

Publicación	Expansión General, 16
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	36 629
Difusión	23 452
Audiencia	129 000

Fecha	19/11/2021
País	España
V. Comunicación	10 945 EUR (12,403 USD)
Tamaño	50,66 cm ² (8,1%)
V.Publicitario	2538 EUR (2876 USD)



Lar España reduce capital un 4,5% al amortizar acciones

Expansión. Madrid

Lar España ha excluido de Bolsa las 3,94 millones de acciones adquiridas en su tercer programa de recompra, que finalizó el pasado 14 de octubre. Tras la exclusión, el capital social de la Socimi se ha reducido en 7,88 millones de euros, un 4,5% menos, para quedar en 167,39 millones de euros.

La finalidad de la amortización de las acciones es incrementar el beneficio por acción de las restantes, lo que, a su vez, elevará la remuneración a los accionistas en un porcentaje equivalente, explicó ayer la compañía.

El consejo de administración aprobó la amortización de acciones el pasado 11 de noviembre, tras la oportuna delegación recibida en la junta de accionistas de este año. Asimismo, abonó este año un dividendo por valor de 27,5 millones de euros y una rentabilidad por acción del 6,7%.

“La compañía anunciará si decide activar un cuarto plan de recompra de acciones, que se añadiría en su caso a los iniciados en 2018, 2019 y 2020”, añadió la empresa.

ASSET MANAGERS | Más allá del Ibex...

HERNÁN SAN PEDRO |

Director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España

«La excesiva penalización y el descuento exagerado al que cotiza el mundo retail ya nos ha convertido en una excelente oportunidad»

La SOCIMI Lar España ha presentado unos resultados más que notables para la primera parte del año y pone ya la vista en el tercer trimestre, donde estima aún mejores cifras, según explica Hernán San Pedro, director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España.

POR ESTHER CHAPA / REDACCIÓN

Después de haber obtenido un beneficio neto de 7,7 millones de euros, ¿qué balance hace del primer semestre del año?

Ha habido tres factores favorables especialmente significativos. En primer lugar, nuestros centros comerciales se han mantenido cerca de la plena ocupación técnica, con niveles de afluencias y compras similares a los anteriores a la pandemia. Todo ello a pesar de las severas restricciones que se sucedieron en el primer trimestre y parte del segundo. Evidentemente, esa vuelta a la normalidad está dinamizando aún más rápido todas esas variables. De entrada, esas mejores perspectivas han influido positivamente en la valoración corporativa, que se mantuvo prácticamente estable en el primer semestre, con un descenso inapreciable de apenas cuatro décimas. En tercer lugar, en el primer semestre cerramos la venta a Blackbrook por 59 millones de euros de 22 locales comerciales no estratégicos alquilados a Eroski. Además, hemos abonado este año un dividendo por valor de 27,5 millones de euros y una rentabilidad por acción del 6,7%. Hemos completado también con éxito la emisión de un bono verde sénior por valor de 400 millones de euros, sobresuscrito más de cuatro veces con un cupón del 1,75%. Gracias a él hemos ampliado el vencimiento medio de la deuda hasta cinco años y situado su promedio de interés en solo el 1,9%. Mantenemos una posición de caja de 167 millones de euros, suficiente para cubrir todos los gastos de los próximos cuatro años, y un endeudamiento neto de solo el 41% del valor de los activos.

¿Cuáles son las provisiones financieras de aquí a final de año?

Presentaremos resultados del tercer trimestre a finales de noviembre. Sin entrar en los detalles concretos de esa ronda de resultados, la recuperación sectorial se consolida día a día, las perspectivas son muy buenas y los centros comerciales dominantes salen reforzados y con un evidente recorrido. El retail 4.0 ha exhibido su valor como actividad refugio. La fortaleza financiera de Lar España es grande, con un apalancamiento bajo, de apenas el 39% del valor de los activos, un coste medio ahora del 1,9%, casi todo a tipo fijo, y sin vencimientos relevantes hasta 2026. Hemos conseguido renegociar la deuda de forma muy exitosa, como haría cualquier compañía en un entorno de tipos de interés tan favorable, lo que supone un signo claro de fortaleza.

Actualmente el valor de las acciones de Lar España está por debajo de las cifras pre-pandemia, ¿cuándo estiman que recuperará su valor en bolsa?

El grado de descuento al que cotiza el sector inmobiliario en general, y el retail en particular, está siendo tan desproporcionado y constante en el tiempo que, lejos de ser una amenaza, empieza a ser considerado una significativa oportunidad. Parece llegado el momento de aquellas empresas infravaloradas desde el punto de vista de los fundamentales y que además ofrecen payouts elevados. En definitiva, la excesiva penalización y el descuento exagerado al



que cotiza el mundo del retail ya nos ha convertido en una excelente oportunidad, como reconocen la inmensa mayoría de analistas que siguen nuestra cotización.

