



El centro comercial Moda Shopping acogerá un 'coworking' operado por IWG.

Los centros comerciales van más allá del 'retail'

R. Arroyo. Madrid

La necesidad de adaptarse a las nuevas demandas de consumo ha llevado a muchos propietarios de centros y parques comerciales a transformar sus inmuebles pero, en muchos casos, se han dado de bruces contra una normativa urbanística poco flexible. Esto es lo que denuncia José Manuel Llovet, presidente de Apresco, asociación que engloba a gigantes de los centros comerciales como Unibail-Rodamco-Westfield (URW), Lar España, Castellana Properties, Carmila, Klepierre, Carrefour Property, DWS, Nuveen Real Estate, LSGI Group, Sonae Sierra y Via Outlets.

Llovet explica a EXPANSIÓN que cada vez que las empresas pretenden llevar a cabo reformas se enfrentan

a largos procedimientos administrativos y a numerosas trabas que retrasan y, en muchos casos, imposibilitan que los cambios se lleven a cabo finalmente, impidiendo la renovación de espacios más antiguos que muestran signos de agotamiento.

El presidente de Apresco asegura que la posibilidad de combinar usos mixtos favorecería el potencial de los centros, sumando al *retail*, por ejemplo, espacios destinados a *coliving*, residencias estudiantes o *coworking*. “La oferta de servicios que ofrecemos, junto con la disponibilidad de aparcamiento de la que disponen los centros, nos convierten en espacios atractivos para que los promotores de vivienda y de trabajo flexible puedan implantarse con nosotros”, asevera.

Como nichos de oportunidad menciona asimismo el negocio vinculado a la sanidad y a la distribución de última milla. “En Estados Unidos ya estamos viendo una transformación masiva de zonas comerciales en áreas céntricas de las ciudades en hospitales, clínicas o consulta”, adelanta.

En cuanto al potencial de los centros comerciales como puntos de logística o de reparto de comida a domicilio, Llovet avanza que las tiendas son las encargadas en muchos casos de gestionar las devoluciones y de la distribución. “Con parking, en muchos casos gratuito, contamos con una capacidad enorme de promover el tráfico de paquetes en horarios que sean compatibles con los momentos de menor afluencia de clientes”, apunta.

Las pequeñas cotizadas tienen el 82% de consejos de compra frente al 60% del Ibex

Suben apenas un 5% en lo que llevamos de año

En lo que llevamos de año, el Ibex Small Cap se anota en torno a un 5,1%, una tímida revalorización en comparación con la del Ibex 35, que pese a las últimas caídas aún ronda el 10% en 2023. El índice de BME que refleja el comportamiento en bolsa

de las empresas de pequeña capitalización tendría que correr bastante si quiere batir al Ibex 35 este año. Si no lo lograra, con éste serían ya tres los ejercicios consecutivos en los que el índice de las grandes lo hace mejor que el de las pequeñas. **PÁG. 18**

El 'Small Cap' tiene un 82% de consejos de compra frente al 60% del Ibex 35

El índice que agrupa a las pequeñas compañías sube apenas un 5% en lo que llevamos de año

Han sufrido especialmente en bolsa renovables como Soltec o Ecoener, que lucen un 'comprar'

María Domínguez MADRID.

En lo que llevamos de año, el Ibex Small Cap se anota en torno a un 5,1%, una tímida revalorización en comparación con la del Ibex 35, que pese a las últimas caídas aún ronda el 10% en 2023.

El índice de BME (Bolsas y Mercados Españoles) que refleja el comportamiento en bolsa de las empresas de pequeña capitalización tendría que correr bastante si quiere batir al Ibex 35 este año. Si no lo logra, con éste serían ya tres los ejercicios consecutivos en los que el índice de las grandes, el Ibex 35, lo hace mejor que el de las pequeñas (ver gráfico). Esto ha supuesto la ruptura de una tendencia de 6 años consecutivos en los que el Ibex Small Cap venía batiendo sistemáticamente al índice de referencia (lo hizo entre 2015 y 2020, ver gráfico).

Con este comportamiento bursátil, el porcentaje de recomendaciones de compra que presenta el Ibex Small Cap ha escalado por encima del 80%. De los 30 integrantes de este índice, 23 reciben recomendación por parte del consenso de mercado que recoge FactSet. Y, de esas 23, son comprar 20 compañías (un 87%). Pero, si acotamos la criba sólo a aquellos valores que reciben seguimiento de, al menos, 3 analistas, el porcentaje se sitúa en el 82% (son compra 9 compañías sobre un total de 11).

