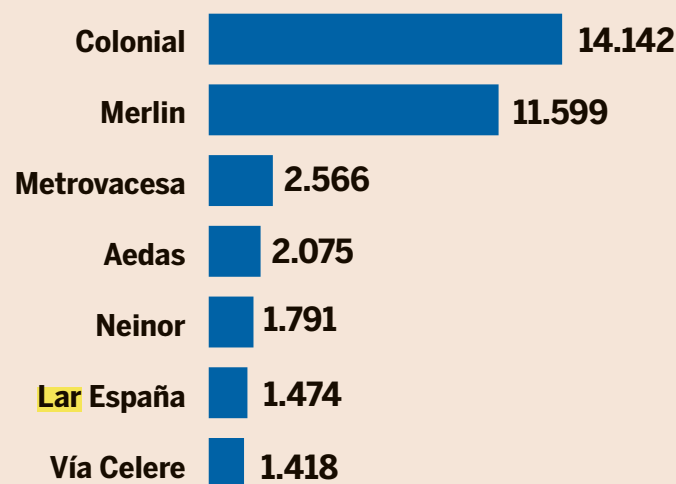
# Así encaran las inmobiliarias el cambio de ciclo

Las Socimis Merlin, Colonial y Lar junto con las promotoras Aedas, Metrovacesa, Vía Célere y Neinor están bien preparadas financieramente para hacer frente al cambio de ciclo que comienza a producirse. Todas ellas suman una deuda de 11.000 millones y unos activos de 35.000 millones, lo que supone un nivel de apalancamiento reducido. [P3-4/LA LLAVE](#)

■ **Cuentan con unos activos de 35.000 millones y una deuda de 11.000 millones**

## > VALOR DE LOS ACTIVOS DEL SECTOR

Datos a 30 sep. 2022, en millones de euros.



# Las inmobiliarias encaran el cambio de ciclo con 11.000 millones de deuda

**SUBIDA DE TIPOS Y DESACELERACIÓN/** Las Socimis Merlin, Colonial y Lar, junto con las promotoras Aedas, Metrovacesa, Neinor y Vía Célere, suman 35.000 millones en activos y un apalancamiento controlado.

**Rebeca Arroyo, Madrid**  
La desaceleración del mercado inmobiliario por la subida de los tipos de interés, que mostró sus primeros signos tras la vuelta de verano y que se alargará previsiblemente durante 2023, ha pillado a las grandes Socimis y promotoras con los deberes hechos en materia de financiación. Las grandes Socimis cotizadas, Merlin, Colonial, Lar España, junto con las promotoras Metrovacesa, Aedas, Neinor y Vía Célere se enfrentan al cambio de ciclo con algo más de 11.000 millones de euros de deuda y un valor de activos superior a los 35.000 millones, lo que supone un nivel de apalancamiento reducido.

Una de las más aplicadas a la hora de mantener unos ratios financieros sostenibles ha sido Merlin. La compañía liderada por Ismael Clemente, contaba a cierre de septiembre —últimas cifras disponibles— con una deuda financiera neta de 3.694 millones, una liquidez de 1.294 millones y un *loan to value* (nivel de deuda frente al valor de activos) del 31%, inferior al de otras Socimis y 821 puntos básicos menos que en 2021.

Hasta septiembre la compañía había repagado 2.100 millones de deuda bruta con caja disponible gracias, sobre todo, a la inyección generada con la venta de sucursales a BBVA (cartera Tree) por 1.987 millones, operación cerrada en junio, que le permitió además el pago a los accionistas de un dividendo extraordinario de 350 millones.

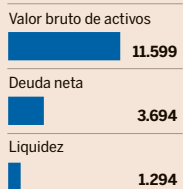
**Cubren deuda a tipos fijos**  
La otra gran Socimi cotizada se mueve en unos ratios algo superiores. Colonial contaba a cierre de septiembre con una deuda neta de 5.356 millones y un *loan to value* del 37,9%. Comparado con diciembre de 2021 la deuda de Colonial era un 14% superior pero también lo es el valor de su cartera, con 14.142 millones de euros (incluyendo costes de transacción) frente a los 13.189 millones de 2021. La liquidez del grupo a septiembre de 2022 asciende a



Ismael Clemente es el CEO de Merlin.