Lar España ha finalizado su tercera emisión de recompra de acciones. ¿Cuál es la estrategia que sigue la compañía?

Nuestra propia sociedad ha adquirido 3.940.761 acciones en total para su posterior amortización. De esta forma, la rentabilidad y el beneficio por acción de los títulos restantes se incrementará de forma relevante. Ha sido nuestro tercer programa de recompra de acciones, que en ningún caso entraña devolución de aportaciones a los accionistas. Con cargo a reservas de libre disposición, Lar España ha sido la única adquirente de las acciones que serán amortizadas. Por tanto, en próximas fechas se producirá la exclusión de negociación de los casi cuatro millones de acciones amortizadas en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del sistema de interconexión bursátil del Mercado Continuo.

¿Cuál es el portfolio y el nivel de ocupación actual de Lar España?

El mutuo interés entre propietarios e inquilinos en nuestros catorce centros comerciales explica que hayamos establecido acuerdos de alquiler sobre la práctica totalidad de superficie bruta alquilable de nuestros 14 centros. Hemos incrementado en proporción a las bonificaciones la extensión de los contratos, aplicando rentas variables en algunos casos y manteniendo excelentes relaciones con nuestros comerciantes. Gracias a eso hemos recuperado niveles de ocupación en el entorno del 95% con rapidez después de cada ola. Mantenemos además tasas de esfuerzo totales para los inquilinos muy por debajo de la media sectorial.

A pesar del impacto del covid-19, seguimos contando con sólidos fundamentos operativos y financieros. Continúan generando ingresos recurrentes, que mantienen tasas significativas de rentas. Además, hemos sabido preservar tasas de ocupación altas en los centros comerciales, entre las que incluyen la recuperación en desescalada de más del 90% de las afluencias medias habituales antes del confinamiento. Todo ello certifica que la calidad de los activos, la gestión operativa y financiera y la calidad del servicio siempre conducen al éxito.

Teniendo en cuenta que la inestabilidad con la que comenzó el año se está reduciendo en estos últimos meses, ¿cuál es la evolución del sector inmobiliario?

Todas las crisis conllevan también oportunidades y tras la pandemia, cada sector inmobiliario deberá encontrar las suyas. Cuando la normalidad sanitaria sea total, los centros van a convertirse en referentes de la recuperación de la vida en sociedad. Son el punto de encuentro idóneo del nuevo modelo de ocio y tiempo libre familiar que llegará tras la pandemia y seguirán siendo decisivos para la recuperación del consumo privado y del conjunto de la economía. La recuperación implicará la creación de entornos más saludables, distribuciones más funcionales y exteriores en residencial. Oficinas con espacios más abiertos y flexibles. Edificios logísticos cada vez más inteligentes. O centros y parques comerciales con dominancia en sus zonas geográficas y con la mejor combinación de ocio, actividades comerciales y marcas. ■

Las cotizadas del real estate disparan beneficios al calor de la recuperación económica

original

Las grandes inmobiliarias cosechan beneficios por 534,2 millones de euros hasta septiembre, casi diez veces más que en el mismo periodo de 2020. El beneficio de explotación o ebitda aumenta un 15,5%.



La recuperación llega al *real estate*. El conjunto de las empresas cotizadas en el mercado continuo español alcanzó un beneficio neto de 534,2 millones de euros en los nueve primeros meses del año. Esta cifra supone diez veces más que los 49,2 millones de beneficios cosechados en el mismo periodo de 2020, marcado por la pandemia del Covid-19.

El cálculo recoge la evolución de Merlin, Colonial, Metrovacesa, Neinor, Realia, Renta Corporación, Insur y Cevasa. No aparece Aedas Homes, que cuenta con un calendario de presentación de resultados diferente, ni tampoco Lar España, que hará públicas sus cuentas a finales de mes. Además, Quabit ha dejado de aparecer tras su fusión con Neinor.

Más del 80% del beneficio lo aportan las socimis Merlin y Colonial, que han visto como sus activos se revalorizaban de forma importante (en contraposición con la pérdida de valor del año pasado) y este aumento de valor impactaba de forma positiva en su resultado. Merlin ha ganado hasta septiembre 254,4 millones y Colonial, 184 millones. Neinor se sitúa en tercer lugar por volumen de ganancias con 62,3 millones de euros en los nueve primeros meses del ejercicio.