Un gap "histórico"

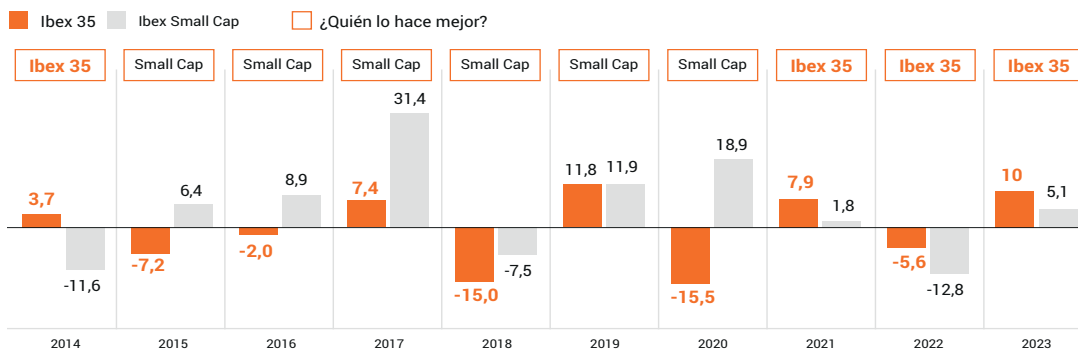
En el presente año, la brecha en rentabilidad entre los *peces grandes* y los *pequeños* se ha ampliado. Lo explicaba recientemente Lola Solana, gestora del *Santander Small Caps España*, el fondo de pequeñas compañías de Santander AM, durante su intervención en la jornada *El valor de la gestión activa*, celebrada por *elEconomista.es* con el patrocinio de Bestinvest. "En los últimos dos años se ha abierto un *gap*. Yo no había visto un *gap* tan grande entre *small caps* y grandes cotizadas desde 2008", afirmaba. "Normalmente", añadía, "las empresas de pequeña capitalización suelen caer cuando esperamos una recesión. Pero la recesión no ha llegado y las *small* ya han caído un 20% o un 30% más que las grandes. Ahí están las oportunidades, cuando en España, las pequeñas compañías están creciendo un 20%, mientras que las grandes en Europa crecen un 10%", detalló la gestora.

Cuáles son los 'peces pequeños' que más gustan a los analistas

Cotizadas del Ibex Small Cap con recomendación de compra y seguimiento de al menos 3 analistas

Empresa	Capitalización bursátil (mill. euros)	Benef. neto (mill. euros)				Potencial alcista (%)	Nº de analistas que la siguen	Recomendación
		2022	2023*	2024*	2025*			
Neinor Homes	823,9	96,3	84	72	65	13,9	9	🟢
Aedas Homes	749,8	105,1	109	98	96	41,3	9	🟢
Lar España	478,7	72,9	73	52	62	33,2	5	🟢
Talgo	456,2	1,4	22	30	40	19,5	7	🟢
Tubacex	378,6	20,2	44	57	72	60,1	5	🟢
Soltec Power	255,0	13,1	16	30	37	111,0	7	🟢
OHLA	227,0	pérdidas	8	12	21	156,1	3	🟢
Ecoener	174,8	16,9	11	26	46	97,6	4	🟢
Oryzon Genomics	117,2	pérdidas	1	pérdidas	25	266,0	5	🟢

Comportamiento del Ibex Small Cap frente al Ibex 35 en los 10 últimos años, porcentaje



Recomendación del consenso de mercado: 🟢 Comprar 🟡 Mantener 🔴 Vender.
 Fuente: FactSet. * Previsiones. Datos a media sesión del 20 de octubre.

Solana también señaló que "la gestión activa pasa por las *small caps*". "Históricamente los gestores de grandes compañías difícilmente batían a los *benchmarks* mientras que el 50% de los gestores de *small caps* lo hacían", comentó.

Las mejores recomendaciones

Si nos centramos en las cotizadas del índice Ibex Small que tienen seguimiento un consenso de, al menos, tres analistas, reciben recomendación de compra Neinor Homes, Aedas Homes, Lar España Real Estate Socimi, Talgo, Tubacex, Soltec Power Holdings, OHLA, Ecoener y Oryzon Genomics.

En lo que respecta a su evolución en el parqué, por sectores, la peor parte se la llevan las cotizadas vinculadas a las energías limpias, en

un 2023 en el que el sector de las renovables está sufriendo mucho en el parqué. Soltec, fabricante de seguidores solares, se deja más de un 36%, mientras que Ecoener, dedicada al desarrollo y explotación de instalaciones de generación eléctrica a partir de fuentes renovables, cede cerca de un 32%. El consenso de mercado que recoge FactSet prevé para ambas un beneficio al alza hasta 2025.

Soltec no recibe ni una sola recomendación de venta por parte del consenso que recoge FactSet y, de hecho, el 86% de sus consejos son comprar. El 27 de septiembre, los analistas de JB Capital la mejoraban de *neutral* a *compra*. "Esperamos un mejor *momentum* para la división de seguidores solares en el segundo semestre de 2023, basán-

donos en los recientes anuncios de nuevos contratos por parte de la compañía". También reafirmaban su confianza en que la empresa alcance su objetivo de venta de seguidores solares en el conjunto de 2023. Ecoener, por su parte, recibe *compras* por parte de las cuatro entidades que la siguen.

Radicalmente distinto ha sido el comportamiento bursátil de las *small caps* ligadas al *ladrillo*: las promotoras Neinor y Aedas Homes, y la socimi Lar España, experimentan subidas de doble dígito en el parqué este año. A finales de septiembre, los analistas de Renta 4 mejoraban a Neinor de mantener a sobrepasar, y destacaban que la compañía "ha sido capaz de transmitir un mensaje de confianza al mercado que va en dos direcciones:

dando visibilidad a su plan de dividendos y, por otro lado, cristalizando la puesta en valor de su cartera". También señalaban que cotiza con un descuento del 40% frente a su NAV (*net asset value*).