## MERLIN

Mill. €. 30 SEP 2022.



**Nivel apalancamiento: 31%**

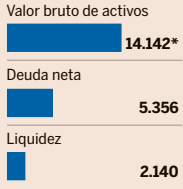
Expansión Fuente: La propia empresa



Pere Viñolas, consejero delegado de Colonial.

## COLONIAL

Mill. €. 30 SEP 2022.



**Nivel apalancamiento: 37,9%\***

\*Incluyendo costes de transacción.

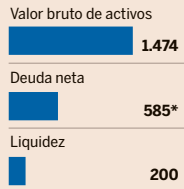
Expansión Fuente: La propia empresa



Miguel Pereda, consejero de Lar España.

## LAR ESPAÑA

Mill. €. 30 SEP 2022.



**Nivel apalancamiento: 38,9%**

\*Informe semestral.

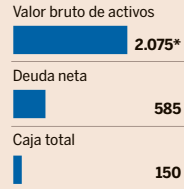
Expansión Fuente: La propia empresa



David Martínez, CEO de Aedas Homes.

## AEDAS

Mill. €. 31 DIC 2022.



**Nivel apalancamiento: 25,4%**

\*Informe semestral.

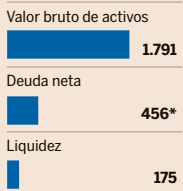
Expansión Fuente: La propia empresa



Borja García-Egotxeaga, CEO de Neinor Homes.

## NEINOR

Mill. €. 30 SEP 2022.



**Nivel apalancamiento: 25%**

\*Incluyendo pago de dividendo anunciado de 50 mill.

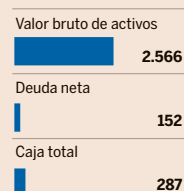
Expansión Fuente: La propia empresa



Jorge Pérez de Leza, consejero delegado de Metrovacesa.

## METROVACESA

Mill. €. 30 SEP 2022.



**Nivel apalancamiento: 5,9%**

Expansión Fuente: La propia empresa

2.140 millones entre caja y líneas de crédito, hecho que le permite cubrir todos sus vencimientos hasta 2026. En su presentación de resultados Colonial destaca que el 83% de la deuda dispuesta está cubierta ante subidas de tipo de interés.

Lar España, especializada

en centros comerciales y cotizada en el Mercado Continuo, contaba según su infor-

**Merlin y Colonial suman 3.400 millones de liquidez y cubren su deuda ante la subida de tipos**

me semestral con una deuda neta a cierre de junio de 585 millones, ligeramente supe-

**Lar amortiza bonos por 110 millones en enero y reduce su apalancamiento corporativo un 14%**

rior a los 579 millones de cierre de 2021. El nivel de apalancamiento a septiembre estaba en el 38,9%.

La Socimi comunicó al mercado el pasado mes de enero la recompra de deuda por un total nominal de 110 millones procedente de dos emisiones de bonos verdes,

## LIQUIDEZ

Merlin, Colonial y Lar suman 3.600 millones en liquidez a septiembre y Neinor, Metrovacesa y Aedas disponen de 600 millones en caja.

**Neinor y Aedas suben un 24% su deuda desde 2021 con un 'loan to value' del 25%**

lo que le permite reducir su apalancamiento corporativo en un 14%, hasta los 660 millones de euros, y colocar el endeudamiento neto en el 37,6%. Tras esta operación, que se abona íntegramente con la caja de la compañía, la liquidez de Lar se mantendrá por encima de 100 millones de euros, explicó entonces la Socimi.