Merlin y Colonial se han visto beneficiados por un aumento de valor de sus activos como consecuencia de la superación de la pandemia

El beneficio de explotación o ebitda del conjunto de cotizadas, que recoge exclusivamente la evolución del negocio, se ha elevado hasta 716,5 millones de euros en los nueve primeros meses, un 15,5% más que los 631 millones en el mismo periodo de 2020. Finalmente, las cotizadas han ingresado 1.757 millones hasta septiembre, un 42,4% más.

Por volumen de ventas el escalón más elevado del podio ha sido para Neinor, que este trimestre contabiliza en sus cuentas Quabit, tras cerrar la integración a principios de año. En un contexto favorable a la comercialización de viviendas, Neinor ha realizado preventas de casi dos mil viviendas, un 78% por encima del mismo periodo de 2020, por un importe de 599 millones de euros.

Neinor y Metrovacesa han disparado sus ventas por el buen momento que atraviesa la compra de viviendas

La otra gran promotora del mercado continuo, Metrovacesa, también se ha beneficiado de la buena marcha de la actividad comercial y ha registrado ingresos por 335 millones hasta septiembre, cinco veces más que el mismo periodo de 2020. La promotora de Santander y BBVA ha registrado la preventa de 1.546 viviendas, un 95% más, y ha entregado 1.079 unidades, lo que supone casi multiplicar casi por cuatro las realizadas en los nueve primeros meses de 2020.

En el resto de cotizadas, la evolución anual también está siendo buena, excepto en Insur, que arrastra una menor actividad este ejercicio como consecuencia de una gran entrega residencial en 2020. Renta Corporación, por su parte, transita este ejercicio por los números negros tras cosechar pérdidas el año pasado y Realia también está marcando importantes incrementos en todos los parámetros de su negocio.



COMPRAMOS EDIFICIOS,
OFICINAS, HOTELES Y
ACTIVOS LOGÍSTICOS EN
MADRID Y BARCELONA.

- > *Preferible a rehabilitar.*
- > *Retribuimos la intermediación.*

📞 915 750 462 · 673 200 558

 **Renta**
Corporación

Más información



COMPRAMOS EDIFICIOS,
OFICINAS, HOTELES Y
ACTIVOS LOGÍSTICOS EN
MADRID Y BARCELONA.

- > *Preferible a rehabilitar.*
- > *Retribuimos la intermediación.*

📞 915 750 462 · 673 200 558

 **Renta**
Corporación

Más información

Lego y Create, entre las grandes beneficiadas del 'Día del Soltero' de Aliexpress en España

original

La plataforma destaca los avances en digitalización y mejoras logísticas de las empresas que participaron en el evento

MADRID, 17 Nov. (EUROPA PRESS) -

Aliexpress continúa de celebración tras los éxitos del 'Día del Soltero' (11 del 11) en el que el gigante chino registró un nuevo récord de ventas en España ayudando a superarse a firmas como la juguetera Lego, que en las primeras siete horas del evento ya había superado la facturación del año pasado, o la marca española de electrodomésticos Create, que superó en tres veces las ventas que registró durante todo el mes de octubre a través de Aliexpress en las primeras seis horas del evento.

Además, el gigante chino inauguró una nueva tienda física bajo la marca 'Aliexpress Plaza' en Sevilla, con lo que ya son seis los centros offline que la compañía china posee en España.

La apertura de esta nueva tienda, ubicada en el centro comercial **Lagoh**, generó una gran expectación en la ciudad hispalense y antes de su apertura hasta 1.000 personas se agolpaban en sus puertas para poder aprovechar los descuentos del 11 del 11.

GRAN EVENTO EN FRANCIA

La apertura de Sevilla no fue el único gran hito de Aliexpress en Europa. Por primera vez en la historia, AliExpress llevó su Gala del 11.11 fuera de China, en este caso en Francia. Celebrado en Paris Expo Porte de Versailles, el evento contó con la asistencia de más de 10.000 personas, mientras que 700.000 lo vieron a través de transmisión en vivo. Contó con actuaciones de un grupo icónico de celebridades francesas, incluidos Bob Sinclar, Mara, Soso Maness y Vladimir Cauchemar.

También en Francia, el minorista local de parafarmacia Francepara abrió su tienda online en AliExpress hace menos de un mes. Durante el 11.11, las ventas de la tienda aumentaron más de un 1.300% en comparación con su volumen diario, lo que también marcó un hito para AliExpress en la categoría de bienes de consumo de rápido movimiento.

"Los vendedores internacionales han registrado otro año de excelentes resultados al aprovechar las herramientas y servicios digitales que brinda Aliexpress", se ha felicitado el consejero delegado de la compañía, Wang Mingqiang, que además ha recalcado que desde Aliexpress "están comprometidos a promover los esfuerzos de digitalización de las empresas locales, invirtiendo en la localización de nuestras operaciones, así como implementando mejoras continuas en la logística y en la experiencia de compra".