Para Talgo y Tubacex, los analistas pronostican que casi duplicarán sus beneficios entre 2023 y 2025, mientras que OHLA casi lo triplicará, al saltar de 8 millones en el presente año, hasta los 21 en 2025, si se cumplen las estimaciones.

Más volátil es la senda que seguirá la biotecnológica Oryzon Genomics, especializada en tratamientos relacionados con la genética para curar el cáncer, a la que los analistas ven en pérdidas en 2024. El 100% de las cinco casas de análisis que la cubren aconseja meterla en cartera.

El vía crucis del ladrillo en el Ibex 35 oportunidad para posicionarse de cara a 2024

Luis Suárez • original



El ladrillo está sufriendo en Bolsa en el **IBEX 35**, muy penalizado por las subidas de tipos y el frenazo del sector inmobiliario ante la incertidumbre económica. Si se echa un vistazo a las dos grandes Socimis del índice, **Inmobiliaria Colonial** acumula una caída de un 10,4%, mientras que **MERLIN Properties** retrocede un 10%, en comparación con un selectivo madrileño que, pese a los muchos altibajos, todavía sube casi un 10% en lo que va de 2023. Este castigo ha dejado a las acciones muy baratas, advierten los analistas.

El sector inmobiliario está **cotizando claramente por debajo de NAV**, señala **Ignacio Cantos**, **director de renta variable de ATL Capital**, en una reciente entrevista. Es verdad que la financiación está más cara, pero podría tener algún tirón y casi todas las malas noticias están en el precio, por lo que se podrían comprar de manera selectiva algunos valores.

De una opinión similar es **Juan Moreno**, **analista de Bankinter**, que abunda en un informe en que **el inmobiliario cotizado ha sobrereaccionado**. El experto considera que es momento de empezar a posicionarse de cara a 2024. El inmobiliario cotizado anticipa un escenario excesivamente conservador, con descuentos próximos al 30% sobre **NAV** y **rentabilidad por dividendo** del 5%.

Gráfico cotización Colonial

Es momento de empezar a posicionarse de cara a un 2024 que prevemos favorable, con crecimiento económico moderado, inflación todavía elevada y final del proceso de subidas de tipos. De hecho, Bankinter ha decidido elevar la recomendación a las tres grandes Socimis españolas - **Inmobiliaria Colonial**, **MERLIN Properties** y **Lar España** a comprar desde neutral.

Gráfico cotización Merlin

En el caso de **Inmobiliaria Colonial**, Bankinter sitúa el precio objetivo en 6,70 euros, con un **potencial alcista de más del 30%** respecto a los niveles actuales. En el caso de **MERLIN Properties**, la valoración es de 9,20 euros por acción, con un **potencial alcista del 20,2%**.

En el **Mercado Continuo**, el precio objetivo de **Lar España** lo sitúa en 6,34 euros, con un **potencial alcista de un 15,5%** a sumar al 30% que se anota de revalorización la Socimi en lo que va de año, desmarcándose de la tendencia negativa del resto.

Gráfico cotización Lar España

En cuanto a las promotoras inmobiliarias, Bankinter recomienda comprar [Aedas Homes](#), con un precio objetivo de 20,94 euros que supone **un potencial alcista del 38%**. Consejo neural para [Metrovacesa](#), con un **potencial del 5%** hasta alcanzar una valoración de 7,90 euros. También es neutral la recomendación de la firma sobre [Neinor Homes](#), con el precio objetivo en 10,60 euros, **un 6,6% por encima** de la cotización actual.

Fuera de España, la casa de análisis detecta oportunidades como **Vonovia, Welltower, Prologis y Digital Realty Trust**.

Bankinter toma estas acciones tras una revisión profunda de las perspectivas del sector inmobiliario. Los **precios de vivienda aguantan sorprendentemente bien en 2023**, a pesar de la desaceleración económica, el fuerte incremento de costes de financiación y la caída de transacciones (-20% estimado entre 2023 y 2024), destaca el equipo de análisis. El principal motivo lo encontramos en el mercado laboral, con sólida creación de empleo y salarios subiendo a ritmos próximos al 5% interanual. Por ello, revisamos al alza nuestras estimaciones de precios de vivienda hasta +1% 2023 frente al -3% anterior.

Si caen en 2024, será de forma coyuntural, considera, ya que la vivienda presenta sólidos fundamentales. Los precios deberían tender a estancarse e incluso podrían caer ligeramente en 2024 (estimamos - 2%). Si bien, de producirse dicha corrección será coyuntural por el entorno de tipos elevados. A partir de 2025 deberían volver a la senda del crecimiento (+1% estimado), con el Euribor moderándose y apoyado en sólidos fundamentales del mercado de vivienda: ratios de accesibilidad en medias históricas, oferta y demanda equilibradas y financiación hipotecaria más prudente.