Las promotoras también se enfrentan a un contexto financiero más complicado con niveles de apalancamiento sostenibles del 25% en el caso de Neinor y Aedas; del 14% en Vía Célere e, incluso inferior, con menos del 6% en Metrovacesa. Como garantía del cumplimiento de sus planes a medio plazo, y a pesar de la coyuntura actual, el nivel de cobertura de entregas para los próximos años ofrece a estas empresas una amplia visibilidad para los próximos ejercicios.

## Velocidad de crucero

Aedas, que presentó la semana pasada las cifras de los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal 2022-2023, contaba a cierre de diciembre con una deuda financiera neta de 585 millones de euros, esto supone 121 millones de euros más respecto a diciembre de 2021, y un *loan to value* del 25,4%. El incremento de su deuda en el periodo responde a un mayor volumen de promociones en construcción y a la puesta en carga de más viviendas.

La empresa participada por Castlelake disponía a finales del pasado año de 150 millones en tesorería y 30 millones de líneas *revolving* disponibles.

La deuda neta ajustada de Neinor a 30 de septiembre alcanzaba los 456 millones de euros, lo que supone un 40% más frente a los 326 millones de junio y un 20% más respecto a los 377 millones de fi-

> Pasa a pag. siguiente



José Ignacio Morales es el consejero delegado de Vía Célere.

< Viene de pág. anterior

nales de 2021. La compañía explica que este aumento responde a las inversiones en suelo generadas y al pago del dividendo anunciado de 50 millones.

Neinor afronta este año con una posición de caja total de 250 millones (cifra prevista para cierre de 2022 anunciada en sus últimas cuentas), sin necesidades de refinanciación y protegida ante la subida de los costes de financiación hasta 2026.

Tanto Aedas como Neinor avanzan a velocidad de crucero en lo que a entregas e ingresos se refiere a la espera de ver cómo evoluciona el ritmo de comercialización y venta en los próximos meses. Aedas prevé entregar en su ejercicio fiscal 2022-2023 (abril 2022 a marzo de 2023) unas 2.600 viviendas y generar unos ingresos de más de 900 millones, mientras que Neinor espera unos ingresos superiores a los 750 millones en 2022 tras entregar 2.743 viviendas en el año.

#### Dividendos

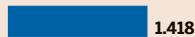
La otra promotora cotizada, Metrovacesa, destaca por contar unos niveles de deuda muy bajos. Controlada por Santander, el magnate mexicano Carlos Slim y BBVA, la compañía cerró el pasado mes de septiembre con una deuda financiera neta de 152 millones y un *loan to value* del 5,9%, inferior a los niveles de deuda de cierre del pasado año (162 millones a diciembre de 2021). En sus resultados del tercer trimestre Metrovacesa explicaba que su posición de caja de 287 millones de euros es equivalente al 56% de los ingresos anualizados, "significativamente por encima de las necesidades recurrentes del

**Aedas, Neinor, Metrovacesa y Vía Célere entregarán hasta 9.300 pisos en su ejercicio 2022**

## VÍA CELERE

Mill. €. 30 SEP 2022.

Valor bruto de activos



Deuda neta



Liquidez



Nivel apalancamiento: 13,7%

Expansión Fuente: La propia empresa

## Metrovacesa pagó 159 millones de dividendo a cierre de 2022 y subió al 12% su apalancamiento

negocio".

Este reducido nivel de apalancamiento ha llevado a la compañía a pagar en diciembre un dividendo de 1,05 euros por acción (159 millones de euros), el mayor desde su salida a Bolsa en 2018. Pese al aumento de la retribución al accionista Metrovacesa mantendrá un apalancamiento por debajo del de sus rivales en España y Europa, con un *loan to value* del 12% tras el pago del dividendo.

Metrovacesa entregó 1.327 unidades de enero a septiembre, acercándose así a su objetivo de moverse en una horquilla de entre 1.600 y 2.000 viviendas entregadas en 2022, un volumen que espera mantener asimismo este año.