MEJORA EL TIEMPO DE ENTREGA

Desde Aliexpress han anunciado que están comprometidos en brindar una experiencia de entrega "más rápida y eficiente" para los pedidos transfronterizos y han anunciado que han realizado "inversiones significativas y actualizaciones continuas" de su infraestructura logística en múltiples aspectos a través de sus socios estratégicos en este sector.

"En cooperación con nuestros socios logísticos, se ha establecido la red AliExpress Pickup de taquillas de recogida automática en España, Francia, Polonia y Rusia para atender los pedidos de AliExpress, de modo que los clientes puedan acceder a sus pedidos con facilidad", han anunciado.

Como ejemplo, gracias a la red ampliada de almacenes en el extranjero, un pedido de navajas de afeitar masculinas en España logró llegar a su comprador en poco menos de tres horas. "Soy un cliente frecuente y desde hace mucho tiempo de AliExpress. Este año, para el 11.11, compré bastante y no esperaba que mis artículos llegaran en unas pocas horas, es increíble",

ha afirmado Víctor Elbaz, cliente de AliExpress en Madrid.

Estas nuevas innovaciones y avances aportan conveniencia a los clientes y fortalecen uno de los ecosistemas de comercio electrónico transfronterizo más sólidos del mundo, brindando una experiencia de compra mejorada tanto para vendedores como para compradores.

Por otra parte, también han anunciado que los pedidos desde China están tardando menos que nunca en llegar a los clientes alrededor del mundo. La entrega ahora puede tener lugar en solo 10 días laborables para pedidos transfronterizos seleccionados realizados en España y Francia, 12 días laborables para Brasil y 5 días laborables para Corea del Sur. Además, las compras en España, Francia y Polonia se entregan en 3 días dentro del territorio nacional y en 7 días para el resto de Europa, si se envía desde almacenes ubicados en este continente.

Lar recurre la sentencia que anula el modificado del estadio de detalle del centro comercial Lagoh de Sevilla

original

Archivo - Imagen de archivo del centro comercial - María José López - Europa Press - Archivo

SEVILLA, 16 Nov. (EUROPA PRESS) -

La sociedad Lar España Shopping Centres VIII ha anunciado ante el Tribunal Superior de Justicia de Andalucía (TSJA) y el Tribunal Supremo (TS), sendos recursos contra la sentencia de la sala de lo Contencioso Administrativo de la primera de las citadas instancias, que anula el acuerdo plenario de julio de 2016 del Ayuntamiento de Sevilla relativo a la aprobación definitiva del modificado del estudio de detalle de los suelos del sector Palmas Altas donde fue construido el macro centro comercial Lagoh, según ha informado a Europa Press la representación jurídica de Ecologistas en Acción, entidad promotora del litigio.

La sentencia impugnada, emitida el pasado 16 de septiembre y recogida por Europa Press, analiza un recurso de Ecologistas en Acción contra el citado acuerdo plenario del Ayuntamiento de Sevilla, que aprobaba definitivamente el modificado del estudio de detalle inicial promovido por la entidad Lar España Shopping Centres VIII para los terrenos del entorno de Palmas Altas donde entonces impulsaba el actual centro comercial Lagoh, ya edificado y en servicio, como es sabido.

Gracias a esta modificación del estudio de detalle, se elevaba a seis el número máximo de plantas permitidas en "todo el edificio de la zona de edificación".

En esta sentencia, la sala de lo Contencioso Administrativo del TSJA aborda el citado recurso de los ecologista y descarta "tener en cuenta las alegaciones de Ecologistas en Acción contra el estudio de detalle de 2016 basadas exclusivamente en la ilegalidad del aprobado en 2008, que quedó firme", ciñendo el litigio "estrictamente a lo que aquel modifica del precedente".

LA CALIFICACIÓN URBANA

De tal modo, la sentencia no aborda "si el uso de gran superficie comercial (de los suelos) es conforme o no con el Plan General de Ordenación Urbana de Sevilla, sea el de 1987 o el de 2006, o el plan de sectorización con ordenación detallada del SUNP-GU-1 de 8 de julio de 2005, que el segundo asume porque no lo establece el acuerdo de 2016, sino el de 19 de septiembre de 2008 le corresponda o no". "Que la parcela iba a servir a un gran centro comercial y de ocio estaba establecido de antes, aunque no fuera preciso hacerlo en el estudio de detalle, con lo que en este punto el impugnado nada innova", zanja el TSJA.

