OBSERVATORIO INMOBILIARIO

Publicación	Observatorio Inmobiliario y de la Construcción General, 52	Fecha	15/06/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	18 726	V. Comunicación	11 944 EUR (12,901 USD)
Difusión	15 615	Tamaño	564,23 cm² (90,5%)
Audiencia	60 925	V.Publicitario	1282 EUR (1385 USD)

lar España Real Estate

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

PUNTOS DE VISTA RETAIL

JON ARMENTIA

director corporativo y CFO de Lar España

2. Supermercados, parques y centros comerciales se han mostrado como activos inmobiliarios especialmente resilientes desde la pandemia. Se han beneficiado en especial aquellas superficies dominantes en sus áreas de influencia o con calidad destacada tanto en el mix de inquilinos como en la omnicanalidad del conjunto comercial.

Esos activos especialmente cualificados, que podríamos definir como etiqueta plus, se han convertido en un auténtico valor refugio, dada su recurrencia de ingresos y el alineamiento claro de intereses entre propietarios e inquilinos más influyentes, muy reforzado en los últimos tres años. La rapidez con la que los retailers recuperaron sus ventas declaradas en cada desescalada y con la que mes a mes se incrementan ventas y visitas desde abril de 2022 certifican que la recuperación ha sido especialmente pujante en el retail.

Durante las desescaladas, las inversiones en supermercados fueron especialmente atractivas. Empiezan a tomar el relevo los parques comerciales, un formato que ha ganado protagonismo en los últimos meses gracias a las entradas independientes de cada comercio y a la alta frecuencia de las compras. A corto plazo asistiremos también a oportunidades relevantes de inversión en centros comerciales, en un primer momento sobre activos ya en uso y más adelante también en los de nueva promoción.

Los distintos agentes sectoriales y los principales inversores inmobiliarios e institucionales vamos a estar muy atentos a un segmento como el retail. Ya ha empezado a convertirse en toda una sorpresa inmobiliaria y a medida que la incorporación de nuevas tecnologías acreciente el valor experiencial y aspiracional de las tiendas físicas, los mejores parques y centros pueden convertirse, sin lugar a dudas, en las locomotoras del próximo tirón del consumo y el tiempo libre en cuanto se consolide la esperada recuperación del entorno macroeconómico.

IAN SANDFORD

presidente ejecutivo de Eurofund Group

3. La alta demanda de los clientes por encontrar servicios que se adapten a sus necesidades ha hecho que el retail se haya transformado completamente para poder integrar servicios de otras áreas de negocio, dando lugar al modelo de uso mixto (*mixed use* en inglés).

En Eurofund Group llevamos años de éxito en este modelo para no limitarnos únicamente a los destinos retail. Los patrones de consumo actuales han cambiado y el cliente busca una experiencia completa en cada área: ocio, restauración, retail y, más recientemente, quiere encontrar también espacios de trabajo y zonas residenciales, todo en un único destino.

La concepción del uso mixto del espacio está enfocada a crear una comunidad, ya sea reestructurando el activo existente o creando nuevas zonas habilitadas expresamente para elevar la experiencia. El primer caso lo vemos en UBBO, el *shopping resort* de Lisboa, donde retail, ocio, entretenimiento y hasta salud se unen para crear un espacio único en todo el país. El destino comercial cuenta con servicios integrados donde los clientes pueden, además de realizar sus compras, trabajar en los espacios de *coworking*, divertirse en las áreas de ocio y entretenimiento o incluso aprender sobre cultura urbana e iniciativas que generan un impacto positivo en la comunidad local en The Hood.

Queremos que cada uno de nuestros proyectos, tanto actuales como futuros, integren nuevos usos que aporten un servicio completo y supongan un incentivo en la experiencia de cada cliente. Actualmente, en Promenade Lleida se ha concebido un espacio abierto de zona comercial y parque de ocio de última generación totalmente sostenible. Ahí la máxima prioridad es el bienestar del cliente y para ello se creará un espacio denominado *Health Village*: un centro *wellness*, con clínicas de fisioterapia y zonas de spa donde relajarse. Contará con un acceso independiente para que nuestros clientes puedan disfrutar sin interrupción.