Vía Célere también ha sido rigurosa en la contención de su endeudamiento. A cierre de septiembre la deuda neta de la promotora ascendía a 194 millones, con un *loan to value* del 13,7%, frente a los 179 millones de diciembre de 2021.

En sus cuentas la promotora apunta que no hay vencimientos de deuda relevantes hasta 2026, ya que los préstamos de desarrollo se pagan en el momento de la entrega, y asegura que su posición de liquidez es sólida, con una caja de hasta 250 millones y líneas de crédito no dispuestas.

La promotora controlada por el fondo estadounidense Vårde, y única del cuarteto que no cotiza en Bolsa, entregó de enero a septiembre del pasado año un total de 1.197 viviendas. Para el conjunto del ejercicio 2022 sus previsiones de entrega están entre las 1.600 y 2.000 unidades.

## La Llave

### Las inmobiliarias vigilan su endeudamiento

En el sector inmobiliario el indicador de endeudamiento más utilizado es el que mide el importe de la deuda frente al valor bruto de los activos (ratio *loan to value*, LTV, en la terminología sectorial). La parte del denominador, esto es, el valor bruto de los activos, se prevé que caiga, dado que la subida de tipos de interés exige una mayor tasa para descontar los flujos futuros, resultando en descenso de valoraciones por parte de las firmas valoradoras. Pero a pesar de ello la foto del sector inmobiliario español en esta ratio clave es buena, tanto entre las empresas patrimoniales como en las promotoras, evidenciando una estrategia financiera prudente que ha huido claramente de los excesos de la crisis de 2008. Según el análisis realizado por EXPANSIÓN, a septiembre pasado el top 7 formado por tres Socimis patrimoniales (Merlin, Colonial y Lar España) y cuatro promotoras (Metrovacesa, Aedas, Neinor y Vía Célere) tenía deuda neta de 11.000 millones frente a un valor de activos de 35.000 millones, que supone una ratio LTV del 31%, muy razonable en una foto estática. Ello se complementa con unos programas de amortización de principal bien repartidos en el tiempo y un alto porcentaje de deuda a tipo fijo, traducándose en una buena foto dinámica, permitiendo al sector afrontar la actual coyuntura desde una posición

cómoda. El apalancamiento es mayor en las patrimoniales que en las promotoras, evidenciando el menor riesgo de las primeras. Merlin destaca con el 31% pero también son buenos indicadores los de Colonial y Lar España, del 37,9% y del 38,9% respectivamente. En las promotoras, el rango va desde el 5,9% de Metrovacesa al 25% de Neinor y Aedas, con Vía Célere en un punto medio del 13,7%. Tanto las patrimoniales como las promotoras están por el momento cómodas en sus posiciones relativas de deuda, las primeras apoyadas en altos índices de ocupación, y las segundas en la buena visibilidad de los flujos de caja a partir de preventas y entregas previstas.

drían circular por una parte del trazado que discurre por Asturias y Cantabria al tener gálibo (altura y anchura) mayor que el de los túneles de una infraestructura del siglo pasado. El error de medición en la licitación lanzada por Renfe en 2019 no es admisible, pero lo realmente grave es la inacción de la compañía dependiente del Ministerio de Transportes para enmendar a tiempo el fallo de base. Se detectó a comienzos de 2021 y fue ayer cuando la ministra Raquel Sánchez planteó remedios paliativos para los usuarios cántabros y asturianos con un evidente sesgo electoral al proponer la gratuidad del servicio y ampliar el pedido de 31 a 38 unidades. Es un sobrecoste que el Gobierno intentó esconder detrás del cese de cargos irrelevantes en Renfe y en Adif. El Gobierno no ha podido contener la marea de críticas en un momento clave electoralmente, a la que ayer trató de hacer frente con el cese de Isabel Pardo, número dos del Ministerio tras su paso por la presidencia de Adif, e Isaías Táboas, presidente de Renfe.