De otro lado, la sentencia admite respecto a la impugnación de Ecologistas en Acción que "no basta con apelar a las nuevas exigencias del mercado, la evolución de la tipología de los centros comerciales en diez años (aparte de que habían pasado menos de ocho entre el primer estudio de detalle y la propuesta), sostenibilidad, etcétera; sino que es preciso explicitar primero de qué nuevas y diferentes tipologías o criterios de sostenibilidad se trata, algo que aquí no se hace; y, en segundo lugar, la correspondencia unívoca entre esos parámetros y lo que se pretende modificar, esto es, por qué conducen inexcusablemente a la modificación propuesta".

"La justificación de la modificación que nos ocupa no permite averiguar en qué consisten las tipologías comerciales de 2016, qué las distingue de las de 2008 y por qué para ajustarse a ellas hay que agotar la altura máxima del centro comercial. Tampoco por qué lo hace una cubierta verde, que puede instalarse a cualquier altura, o de qué manera afecta a la sostenibilidad o beneficia al medio ambiente", indica la sentencia.

"MOTIVACIÓN OPACA"

El TSJA, además, atisba respecto a este último extremo "una motivación opaca porque no muestra en qué se concretan los términos generales que emplea, lo que impide valorarlos", lo

que deriva en suma en que "el estudio de detalle impugnado carece de toda motivación, cuando le es exigible del mayor grado según la jurisprudencia, lo que es causa de nulidad".

Tras anular el TSJA el acuerdo plenario de aprobación definitiva de la modificación del citado estudio de detalle, el Ayuntamiento alegaba que el tribunal había descartado otros aspectos del recurso de los ecologistas, como la demanda de una evaluación ambiental estratégica previa a la modificación del estudio de detalle; asegurando que "de llegar a firme la sentencia, sólo supondría que el estudio de detalle vigente sería el de 2008 y no el de 2016, y por tanto, los ajustes puntuales en alineaciones quedarían fuera de ordenación tolerada".

"En ese caso, dado que el proyecto finalmente ejecutado no ha utilizado esa potestad de elevar la altura del edificio, en caso de adquirir firmeza se valoraría la tramitación de un nuevo estudio de detalle complementando la motivación de las determinaciones en el sentido requerido por la sentencia", aseguraba el Consistorio.



Colonial logra un nuevo contrato de alquiler de oficinas en Madrid

Rocío Ruiz • original



La Socimi de oficinas **Colonial** ha cerrado un nuevo contrato de alquiler. En este caso, en Madrid, donde la compañía posee más de 40 edificios, con una superficie alquilable de más de 823.000 m2.

Concretamente, Colonial ha cerrado el **alquiler de casi 1.500 metros cuadrados de oficinas** en el **Edificio Egeo**, uno de los edificios de oficinas que la Socimi posee en la capital, concretamente en la zona de Campo de las Naciones, a escasos metros de los recintos feriales Ifema.

El nuevo inquilino del Edificio Egeo es la empresa de espacios de coworking Instant Offices, que ocupará 1.483,44 m² en la planta Uno del edificio situado en la Avenida del Partenón. Junto al espacio de oficinas, **Instant Offices** también ha arrendado 40 plazas de aparcamiento, en una operación asesorada por **Knight Frank**.



Este edificio, con 18.254 m2 y 350 plazas de aparcamiento, fue adquirido por **Colonial** a otra **Socimi, Lar España**, en 2018, por 79 millones de euros. Entre sus inquilinos actuales figura la empresa pública Ineco.

Nuevos contratos de alquiler

Colonial, que cerró el primer semestre con unos beneficios de 57 millones, ha logrado en este 2021, la **contratación de más de 59.784 metros cuadrados de oficinas**, un 42% más que en el mismo periodo de 2020.

De ellos, alrededor de 26.000 corresponden a la **contratación de nuevos espacios**, con una "importante actividad" de nuevo en el semestre.

La tasa de desocupación en Madrid al cierre del primer semestre se situaba en el 5,2% frente al 3% de finales de 2020.

La cartera de activos de Colonial está valorada en **12.017 millones de euros**, en línea a las cifras de 2020. Sin embargo, en estos seis meses, la compañía ha llevado a cabo desinversiones por valor de 276 millones. En el último año, los edificios de París se han revalorizado un 5% y los de España un 2%.

Mercado de oficinas de Madrid

El mercado de oficinas en España cerró el tercer trimestre de 2021 con un volumen de inversión de 770 millones de euros, según Knight Frank, lo que sitúa la cifra de enero a septiembre en casi 1.700 millones.

En el caso de la contratación, en estos últimos tres meses, el mercado de oficinas de Madrid se registraron unos 85.000 m2, situándose la renta media prime en 32,5 euros el metro cuadrado al mes.

EcoRetail

Portada Consumo Nutrición Saludable Innovación Y Tecnología

Desserts 100% Végétaux

Andros Gourmand & Végétal - L'alternative 100% végétale à vos desserts habituels.