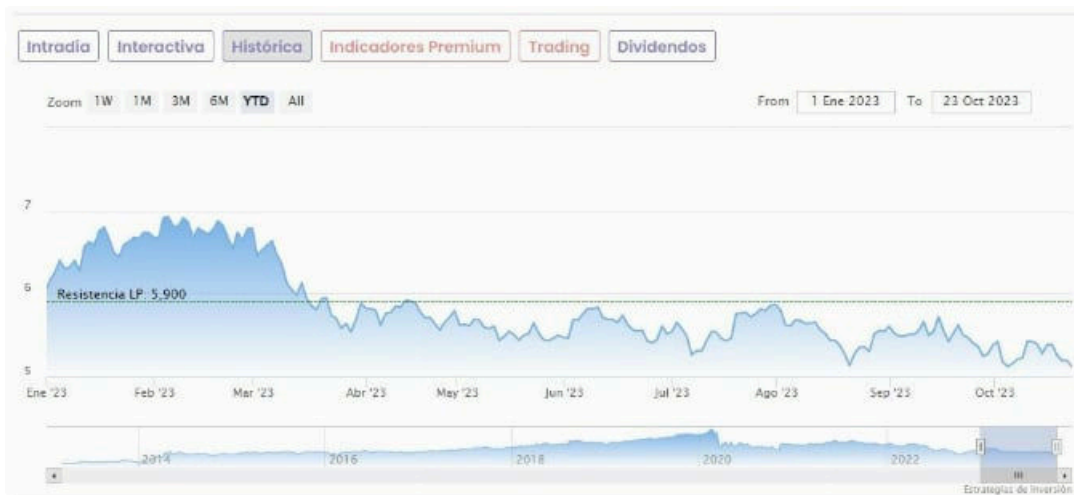
Por otro lado, Bankinter considera que **todavía queda ajuste de valoraciones de activos, sobre todo oficinas y centros comerciales**. Se incrementa la rentabilidad exigida a los activos inmobiliarios, en un entorno en el que los bonos soberanos vuelven a ser una alternativa de inversión, explica. Sólo activos con capacidad de subida de rentas lograrán evitar rebajas significativas de valoraciones de activos. Este es el caso de activos logísticos, centros de datos y relacionados con la salud (residencias de 3ª edad y hospitales).

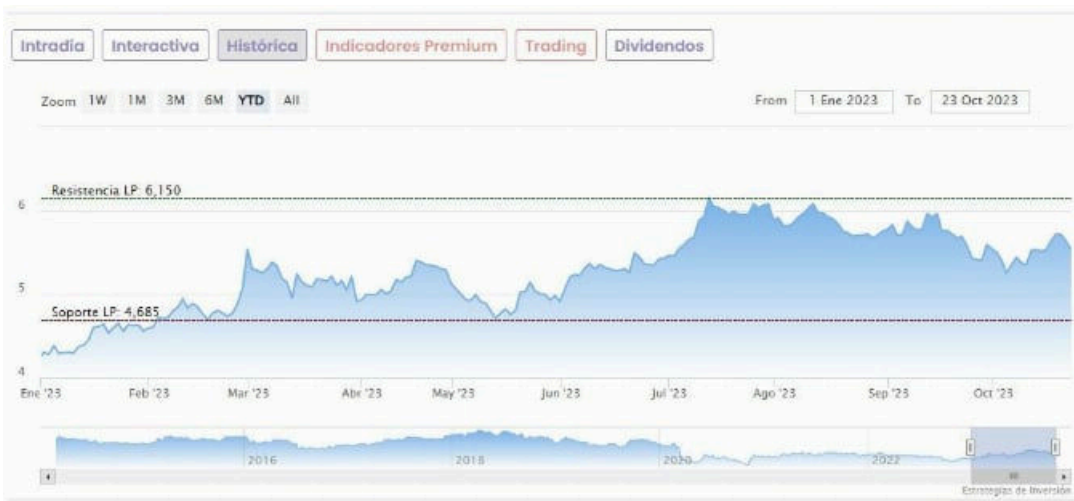
Sin embargo, hay otros en los que la capacidad de subida de rentas es muy limitada y que por tanto seguirán ajustando a la baja sus valoraciones, como oficinas y centros comerciales, concluye Bankinter.

Síguenos en nuestro canal de WhatsApp de Estrategias de Inversión

Estrategias de Inversión lanza su canal de WhatsApp, completamente gratuito para que los inversores puedan seguir los informes y análisis más interesantes de la jornada, así como novedades, cursos gratuitos, ideas de inversión de corto, medio y largo plazo.

Síguenos fácilmente en tu **WhatsApp pinchando en este enlace**.





EL XIX CONGRESO DE LA AECC CONFIRMA LA FORTALEZA DE LOS CENTROS Y PARQUES COMERCIALES ESPAÑOLES



Larga vida al retail: el Congreso de la AECC cierra su XIX edición con más de un millar de asistentes

POST CONGRESO AECC



Marta Nieto Novo, durante el corte de cinta.

La inauguración de la primera jornada corrió a cargo de la **directora general de Comercio, Consumo y Servicios, de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto Novo**, así como de la **subdirectora general de Regulación del Comercio Interior en el Ministerio de Industria, Marta Cabrera**, y la **concejala de Comercio, Empleo y Desarrollo Empresarial del Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, Susana Penedo**. Las representantes de la administración estuvieron acompañadas por **Eduardo Ceballos, presidente de la AECC**, y por **Jaume Miquel, chairman y CEO de Tendam, presidente del Congreso este año**.