### Ceses por los errores en Renfe

El enfado público de Miguel Ángel Revilla, presidente de Cantabria, exigiendo responsabilidades en el Ministerio de Transportes por los retrasos en la entrega de los trenes de vía estrecha que Renfe encargó a CAF en 2020, llevó a la escena nacional un escándalo que se estaba discutiendo en el ámbito local y que se detectó hace tiempo. A comienzos de 2021, CAF ya advirtió a los responsables de Renfe de que, con los planos entregados, los trenes no po-

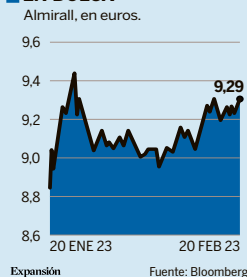
### Meta explora la vía de las suscripciones

Mark Zuckerberg, consejero delegado de Meta, explora nuevas vías de ingresos que complementen el modelo de negocio publicitario de la compañía en un momento marcado por la caída de la facturación. Siguiendo la estela de otras redes sociales como Twitter y Snapchat, la multinacional tecnológica tatea las oportunidades que ofrece el modelo de negocio de las suscripciones digitales. Concretamente, Meta ha anunciado el lanzamiento de su primer servicio de pago para usuarios de Facebook e Instagram. Por una tarifa mensual que partirá de los 12 dólares, la suscripción permitirá acreditar la identidad del usuario, proteger la cuenta de posibles suplantaciones y mejorar la visibilidad para llegar a más audiencia. No es, por tanto, una suscripción diseñada para atraer al público en general, sino a perfiles específicos, sobre todo los creadores de contenido y los *influencers*. Meta espera lanzar globalmente el servicio tras un periodo de pruebas que arranca esta semana en Australia y Nueva Zelanda. Mark Zuckerberg emula así a Elon Musk, dueño de Twitter, que en diciembre también lanzó un servicio de pago que, entre otras cosas, incluye la marca de verificación. Tras casi dos décadas en las que la consigna en las redes sociales ha sido el todo gratis –gracias a la venta de publicidad segmentada a partir de la información que recopilan del usuario– las empresas empiezan a sondear si estos estarían dispuestos a pagar por algunos servicios.

### Las cuentas de Almirall gustan al mercado

La cotización de Almirall es muy sensible a las presentaciones de resultados y ayer volvió a cumplir el ritual subiendo un 6,3% tras dar a conocer las cifras de 2022, cuya lectura positiva es que se encuadrarán en la guía adelantada. Las estimaciones para 2023 son relativamente modestas a nivel ebitda, con una previsión de 172 millones en el punto medio del rango, que supondría una caída del 13% sobre 2022, y que compara con el máximo histórico de 304 millones de 2019. Almirall mantiene un balance poco apalancado (deuda neta de 168 millones, equivalente a 0,8 veces el ebitda), con espacio, según la compañía, para un crecimiento inorgánico oportunista; pero el reto a corto plazo es la mejora de resultados, dado que el beneficio neto ajustado cayó un 59% hasta 33 millones, sobre ingresos de 863 millones. Almirall está especializada en el tratamiento de enfermedades de la piel y estima que es la primera compañía de medicamentos dermatológicos de prescripción en Alemania, la tercera en Europa y la cuarta en

#### EN BOLSA



EEUU, en un mercado valorado en torno a 20.000 millones. El grupo informó ayer de la paralización de la búsqueda de un nuevo CEO, por lo que el presidente del grupo, Carlos Gallardo Piqué, continuará en la posición, aunque se creará un nuevo comité de gobernanza "para controlar y equilibrar la posición del presidente-CEO". Almirall capitaliza 1.680 millones. La cotización ha caído un 19% en los últimos doce meses.



