

## MDI y CICCPC analizan el panorama mundial de los centros comerciales

Pese al desarrollo global del comercio electrónico y la crisis del modelo en Estados Unidos, existen grandes oportunidades de crecimiento en Europa, Asia y Latinoamérica

Lunes, 27 de mayo – El pasado 8 de mayo el Máster en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias de la Universidad Politécnica de Madrid y el Colegio de Ingenieros de Caminos Canales y Puertos, organizaron en la sede de este último, con la colaboración de ULI, RICS y la Asociación Española de Centros Comerciales, una clase abierta al público titulada **“Tendencias en el desarrollo internacional de centros comerciales”** en el que cinco destacados especialistas expusieron la situación de esta actividad en los mercados europeos, latinoamericanos y asiáticos, constando los desafíos comunes y los evidentes elementos de convergencia que resultan claves en el futuro de estos activos.

Ángel Turel abrió la jornada preguntándose sobre la verdadera base del pesimismo en algunos entornos sobre el futuro de los centros comerciales, debido a los cierres en EEUU (304 en 2017) y al comercio electrónico. Pero, atendiendo al peso real de las transacciones minoristas online allí (15% frente al 9% europeo) y la comparación de la mezcla comercial en aquel país y Europa, Turel constató importantes diferencias en el peso de los grandes almacenes e hipermercados al otro lado del atlántico (46% frente al 24% español): Efectivamente, esa vinculación, junto a la obsolescencia del parque y su altísima densidad (2000 m2 por cada 1000 habitantes) estarían para el profesor del MDI y directivo de la consultora Larry Smith detrás de la crisis estadounidense. Un futuro que esquivé esta problemática en otras áreas geográficas pasaría, entonces, por adaptar la oferta comercial en tamaño y formato; por aprovechar las ventajas frente al e-commerce (como la posibilidad de tocar la mercancía y la asociación de las compras con el ocio, la restauración y el encuentro con otras personas); y por la asociación con las propias plataformas de venta por internet, desarrollando showrooms y centros de recogida.

Tras esta ponencia introductoria, llegó el turno de los mercados asiáticos. Jorge Ponce, Main Board Director de Broadway Malyan en España comenzó su intervención poniendo de relieve la alta difusión de las tecnologías entre la población urbana en países de la región como China o Corea del Sur, donde la hibridación entre el soporte físico y el electrónico está muy desarrollada; y las plataformas integradas de mensajería, comercio en línea o y servicios financieros comienzan a requerir de tiendas físicas propias e incluso a prestar apoyo económico al pequeño comercio para su mejora, mientras que se desarrollan nuevos productos como las tiendas autónomas móviles y elementos de integración con el entorno virtual y el real a través de realidad aumentada. En este contexto en el que Asia puede asumir el liderazgo económico y tecnológico global, el retail sirve

como driver de innovación y experiencia, y ancla de la expansión urbana en desarrollos de usos mixtos vinculados a las redes de transporte. Estas últimas características se repiten en los recientes desarrollos en los que este arquitecto arquitecto está interviniendo en China, Malasia, Singapur y Filipinas.

Este optimismo tiene su prolongación en Latinoamérica, donde Javier Zamorano, arquitecto al frente de la firma VIAIV Global Retail Architects, centra buena parte de su actividad. El crecimiento de la población y de la clase media actuales, del PIB, la inversión extranjera, el acceso al crédito y el consecuente incremento del consumo interno y de las ventas online, reflejan una transición social y económica con rasgos similares a la vivida por EEUU en la segunda mitad del siglo XX, aunque no debe olvidarse tampoco el papel del centro comercial como espacio seguro donde desarrollar la actividad de ocio. Esto desemboca en un crecimiento anual de la GLA del 5%, con 100 aperturas en 2018 para un parque de 1.900 centros, de los cuales el 86% se encuentran en los seis grandes países de la región, donde también vive el 76% de la población que es, a su vez, urbana en un 84%, Salvo en el caso argentino debido a su crisis económica, las cifras en el resto de estas nacionales (México, Brasil, Colombia, Chile y Perú) son alentadoras, con entre 4,7 y 27 metros cuadrados por cada 100 habitantes, que en 2025 podrían alcanzar los 22 m<sup>2</sup> en México, todavía lejos de los 34 m<sup>2</sup> españoles, que quedarían alineados con el resto de Europa, y por tanto con margen de crecimiento. Las tendencias en diseño observadas por Zamorano son: centros abiertos, con más espacios públicos y paisajismo, en centros urbanos y vinculados a otros usos a los que sirven de ancla, peso de la sostenibilidad, búsqueda de la identidad y de la creación de "experiencia de usuario" interiorismo cuidado, tiendas con fuerte personalidad, crecimiento de la restauración del 5 al 25% de la superficie y, por supuesto, transformación digital.