Nieto puso en valor el sector de los centros y parques comerciales y el apoyo que le brindan desde la Administración: "La Comunidad de Madrid es una aliada para la industria y nuestro objetivo es impulsar un entorno favorable para la creación de empleo, procurando la seguridad necesaria así como la estructura normativa óptima". La directora de comercio quiso mandar un mensaje de "optimismo" y subrayar su apuesta por la colaboración público-privada para promover la inversión y la generación de empleo.

Por su parte, Susana Penedo puso el foco en los espacios comerciales como "generadores de vida social" y un punto de encuentro para los ciudadanos: "Son lugares diseñados y adap-

El optimismo ha marcado la celebración del XIX Congreso Español de Centros y Parques Comerciales, que tuvo lugar en Madrid los días 27 y 28 de septiembre. El espacio Uzalacaín La Finca (Pozuelo de Alarcón) acogió este encuentro ineludible del sector, organizado por la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, y que contó con la asistencia de más de 1.000 personas, 27 expositores y más de 40 ponentes.



Premiados.

PREMIOS AECC 2023

La AECC clausuró su XIX Congreso con la entrega de sus tradicionales premios que reconocen el esfuerzo y la excelencia en el trabajo que realizan diferentes actores de la industria. En esta ocasión se han incorporado nuevas categorías, tales como "mejor concepto de restauración", "mejor concepto de ocio" o "mejor incorporación de *online* a centro o parque comercial".

Dentro de la categoría de Premios Especiales se encuentra el Premio Jos Galán, que reconoce una trayectoria profesional que haya contribuido significativamente al sector de los centros y parques comerciales. Este año se premió a Justo Martín, quien ha ocupado el puesto de director general inmobiliario y ejercido como director general de activos y filiales en Carrefour Property, dirigiendo a lo largo de su carrera el lanzamiento de un gran número de nuevos servicios de la compañía.

También se entregó el premio al centro comercial de trayectoria sobresaliente 2023, que ha recaído en La Cañada Shopping de Marbella. Este centro comercial abrió sus puertas en 1997 y desde entonces se ha convertido en uno de los destinos de compras más importantes de la Costa del Sol. Tiene más de 280 tiendas y más de 40 locales de restauración. En estos 26 años ha ido innovando, ampliando, renovando su oferta y buscando constantemente la generación de valor para clientes y operadores.

Listado de ganadores:

- Premio al Mejor Parque Comercial: Mirasierra Gallery, presentado por Ten Brinke.
- Premio a la Mejor Gran Renovación/Transformación/Ampliación de Centro Comercial o Parque Comercial: La Farga, presentado por Amalthea Retail Investments.
- Premio a la Mejor Pequeña Renovación/Transformación/Ampliación de Centro Comercial o Parque Comercial: Luz del Tajo, presentado por Sonae Sierra.
- Premio a la Mejor Cadena, Franquicia o Comercio Independiente: Milbby.
- Premio al Mejor Concepto de Restauración: Casa Carmen.
- Premio al Mejor Concepto de Ocio: Speed Park.
- Mención dentro de la categoría de Mejor Concepto de Ocio: El Hachódromo, presentado por X-Madrid.
- Premio a la Mejor Incorporación de *Online* a Centro o Parque Comercial: Fútbol Emotion.
- Mención dentro de la categoría de Mejor Incorporación de *Online* a Centro o Parque Comercial: Freshly Cosmetics.
- Premio a la Mejor Pequeña Campaña de Marketing: Campeonato mundial solidario lanzamiento palomitas, presentado por Carrefour Property - MDSR.
- Premio a la Mejor Gran Campaña de Marketing: 'Jungle Night: una nueva cita en el calendario *retail*', presentado por Neinver.
- Premio al Mejor Lanzamiento o Relanzamiento: Visionlab.
- Premio a la Mejor Acción de Innovación/Estrategia Digital: IGenio, presentado por el centro comercial El Ingenio.
- Premio a la Mejor Acción de RSC en un Centro o Parque Comercial: 'Recuerdos Imborrables', presentado por Merlin Properties.
- Premio a la Mejor Acción de Sostenibilidad en un Centro o Parque Comercial: Plaza Mayor, presentado por Sonae Sierra.
- Premio al Mejor Modelo de ESG corporativo: 'Retail for future', presentado por Lar España.

tados al entorno en el que se ubican, con una variedad de usos".

Asimismo, el presidente de este XIX Congreso, Jaume Miquel, CEO de Tendam, señaló que "la tienda física ha vivido un momento de transformación, en el que se ha mantenido la atención personal pero han añadido funciones de *hub* logístico". Además, los centros y parques comerciales tienen un valor añadido: el ocio y el entretenimiento. Miquel reflexionó sobre el futuro e invitó a los profesionales del sector a apostar por "la proximidad, por la sostenibilidad, por la diferenciación, por la digitalización y porque los activos comerciales sean parte fundamental en la configuración de las ciudades".