## Los 20 pagos más atractivos de la bolsa española

Estimaciones de retribución al accionista

EMPRESA	RENT. DIVID. (%)		DIVIDENDO POR ACCIÓN (EUROS)		RECOM.
	2023	2024	2023	2024	
Aedas Homes	14,3	12,9	2,08	2,08	C
Metrovacesa	13,4	15,4	0,94	0,94	M
Atresmedia	11,0	10,8	0,38	0,38	M
Enagás	10,1	10,0	1,70	1,70	V
Lar España	9,4	9,7	0,45	0,45	C
Clinica Baviera	7,9	7,7	1,47	1,47	C
Telefónica	7,8	7,8	0,29	0,29	M
Mapfre	7,5	7,8	0,15	0,15	M
ACS	7,3	7,5	1,98	1,98	M
BBVA	7,2	7,2	0,50	0,50	M
Logista	6,6	7,1	1,64	1,64	C
CaixaBank	6,5	7,0	0,26	0,26	C
Redeia	6,2	5,1	1,00	1,00	M
Unicaja	6,1	6,9	0,07	0,07	M
Linea Directa	6,0	7,4	0,06	0,06	M
Banco SAbadell	5,8	6,3	0,07	0,07	C
Acerinox	5,8	5,7	0,58	0,58	C
Endesa	5,7	6,1	1,09	1,09	C
Prosegur	5,6	6,6	0,12	0,12	M
Neinor Homes	5,4	5,6	0,53	0,53	M

Recomendación del consenso de mercado: C Comprar M Mantener V Vender

Fuente: FactSet.

elEconomista

# Pagos de más del 11%: Aedas, Metrovacesa y Atresmedia

### Cae la rentabilidad por dividendo de estos valores tras los retornos históricos de 2022, pero sigue siendo de doble dígito

**Cristina Cándido** MADRID.

Pese a la subida de casi el 13% que se anota el Ibex 35 en lo que llevamos de 2023, el índice español se mantiene como el segundo índice en rentabilidad por dividendo del continente, con un 3,44%, solo superado por el *Footsie* milanés, que alcanza un retorno de su retribución al accionista del 4,23%.

Sin embargo, hay que mirar más allá del selectivo nacional para encontrar las retribuciones más elevadas de la bolsa española. Se trata de Aedas Homes, Metrovacesa y Atresmedia, para las que tras un ejercicio en el que se alcanzaron retornos históricos en el entorno del 15%, el consenso de FactSet estima para este año rentabilidades por dividendo inferiores aunque continúan por encima del 11%.

De hecho, hay que bajar hasta la cuarta posición para encontrar al primer miembro del Ibex, Enagás –con retornos del 10% para 2023 y 2014– y hasta el séptimo para hallar al siguiente; Telefónica, con un 7,8% (ver gráfico).

#### Los pagos más atractivos

Aedas, que sigue siendo uno de los referentes en materia de dividendos, debe el 14,3% de rentabilidad prevista en parte al desplome del

40% de sus títulos desde los máximos que se alcanzaron el año pasado al que también acompaña la mejor recomendación de este podio, con un *cartel* de comprar. Con cargo a su ejercicio 2021/2022, la promotora abonó 2,16 euros por acción, sin embargo, de cara a 2023 la previsión cae hasta los 2,08 euros y para 2024, por debajo de los 2 euros.

El segundo pago más rentable previsto para este año es el de Metrovacesa, con un 13,4%. La promo-

**Enagás, en cuarta posición, es la rentabilidad por dividendo más alta del Ibex 35**

tora cuenta con un breve historial de pagos a sus espaldas en su nueva etapa como cotizada. Desde 2019 ha premiado cuatro veces a sus accionistas, pero han sido suficientes para ganarse un puesto en este podio. La compañía, que desde el 1 de enero se anota alzas del 10%, sorprendió al mercado en octubre del año pasado con el anuncio de un dividendo de 1,05 euros por acción, la cifra más elevada desde su sali-

da a bolsa en 2018. Esta cuantía caerá, a ojos del consenso, por debajo de un euro bruto por acción este ejercicio. De cara a 2024, la rentabilidad de sus pagos superará el 15%, según las previsiones, y será la más elevada de la bolsa española.