Andros Gourmand & Végétal

EN SAVOIR PLUS

Retail

Los supermercados se comen el 44% de la inversión europea en retail

* La consultora JLL estima que la inversión en el segmento será de 600 millones en 2021

* En lo que va de año, la distribución acumula una inversión de 282 millones



elEconomista

12/11/2021 - 10:54

Los supermercados son las **tiendas que han mostrado mayor resiliencia durante la crisis** en el sector del *retail* gracias a su agilidad para adaptarse a los nuevos hábitos de compra y consumo en alimentación, según el informe del sector de distribución europeo de la consultora JLL.

SOLO HOY

20%

TU TIENDA ESPAÑOLA
Gastronomic - SPAIN -

Anuncio

iPhone 8
Reconditionné bon état

180€ OFFERT*
+ Forfait 100Go=15€/mois
Engagement 24 mois

RED deal 100Go à 15€/mois
Envie d'un nouveau forfait ? 100Go à 15€ + iPhone 8 reconditionné offert. Jusqu'au 15/11

Amplitud de horarios, mayor número de establecimientos de proximidad, productos premium a precios asequibles y cambios que facilitan la experiencia de compra son algunas de las razones para su buena evolución, según destaca el especialista en activos inmobiliarios.

Así, el volumen de inversión acumulado en los últimos 18 meses de este segmento **ha batido récords con alrededor de 690 millones** de euros (282 millones en lo que va de 2021), lo que supuso el 44% de la inversión total en *retail*.

"En JLL estimamos que la inversión total este año sea de unos 600 millones de euros. El sector ha demostrado su fortaleza y resiliencia en una situación extrema como la pandemia; **los inversores ven este mercado como muy seguro**, y de reducida complejidad en la gestión inmobiliaria. Como compradores podemos encontrar desde inversores privados, que adquieren un solo activo, hasta fondos de inversión globales, especializados en grandes operaciones de Sale & Leaseback", explica Augusto Lobo, director de Retail de JLL España.

Principales operaciones

Entre las principales operaciones del año 2021, el informe de JLL destaca la **compra por parte del fondo británico Blackbrook de un portfolio de 22 supermercados Eroski** a Lar España por 59 millones de euros; la compra por parte del fondo de inversión israelí MDSR de un portfolio de 27 supermercados Mercadona, por un volumen cercano a los 100 millones y la adquisición por parte de Realty Income Corporation de un portfolio de siete hipermercados Carrefour por 93 millones.

En el último año incluso han surgido nuevos operadores en el mercado, como es el caso del grupo ruso Torgservis, que a través de su filial española **Marketlights ya ha abierto sus tres primeras tiendas en España**, enfocando su modelo comercial hacia el segmento de descuento duro.

Para los próximos meses, se esperan algunas transacciones de portafolios de supermercados de gran volumen, lo que continuará presionando las rentabilidades a la baja.

Relacionados

[Lidl abre cuatro supermercados en octubre tras invertir más de 23 millones](#)

[El fondo portugués Square AM compra una cartera de diez supermercados en España](#)

RED by SFR

Ouvoir

SOLO HOY
20%
TU TIENDA ESPAÑOLA
Gastronomic - SPAIN

Más Leídas

[Ver más noticias >](#)



Estos son los requisitos que debes cumplir para jubilarte a los 61, 62 ...



Los interinos con más de cinco años en su puesto serán fijos sin ...



Estas son las cuentas que los bancos pueden bloquear (previo aviso)



Esto es lo que tienes que estudiar según Musk para tener un trabajo ...



Estas serán las carreteras más caras de España y el precio que se ...



- Supermercados
- Retail
- Inversión

COMPARTE ESTA NOTICIA



AQUI CERCA



Larios Tres Legal
 Servicios legales - Málaga
 951 081 216 - 628 554 027



Affidavit Abogados
 Servicios legales - Madrid
 915 619 361 - 618 243 996

anuncios locales por

En portada

[Ver últimas noticias >](#)



¿Qué pasa con la acción de Siemens Gamesa? La media de negociación se triplica



Amadeus será la única del sector que borrará pérdidas

JP Morgan ya no es el mayor accionista de Repsol: BlackRock toma el relevo



El aumento de años para calcular la pensión *mata* el Pacto de Toledo



Editorial | El Gobierno queda en evidencia

Medio	El Economista
Soporte	Prensa Digital
U. únicos	984 000
Pág. vistas	1 247 778

Fecha	12/11/2021
País	España
V. Comunicación	20 977 EUR (24,063 USD)
V. Publicitario	5972 EUR (6850 USD)



Medio	El Economista
Soporte	Prensa Digital
U. únicos	984 000
Pág. vistas	1 247 778

Fecha	12/11/2021
País	España
V. Comunicación	20 977 EUR (24,063 USD)
V. Publicitario	5972 EUR (6850 USD)



Los vendedores españoles en AliExpress superan el mejor registro histórico de ventas en 24 horas en el '11.11'

original

MADRID, 12 Nov. (EUROPA PRESS) -

Los vendedores españoles en AliExpress superan el mejor registro histórico de ventas durante el primer día de ofertas del '11.11 Día Mundial del Shopping', según ha informado la plataforma asiática en un comunicado.

