

CONTENIDO ELABORADO POR LAR ESPAÑA
PARA CENTROS COMERCIALES



Hernán San Pedro, director de relaciones con inversores y comunicación corporativa de Lar España Real Estate

3.500 DÍAS DESPUÉS

Cuando a finales de septiembre concluya el 19º Congreso de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, en Lar España habremos cumplido nuestros primeros 3.500 días de actividad. Nos acercamos cada vez más deprisa al décimo aniversario. En estas líneas me propongo aprovechar esa efeméride a la inversa. En vez de hablar de nosotros, que suele ser lo clásico, la usaré para transitar de lo particular a lo general porque, si en la historia reciente del sector ha habido años decisivos para el retail, les aseguro que sin duda han sido éstos últimos 10.

Lar España fue la primera socimi que salió a cotizar al Mercado Continuo, allá por marzo de 2014. Fuimos pioneros, pero lo trascendente fue la aparición de las sociedades anónimas cotizadas de inversión inmobiliaria. Esa nueva figura tuvo un primer efecto inmediato. Equiparó el mercado inversor inmobiliario español no residencial con el de sus homólogos occidentales, los REITs. Con un vehículo inversor estable y predecible, muchos inversores institucionales internacionales recuperaron el interés por el sector español, lo que desde entonces ha permitido que miles de particulares hayan podido invertir en ladrillo de forma profesionalizada, no especulativa y muy rentable.

En tiempo récord, las socimis han alcanzado una capitalización bursátil superior a los 26.000 millones de euros, la valoración de los activos está por encima de los 52.000 millones y entre dividendos y primas se han repartido más de 3.000 millones de euros. Representaron una inyección de liquidez y, sobre todo, de confianza, para un sector que, en la práctica, había desaparecido con la crisis financiera internacional de 2008. Una década después, y si hablamos de las cuatro socimis que cotizamos en el Mercado Continuo y el Ibex, nueve de cada 10 de nuestros inversores

**Lar España fue la primera
socimi que salió a cotizar al
Mercado Continuo, allá por
marzo de 2014**

foráneos son internacionales y representan en conjunto el 69% de las inversiones en nuestras compañías.

Las socimis han sido el principal catalizador inmobiliario de la última década y lo han sido de forma distinta en cada segmento de actividad. Nuestra socimi creyó desde el primer momento en la resiliencia del retail, a pesar de que en la época muy pocos analistas y expertos le veían futuro. El auge del e-commerce y los síntomas de agotamiento del modelo en Estados Unidos o Inglaterra le hacían ser unánimemente considerado el sector inmobiliario más expuesto de todos.

La realidad es que, en estos últimos 10 años, la capacidad de anticipación del retail ha sabido, primero, dar la vuelta al apocalipsis retail, uno de los tópicos más infundados de la década, y después a la más devastadora pandemia del siglo. Centros y parques comerciales han salido reforzados de ambos desafíos. Cuando en Madrid se inauguró La Vaguada, allá por los 70, muchos pensaban que era un modelo trasnochado. Desde entonces hasta hoy, año a año, ese modelo ha certificado una y otra vez que la modernización del país siempre ha tenido su correlato en la evolución de sus centros y parques comerciales.

La apertura, la modernización, el ocio familiar, el interés por la gastronomía, las incursiones de las grandes marcas internacionales, la digitalización o la omnicanalidad son algunas de esas innovaciones sociales anticipadas desde el sector. En las compras y el ocio postpandémicos, los centros y parques han vuelto a incrementar su protagonismo. Demuestran siempre una capacidad de anticipación y una flexibilidad a los hábitos de consumo muy superiores a la de cualquier otro segmento. Con algunos años de retraso, hasta los analistas más escépticos empiezan a reconocerle al sector esa resiliencia, de manera que el retail español ya es visto como un relevante valor refugio en el ámbito inmobiliario.

Nuestro sector integra a más de 33.500 comerciantes. El 85% de los comercios arrendados tienen superficies iguales o menores a 300 m². Da empleo a 860.000 profesionales, de los que el 46% son puestos de trabajo directos generados por los propios comerciantes. En el último año completo, el número de profesionales que trabajan en el retail aumentó un 8,2%. La industria como tal aporta 12.363 millones de euros al Producto Interior Bruto Nacional. Equivale al 10% de todo el sector servicios y casi al 1% del PIB total del país. Las ventas finales declaradas en 2022 ascendieron a 47.763 millones de euros, un 16,3% más que en 2021 y un 1,8% más que en 2019. En suma, su vigencia como canal de venta se consolida incluso en momentos de elevada incertidumbre.

Han sido 10 años muy difíciles que se han superado con éxito gracias a una única fórmula magistral: adaptación continua al cliente final y foco en su experiencia de compra. Es una evidencia comprobada que los comercios "on" y "off" se necesitan mutuamente para definir sus estrategias a largo plazo. Son más complementarios que nunca y en esa intersección los centros van a consolidarse como punto final de muchas transacciones digitales y físicas.

La innovación es la otra gran herramienta de presente y futuro de nuestro sector. La propia estructura, el diseño interior, las modernizaciones periódicas y la distribución de superficies en los centros de última generación así lo corroboran. Tenemos a favor que hasta las grandes tiendas online están abriendo espacios físicos emblemáticos como herramienta para consolidarse. El comercio digital permite aplicar el conocimiento de los clientes y el diálogo constante con ellos, entender sus necesidades, prever sus preferencias y adaptarse en todo momento a su demanda de ocio y entretenimiento.



Con todo, si algo hemos aprendido en estos 3.500 días es que la gestión en retail lo es todo. No es una opción, ni puede hacerse desde una oficina más o menos alejada del pie de obra de los propios centros y parques. El retail siempre es un concierto para tres instrumentos: el inversor, el comerciante y el cliente final, donde solo con equipos profesionales de alta calidad se puede extraer el mejor sonido de la partitura. Con modestia, desde Lar España hemos aplicado con constancia ese principio, que nos ha permitido mantener balances saneados, una deuda baja y una cartera muy seleccionada de activos *prime*. Contamos con la confianza de los mejores operadores, nos visitan más de 80 millones de clientes finales cada año y hemos repartido más de 325 millones de euros en dividendos.

El retail es probablemente el negocio más innovador de todo el sector inmobiliario y da excelentes resultados cuando la calidad del activo, la excelencia en la gestión y la aplicación de nuevas tecnologías se combinan entre sí. Por eso, los centros y parques bien gestionados seguirán adelantados a su tiempo y tendrán una vida larga, apasionante y placentera. En nuestro caso, después de los primeros 10 años vendrán nuevos desafíos y objetivos cada vez más ambiciosos. Solo mantenemos constante la ilusión, la entrega y el esfuerzo por dar siempre lo mejor para nuestros accionistas, inquilinos y clientes finales.

Contamos con la confianza de los mejores operadores, nos visitan más de 80 millones de clientes finales cada año y hemos repartido más de 325 millones de euros en dividendos