La tercera posición es para Atresmedia, que suma en bolsa un 8% en el año. La compañía no es sólo líder indiscutible en retribución al accionista de su sector en España, sino que, con una rentabilidad por dividendo estimada del 11% para este año y el siguiente, se afianza en el tercer puesto del parque español. Los analistas esperan que su dividendo se mantenga estable, en el entorno de 38 céntimos a tenor de un beneficio que rondará los 108 millones de euros, muy similar al que cerró en 2021.

En la última década el grupo ha batido con creces a su principal rival, Mediaset –cuyo último abono corrió por cuenta del ejercicio 2018 y está en vías de ser absorbida por su matriz italiana–. En la última década el volumen de dividendos pagado por la cadena propietaria de Antena 3 o La Sexta asciende a 776.814 millones, casi un 13% más que Mediaset. En su historia como cotizada esta cuantía se acerca a los 2,5 billones, de los cuales, 1.700 millones han ido a parar a Planeta.

## Más de 200 personas colaboran en la campaña de donación de sangre organizada por Lagoh en Sevilla

original



- JUAN CARLOS GRANDE-LAGOH

SEVILLA, 20 Feb. (EUROPA PRESS) -

El complejo comercial y de ocio **Lagoh**, propiedad de Lar España Real Estate Socimi y gestionado por Grupo Lar a través de Gentalia, ha conseguido una elevada participación en su tradicional campaña de donación de sangre con ocasión de San Valentín, celebrada entre los días 14 y 15 de febrero.

Los datos aportados recientemente por el Centro de Transfusión de Sangre de Sevilla han vuelto a demostrar una "gran respuesta solidaria" por parte de los visitantes del complejo comercial sevillano, que esta vez ha ascendido a 205 participantes. De todos ellos, se han podido finalmente realizar un total de 170 donaciones. Además, entre los participantes de esta campaña se han registrado 56 nuevos donantes, según informa en una nota de prensa.

Unas cifras que demuestran el "gran espíritu de ayuda" por parte de los donantes, además de confirmar que dichas acciones "no son puntuales", sino que muchos y muchas donantes repiten en su acción solidaria.

Desde el complejo comercial **Lagoh** se manda de nuevo un mensaje de agradecimiento, tanto a los clientes como a los trabajadores del centro, que un año más han aportado "su granito de arena" para un acto solidario que presta un "gran servicio a la sanidad pública de Sevilla".

En este sentido, el director gerente de **Lagoh**, Carlos Fita, ha querido agradecer un año más la "gran participación registrada durante ambas jornadas", tanto el día 14 como el 15 de febrero. "Quiero dar las gracias personalmente a todas esas personas que, de forma totalmente altruista, han donado parte de su sangre para ayudar a los demás. No me sorprende esta gran afluencia de donantes, ya que este espíritu solidario no ha faltado jamás en las campañas que hemos organizado anteriormente. Estas bolsas de vida son el mayor regalo que podemos hacer a todas aquellas personas que lo puedan necesitar".

## NUEVA CAMPAÑA PREVISTA PARA EL VERANO

Los buenos datos registrados en esta campaña y la gran solidaridad recibida han hecho posible que el Centro de Transfusión de Sangre de Sevilla haya propuesto a **Lagoh** una próxima colaboración. Se trataría de una nueva campaña de donación de sangre durante el verano, entre los días 6 y 7 de julio.

"Unas fechas de gran importancia porque coinciden con un periodo donde la necesidad de bolsas de sangre es alta, y los centros donde las personas suelen ir para realizar las donaciones no están abiertos --universidades, centros escolares o asociaciones--.



## Especial Tendencias 2023: Grupo **LAR**

Ante un contexto tecnológico y de mercado en constante evolución, la omnicanalidad se presenta como una oportunidad dorada para los centros comerciales. Durante el 2022, el sector retail ha continuado demostrando su resiliencia. De hecho, en los nueve primeros meses de 2022, el centro comercial As Termas ha conseguido incrementar las ventas finales de manera significativa frente a los datos de 2019, antes de que comenzara la pandemia.

original

Por Esteban Patiño, director de As Termas.