En concreto, las ventas acumuladas por las empresas en España en la primera mitad de esa jornada de descuentos, desde las 9 horas del 11 de noviembre hasta las 8:59 horas del 12 de noviembre, suponen un 11% más que las registradas en el mismo periodo el año pasado.

En este periodo, las categorías de producto clave en las compras navideñas como juguetes, videojuegos o belleza se suman en el 'top 10' de ventas en España a categorías históricamente populares como electrónica, deportes, móviles o electrodomésticos.

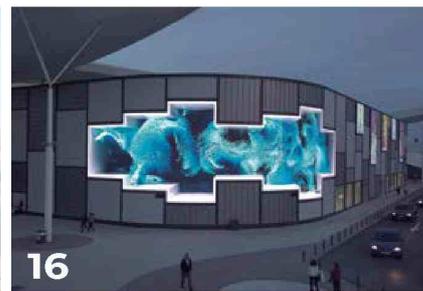
De esta forma, en las primeras seis horas, los vendedores españoles en la categoría de videojuegos y consolas multiplicaron por 10 las ventas que registraron el último mes, mientras que tras las primeras 12 horas del evento, categorías como electrónica, juguetes y pasatiempos, belleza o electrodomésticos igualaron o superaron las ventas que registraron en las primeras 24 horas del evento el año pasado.

"El 11.11 de AliExpress se está convirtiendo en un fenómeno social en España y esta tendencia va en aumento este año. Miles de clientes españoles han aprovechado el primer día del evento para adelantar sus compras de Navidad y fin de año", ha indicado el responsable de marketing de AliExpress en España, Ignacio Zunzunegui.

En el marco de esta jornada de descuentos, la compañía inauguró una nueva tienda de la marca AliExpress Plaza en el centro comercial Lagoh en Sevilla, que se convierte en la sexta tienda del grupo en España.



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



ÍNDICE | INDEX

AECC NEWS

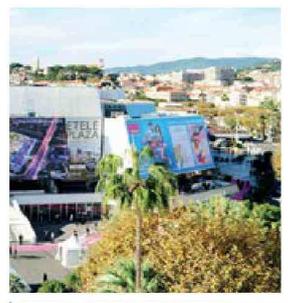
- ENCUENTRO DE SOCIOS**
MEMBERS MEETING
XVIII ENCUENTRO DE SOCIOS DE LA AECC: LA ALEGRÍA DE VOLVER A ENCONTRARSE
18TH AECC MEMBERS MEETING: THE JOY OF MEETING AGAIN
pág. 06
- DATOS DE MERCADO**
MARKET DATA
PRINCIPALES INDICADORES DE COYUNTURA
KEY SECTOR INDICATORS
pág. 10
- FERIA | FAIR**
SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN, PILARES DE LOS PARQUES DE ATRACCIONES DEL FUTURO | SUSTAINABILITY AND DIGITALISATION: THE PILLARS FOR THEME PARKS OF THE FUTURE
pág. 12
- AGENDA | SAVE THE DATE**
pág. 13

EN PORTADA | COVER STORIES

- LA INNOVACIÓN CONSTANTE DEL RETAIL**
CONSTANT INNOVATION IN RETAIL
pág. 14
- ANÁLISIS | ANALYSIS**
LA TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO MÁS INNOVADOR
THE MOST INNOVATIVE BUSINESS TRANSFORMATION
pág. 16
- RETAILERS | RETAILERS**
LOS RETAILERS SE REINVENTAN
RETAILERS REINVENT THEMSELVES
pág. 20
- MAPIC | MAPIC**
MAPIC AFRENTO LOS CAMBIOS DEL NUEVO COMERCIO | MAPIC EMBRACES THE CHANGES IN NEW RETAIL
pág. 24
- ENTREVISTA | INTERVIEW**
"VAMOS A PODER EXPERIMENTAR EL COMERCIO DEL MAÑANA" | "WE ARE GOING TO EXPERIENCE THE BUSINESS OF TOMORROW". Nathalie Depetro, Directora de MAPIC | Director of MAPIC
pág. 26