LAS CIFRAS DEL SECTOR

El comportamiento del sector de los centros y parques comerciales en España continúa en cotas positivas durante el primer semestre del año. Las ventas han aumentado un 12,3% respecto al mismo periodo del año 2022. Por actividades, el equipamiento del hogar es el que más crece en este primer semestre con un 7,6%, seguido de moda y complementos con un 5,8%, mientras la restauración ha crecido un 3,5%. Por su parte, las afluencias han crecido un 8,4% hasta junio respecto al año pasado.

Este es el balance que Eduardo Ceballos, presidente de la AECC, presentó en la primera jornada del Congreso. "Nuestro sector es clave en España, está cada vez más profesionalizado y ha demostrado una gran resiliencia en estos años. Solo podemos seguir trabajando para dar respuesta a los consumidores", manifestó.

En la actualidad, España cuenta con 579 centros y parques comerciales, que albergan a más de 33.000 co-



Autoridades y comité organizador.

POST CONGRESO AECC



Stand de Carmila y Carrefour Property.



Alberto Bravo (Sonae Sierra).



José Manuel Llovet, CEO Commercial Real Estate Iberia de Grupo Lar.

merciantes. Este año, han abierto sus puertas A Revolta Parque Comercial y de Ocio, Jaén Plaza y, más recientemente, La Finca Grand Café (que añaden 71.000 m² aproximadamente). Además, para lo que queda de año, están previstas siete aperturas más: Imagina Parque Comercial, Oalmacenter, Parque Comercial Estepona, Nexum Retail Park, la Rambla Shopping, Parque Comercial Adeje Shopping que abrirá su primera fase a finales de año, y Paseo Lasal, con lo que durante 2023 se abrirán más de 134.000 m² de SBA.

INFINITY ES MÁS QUE RETAIL, ES UNA EXPERIENCIA

Infinity es un proyecto que va más allá del *retail*. Un complejo multifuncional integrado dentro de un barrio de nueva creación desarrollado por AQ Acentor y por el que ya han apostado 850 familias.

La compañía presentó durante el pasado congreso de la AECC los avances del proyecto desde su arranque en 2018. Hoy, Infinity es un proyecto donde ya se han cumplido todos los hitos administrativos como la obtención de una licencia comercial o la licencia de obra -que se espera antes de que concluya 2023-; así como los urbanísticos -accesos e integración en el sector de Turianova-. Un emplazamiento único, para un proyecto único y diferencial dentro del sector que completa no solo un barrio sino una ciudad.

El complejo, con un concepto trabajado, adaptado -y adaptable- a las tendencias del sector y a su integración con Valencia, albergará unos 20.000 m² de distintos usos como oficinas, hoteles y *living*, con

93.000 m² de espacio comercial (59.000 m² de *retail*, 20.000 m² de ocio y 14.000 m² de restauración). Está concebido para que la visita sea una experiencia en sí misma, gracias a activadores como aulas abiertas de sostenibilidad, jardines, auditorio o elementos estructurales y arquitectónicos, llamados a ser iconos en sí mismos. Además de unos espacios y funciones que lo convertirán en la mejor plataforma para el aterrizaje de todo operador que quiera apostar por un concepto diferente, en un mercado de más de tres millones de personas ubicado en la capital del Levante.

Algo que, como se vio en el Congreso, no es una ambición, si no una realidad. Con un 50% de su SBA comprometida, el proyecto de AQ Acentor cuenta con la incorporación de operadores y referentes de distintos *segmentos* que apuestan por el formato *flagship* y espacios que le permitirán materializar su identidad, así como fomentar la convivencia de un *mix* único.



Miembros del equipo de AQ Acentor para la presentación del proyecto Infinity.

Los centros y parques comerciales han aumentado un 12,3% sus ventas y han registrado también un crecimiento en las afluencias del 8,4% durante el primer semestre.

POST CONGRESO AECC



Gonzalo Pérez, Pablo Buendía y Gema de Francisco (Gentalia).



Luis Vila, Esteban Heredero y Javier Alcalde (Optima Global Services).



Parte del equipo de Bogaris presente en el Congreso.



Ponencia magistral de Chema Alonso.



Sesión 'Maestros del Retail'.

Bajo el lema 'Larga vida al retail', la AECC preparó un variado programa de conferencias donde se analizó el momento del sector comercial en España y el mundo

CRECIMIENTO FRENTE A CONSUMO, RETAILERS E INVERSIÓN, LOS TEMAS CENTRALES DE LA PRIMERA JORNADA

La ponencia inaugural la pronunció **Ignacio de la Torre, socio y economista jefe de Arcano Partners**, y versó sobre los retos y oportunidades para el crecimiento y el consumo. "Aunque los Estados Unidos crecen más que Europa, España resiste. Parece que la subida de tipos se acerca a su fin y se prevé una bajada real tras el verano de 2024, con un periodo de normalización ya en 2025-2026. En definitiva, el inmobiliario español tiene muy buenos fundamentos", afirmó De la Torre.