## Resiliencia y adaptación, claves de éxito.

Ante un contexto tecnológico y de mercado en constante evolución, la omnicanalidad se presenta como una oportunidad dorada para los centros comerciales.

Durante el 2022, el sector *retail* ha continuado demostrando su resiliencia. De hecho, en los nueve primeros meses de 2022, el centro comercial As Termas ha conseguido incrementar las ventas finales de manera significativa frente a los datos de 2019, antes de que comenzara la pandemia. Esto ha sido posible gracias a la capacidad de adaptación a las nuevas necesidades y tendencias de consumo.

La modernización ha sido un factor clave que ha permitido reforzar el sector *retail*.

La transición a un modelo híbrido omnicanal es inevitable y desde el sector *retail* hemos tenido que adaptarnos y explotar las oportunidades que nos ofrecía este nuevo contexto. Ejemplo de ello son los nuevos formatos *Click&Collect* o los *marketplaces*, que permiten convertir los centros y parques comerciales en puntos de entrega de última milla. Asimismo, las plataformas de venta omnicanal, como *Click & Shop*, puesta en marcha en nuestro centro comercial As Termas, permiten llevar la oferta del centro más allá del entorno físico a través de un nuevo canal de tráfico como WhatsApp. Este tipo de iniciativas se posicionan como un medio de potenciar visitas y ventas para nuestros inquilinos. A lo largo de 2022 este tipo de formatos han ido tomando protagonismo y lo seguiremos viendo de cara a 2023.

Adaptarse es el mejor camino hacia el éxito.

Se puede leer en Hi Retail, [número](#) de diciembre, página 23.

## Especial Tendencias 2023: Grupo LAR

Por Sergio García, director de Retail de Grupo Lar y responsable del portfolio de Lar España. El sector retail aboga por una redefinición de los espacios comerciales con el foco en la experiencia del cliente y la compatibilidad de lo físico y lo digital. Los últimos años han supuesto todo un reto para el sector retail.

[original](#)

*Por Sergio García, director de Retail de Grupo Lar y responsable del portfolio de Lar España.*





## Hacia el centro comercial phygital.

El sector retail aboga por una redefinición de los espacios comerciales con el foco en la experiencia del cliente y la compatibilidad de lo físico y lo digital.

Los últimos años han supuesto todo un reto para el sector *retail*. No obstante, los centros y parques comerciales han venido demostrando una gran capacidad de anticipación y adaptación a las nuevas tendencias. Con la pandemia se han acelerado ciertos cambios de



hábitos y nuevos comportamientos de nuestros clientes. De hecho, ha aumentado el *ticket* medio por visita en nuestros activos. También ha tomado protagonismo la preferencia por el modelo *phygital*. Aunque la compra *online* ha ganado peso con la pandemia, la interacción con los comercios físicos es clave. En este sentido, el factor experiencial juega un papel fundamental y ha ido ganando importancia durante 2022, y en 2023 no va a ser diferente.

En este nuevo contexto, es fundamental adaptar los centros comerciales a los mencionados nuevos hábitos de consumo. Poner en valor los atributos diferenciales del *retail* frente al *e-commerce* es clave. Se trata de posicionar estos espacios como destinos experienciales que permiten potenciar el proceso de compra *online*, siendo complementarios tanto el espacio físico como el digital. Cabe destacar que durante este 2022, las principales marcas han apostado por ampliar y modernizar sus tiendas en sus centros de referencia precisamente para complementar la venta *online*. Muestra de ello son las nuevas tiendas emblemáticas conocidas como *flagship* que elevan la experiencia de compra a través de espacios más amplios, posibilidades de logística de última milla e integración de elementos digitales en la tienda física. En definitiva, el próximo año, el foco seguirá estando en ofrecer una experiencia diferencial y única para cada uno de los consumidores finales.

Se puede leer en Hi Retail, [número](#) de diciembre, página 22.