- "CUALQUIER NEGOCIO TIENE QUE ESTAR EN UNA VERSIÓN BETA PERMANENTE"**
"ALL BUSINESSES NEED TO BE PERMANENTLY IN BETA VERSION"
Juan Merodio, emprendedor y especialista en marketing digital | An Entrepreneur and digital Marketing Specialist
pág. 28
- OPINIÓN | OPINION**
¿QUÉ RETOS PRESENTA LA IMPLANTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA DIGITALIZACIÓN PARA LOS CENTROS COMERCIALES Y LOS RETAILERS?
WHAT CHALLENGES DOES THE IMPLEMENTATION OF NEW TECHNOLOGY AND DIGITALISATION PRESENT FOR SHOPPING CENTRES AND RETAILERS?
pág. 34
- TRIBUNA | TRIBUNE**
EL RETAIL O LA INNOVACIÓN PERMANENTE | RETAIL AS PERMANENT INNOVATION.
Miguel Pereda, consejero de Lar España y presidente de Grupo Lar | Director of Lar España and Chairman of Grupo Lar
pág. 40

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



"EL PROBLEMA DE LA ARQUITECTURA HOY EN DÍA NO ES URBANO SINO HUMANO" | "THE PROBLEM WITH TODAY'S ARCHITECTURE IS NOT URBAN BUT HUMAN",
Gianni Ranaulo, Arquitecto | Architect
pág. 44

"EL CONCEPTO DE COMUNIDAD Y LA PREOCUPACIÓN MEDIOAMBIENTAL SON LOS DOS PUNTOS CLAVE" | "THE TWO KEY POINTS ARE THE CONCEPT OF COMMUNITY AND ENVIRONMENTAL CONCERN",
Jorge Beroiz, Creative Director de / at CRTKL
pág. 48

LA ERA DE LAS EXPERIENCIAS
THE NEW ERA OF EXPERIENCES
pág. 51

CLAVES DE LA "NUEVA NORMALIDAD" EN RETAIL
KEYS TO THE "NEW NORMAL" IN RETAIL
Jorge Ponce Dawson, Main Board Director de / at Broadway Malayan
pág. 52

MERCADO | MARKET

APERTURAS Y EXPANSIONES COMERCIALES | OPENINGS AND COMMERCIAL EXPANSION
pág. 56

NUEVAS MARCAS | NEW BRANDS
pág. 62

NOVEDADES ASOCIADOS
ASSOCIATE NEWS
pág. 68

INVERSIÓN | INVESTMENT
pág. 74

HI TECH
pág. 80

COMUNIDAD | COMMUNITY
pág. 86

INTERNACIONAL
INTERNATIONAL
pág. 90

JURÍDICO | LEGAL
pág. 94

ARQUITECTURA
ARCHITECTURE
pág. 96

NUEVOS SOCIOS
NEW MEMBERS
pág. 98

Propiedad del título
"Centros Comerciales"
AECC Asociación Española de Centros y Parques Comerciales
Calle de Mauricio Legendre, 19, 28046 Madrid, España

Empresa Editora
Iberinmo Ediciones y Eventos S.L.
Sede Social - Calle Eduardo Iglesias 8, portal 2, 5º - 3ª 36202 Vigo España
Oficina Principal - Avenida de Niza, 67 - 5 - 3ªB, Madrid, España

Consejo de Dirección
António Gil Machado
Javier Martín López
info@revistacentroscomerciales.com

Redactora Jefe
Teresa Montero
redaccion@revistacentroscomerciales.com

Responsable de Publicidad
Carmen Gutiérrez
publicidad@revistacentroscomerciales.com
Noelia Muñoz
nmunoz@iberinmo.com

Contenido Digital y Redes Sociales
Alicia Cruz
acruz@iberinmo.com

Fotografía y video
Marildo Montenegro
info@revistacentroscomerciales.com

Administración y suscripciones
Glória Maia
info@revistacentroscomerciales.com

Javier M. Gutiérrez
info@revistacentroscomerciales.com

Diseño Editorial
Joana C. Cesar
jcesar@iberinmo.com

Brandscape Portugal, Lda
Rua das Fontainhas, 74, 1300-257 Lisboa, Portugal

Impresión
Naturprint S.L.
Calle Trueno, 2, Leganés, España

Papel e impresión de acuerdo al estándar FSC - Forest Stewardship Council



Periodicidad
Mensual / 11 números al año

Tirada
3.000 ejemplares

Precio
Suscripción (11 números) 85€
Precio facial 6€

Depósito legal
M-4545-2007
ISSN: 1888-3642



Centros Comerciales no comparte, necesariamente, las opiniones expresadas por los colaboradores, articulistas y expertos.

Informaciones, textos o imágenes publicadas no pueden ser reproducidas, ya sea total o parcialmente, sin el consentimiento de la empresa editora.