Haciendo honor al lema del Congreso, 'Larga vida al retail', se expuso el caso de éxito internacional de un **retailer** como Mango con **Daniel López, director de Expansión y Franquicias**

de la firma, en conversación con **Jesús Silva, general manager de Cushman & Wakefield**. Durante este encuentro, se destacó la importancia de la tienda física para plasmar el ADN de las marcas. "Las marcas cambian, evolucionan, pero su esencia permanece. Por ello, hay que conocer al cliente, para hacerle llegar lo mejor que tenemos", aseguró López.

De financiación e inversión en el sector se ocupó la mesa redonda moderada por **Luis Espadas, executive director Retail de Savills**, con la participación de **Alfonso Brunet, CEO de Castellana Properties**, **Juan Olivé, socio director de inversiones de OMO Retail**, y **Javier Ricote, executive director Real Estate de Caixabank**. Los profesionales han coincidido en señalar el

LAR ESPAÑA: "LO MEJOR ESTÁ POR LLEGAR"

Los diez años que **Lar España** cumplirá el próximo marzo como primera socimi cotizada fueron el hilo conductor de la charla entre su presidente, José Luis del Valle, y Miguel Pereda, vicepresidente de la socimi y presidente de Grupo **Lar**. Moderada por Enrique Pérez-Pla, consejero delegado de Bestinver.

Los dos directivos coincidieron en que las socimis se han consolidado en esta década como vehículo inversor clave para la diversificación

extranjera, establecido criterios muy estrictos de gobernanza y gestión y revitalizado los distintos segmentos.

En cuanto al **retail**, ponderaron la necesidad de velar por la calidad de los emplazamientos y de la oferta comercial de centros y parques. Con esos dos ingredientes, subrayaron que el **retail** ha sido capaz de aportar ingresos recurrentes, estabilidad inversora y unos dividendos entre los más amplios incluso en periodos tan volátiles como los recientes.



Presentación de Lar España.

Del Valle resumió esos puntos fuertes en los diez primeros años de historia de la socimi que, como el lema del Congreso en el que participaron, certifica 'Larga vida al retail'. A modo de colofón, el presidente de **Lar España** se permitió un pronóstico para el conjunto del **retail**: "Lo mejor está por llegar".

POST CONGRESO AECC



Stand de Castellana Properties.

buen momento del sector, a pesar de que la inversión no termina de llegar, debido a los altos tipos de interés.

Alfonso Brunet señaló que "el coste del capital es demasiado alto para las operaciones *que hay* actualmente en el mercado", pero que esto tiene que cambiar. En este sentido, Luis Espadas apuntó a una falta de capital especializado. Por su parte, Juan Olivé afirmó que "los operadores siguen vendiendo y buscando oportunidades para abrir y crecer". Mientras que Javier Ricote mencionó la resiliencia del sector y su buena evolución a pesar de las situaciones vividas".

Ya en la sesión vespertina se presentó el nuevo proyecto de AQ Acentor, Infinity, de la mano de **Ana Cebollada, gerente de AQ Acentor, Juan Merino, comercial de Idea, y Fernando Sánchez de las Matas, arquitecto de FSM Arquitectos**; las claves de la salida a bolsa de Lar España, con **José Luis del Valle, presidente de Lar España, Miguel Pereda, presidente de Grupo Lar, y Enrique Pérez-Plá, consejero delegado de Bestinver**; así como las últimas transformaciones desarrolladas por el **estudio de arquitectura L35, con Sonia Sanz, socia directora arquitecta, Caterina Memeo, socia y responsable de Italia, Alejandro Lorca e Itziar Huarte, socios y directores** de proyectos de la firma.

TECNOLOGÍA, USOS ALTERNATIVOS Y MADRID NUEVO NORTE, TEMAS CENTRALES DE LA SEGUNDA JORNADA

La inteligencia artificial abrió la segunda jornada del XIX Congreso Español de Centros y Parques Comerciales con la ponencia magistral de Chema Alonso, *chief digital officer* de Telefónica. El afamado *hacker* abordó el fenómeno que supone esta tecnología y cómo



Participantes en la mesa redonda sobre inversión y financiación.

ha avanzado a pasos agigantados en pocos años. Hemos pasado de un sistema sencillo de predicción de textos a reconocimiento facial, *deep fake* o 'metahumanos'. "Cada modelo de IA que se entrena es como un niño", señaló Alonso. Y añadió: "Sabemos lo que podemos hacer con esta tecnología, pero no cómo lo hace ni lo que ha aprendido".

Sobre la influencia de la inteligencia artificial en el sector del *retail*, Alonso explicó que ya hay marcas que usan el *remote digital onboarding*. Este proceso consiste en verificar la identidad de un usuario de forma remota y segura en un entorno digital. "Se ha convertido en una solución eficaz para el conocimiento del cliente, pero supone un desafío en cuanto a ciberseguridad", subrayó.

En el plano institucional, la **consejera de Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid, Rocío Albert López-Ibor, y la alcaldesa de Pozuelo de Alarcón, Paloma Tejero**, visitaron la feria comercial acompañadas por la directora general de Comercio, Consumo y Servicios, de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto, el



Equipo de SCCE.

Sobre la influencia de la inteligencia artificial en el sector del *retail*, Alonso explicó que ya hay marcas que usan el *remote digital onboarding*



Stand de Nhood.

presidente de la AECC, Eduardo Ceballos, así como otros miembros del Comité Organizador y de la AECC.

La XIV Feria Comercial y Exposición de Tendencias y Diseño albergó 27 expositores en una extensión que rondaba los 380 m². Estuvieron presente los principales inversores, promotores, consultores, proveedores y comerciantes, quienes presentaron sus nuevas fórmulas y formatos comerciales en un entorno que favorecía el *networking* y las oportunidades de negocio.

El proyecto Madrid Nuevo Norte fue desgornado en una ponencia de Miguel Hernández, director de Estrategia de Crea Madrid Nuevo Norte. Se trata de la actuación de transformación urbana que apuesta por el comercio de proximidad como elemento imprescindible para crear un entorno urbano dinámico y fomentar el empleo y la economía local.

A continuación, los usos alternativos centraron el debate en una mesa redonda moderada por **Gonzalo Martín, director de Colliers**, y con la visión de **Coré Martín, head of Leasing VP Development Spain &**



Stand de Merlin Properties.

POST CONGRESO AECC

MADRID NUEVO NORTE, UN PROYECTO ESTRATÉGICO QUE IMPULSA EL COMERCIO

La apuesta clara por el comercio de proximidad de Madrid Nuevo Norte resulta clave para llenar de vida los nuevos barrios que se van a construir. Con estrategias como el protagonismo de los locales en planta baja, hacer que convivan viviendas, oficinas y tiendas en el mismo espacio físico y no dar cabida a un gran centro comercial, se busca que sus calles y plazas, caminables y ciclables, estén llenas de vida e impulsar, al mismo tiempo, el comercio local.

La espina dorsal del comercio será la prolongación de la actual calle Agustín de Foxá, a lo largo del cual se emplazarán, además, las principales estaciones de transporte público. Esta vía será la que cuente con mayor presencia comercial en el proyecto y aspira a ser el nuevo eje de actividad económica y urbana del norte de Madrid. El proyecto crea,

además, centralidades urbanas de barrio al norte de la M-30, en las que convergen el transporte público, una mayor densidad edificatoria y la mezcla de usos, para generar entornos con gran protagonismo del comercio.

Un diseño de ciudad denso, compacto y de usos mixtos, en el que el 90% de las manzanas, tanto residenciales como de oficinas, incorporan comercio en planta baja.

Con una edificabilidad comercial total en torno a los 100.000 m², el planeamiento establece que, con carácter general, los espacios comerciales tengan hasta un máximo de 2.500 m² de superficie de venta, para potenciar el pequeño y mediano comercio. No obstante, en el ámbito del Centro de Negocios si se permiten mayores superficies, lo que facilita la creación de espacios



Miguel Hernández, director de estrategia de Crea Madrid Nuevo Norte, durante la presentación del proyecto.

comerciales singulares en los bajos de los edificios de oficinas. Además, el planeamiento permite hasta el 25% de la edificabilidad total para usos complementarios (lo que incluye comercial, hospedaje, dotacional, recreativo...) en función del programa de usos de las edificaciones.



Ponentes en la mesa redonda sobre usos alternativos.

Portugal | Premium, Midscale & Economy Division de Accor; Jorge Sánchez Mera, head of Leasing de VIA Outlets; y Daniel Sola, responsable de Expansión y Nuevos Negocios de Caser Dental.

Los expertos han repasado las opciones de negocio sobre edificabilidad sobrante de centros comerciales y otros usos alternativos. Cada experto ha



Stand de Sonae Sierra.

aportado su visión –en el terreno de la promoción, del sector hotelero y de las clínicas médicas–, analizando los pros y los contras de las sinergias de estos segmentos alternativos con el retail.

Los comerciantes nativos digitales que se implantan en tiendas físicas han participado en un panel moderado por Fernando de la Osa, director senior de CBRE. Los participantes han sido Domingo Barrachina, Growth director de Hoff; Javier Moya, head of Expansión de Singularu; y Carlos Sánchez, CEO & co-owner de Fútbol Emotion.

Los representantes de dichas marcas han compartido sus estrategias

de expansión, que varían según la localización. Para ellos es muy importante conocer a sus clientes y saber dónde y cómo ofrecerles la marca. Además, han coincidido en señalar que el salto al canal físico desde el online no es fácil, pero "hay que ser atrevido", ya que son mundos totalmente diferentes.

El segundo día por la tarde las sesiones se ocuparon de otros asuntos como la eficiencia energética y su relación con el mantenimiento predictivo y la inteligencia artificial, con la ponencia de Octavio Aláez, CEO de Ieqsy; o la evolución de la accesibilidad donde el servicio accesible ya es necesario en un debate dirigido por Esther Bienes, presidenta de la Fundación para la Accesibilidad y la Responsabilidad Social. Esta última mesa redonda estuvo conformada por Clemente Huerta, director general de Implaser; Arnaud Leroy, Asset Management de Merlin Properties; Miguel Ángel Manso, responsable de Servicios Generales de Supercor; y Patricia Matías, directora nacional Retail Services de Savills. ♦

AQ Acentor, Lar España o Madrid Nuevo Norte ofrecieron ponencias específicas durante las dos jornadas del Congreso