Roberto Pérez, consultor con una destacada trayectoria en la dirección de empresas del sector, devolvió a continuación la vista a Europa, coincidiendo con el diagnóstico de Turel tanto en lo relativo a las causas del retroceso de actividad en EEUU (sobreoferta, obsolescencia y vinculación a grandes almacenes) y en el optimismo respecto al e-commerce, para el que pronostica una integración total entre el entorno virtual y físico. Pérez destaca seis claves en el futuro de los centros comerciales:

- la regeneración de partes clave de la ciudad a través de desarrollo de usos mixtos;
- la movilidad: proximidad a grandes centros de transporte y atención a la bicicleta y el peatón;
- la colaboración público – privada y la implicación de la ciudadanía, al tratarse grandes operaciones, en áreas sensibles y en un contexto de intensa regulación urbanística.
- La sostenibilidad, eficiencia energética, desarrollo de zonas libres y espacios públicos, atendiendo una demanda social que a la vez beneficia al propietario.

La flexibilidad y adaptabilidad, que permitan la permanente actualización de la oferta comercial, aumentando el espacio para el ocio y la restauración y dando cabida a nuevos conceptos y operadores.

Finalmente, y recogiendo en cierta medida todo lo anterior, Roberto Pérez vislumbra el centro comercial como un espacio de encuentro más allá de sus “anclas”, en que las novedades y actividades hagan de cada visita una experiencia, el lugar “donde siempre pasan cosas nuevas”.

Arcadio Gil, responsable de LaSBA International Retail Property Consultants, Presidente del Comité Técnico “Ciudades, Territorio y Cultura” del CICCIP y miembro de ULI cerró el acto con un interesante recorrido a los centros comerciales que han recibido el galardón del International Council of Shopping Centres en los últimos años, en cuyo jurado ha participado hasta recientemente, poniendo de manifiesto, como conclusión al acto, que el futuro pasa por **centros comerciales urbanos**, dentro de **desarrollos inmobiliarios multi uso, accesibles, sostenibles**, que aprovechen las **sinergias con el comercio electrónico** y cuenten con una importante **oferta de ocio** que los convierta en prolongación del espacio urbano.

#### Comité Técnico “Ciudades, Territorio y Cultura” del CICCIP

Es comité del Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos encargado de difundir los trabajos de los ingenieros de Caminos en el ámbito de la creación de la ciudad, modificación del territorio y su aportación al patrimonio cultural de España, incluyendo el premio Albert Serratosa. Dentro de este comité, el grupo de trabajo Inmobiliario tiene entre otras funciones el difundir entre los Ingenieros de Caminos el sector Inmobiliario como una posible salida profesional y acercar este sector al ámbito universitario.

#### Máster en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias (MDI)

El Máster en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias de la Universidad Politécnica de Madrid es el principal programa de formación ejecutiva del sector en el mundo hispanohablante, con sede en Madrid, Buenos Aires, Ciudad de Guatemala, Ciudad de México y Lima, con más de 8.500 titulados hasta la fecha. Su edición en Madrid está acreditada por RICS (Royal Institute of Chartered Surveyors) y está asociada a ULI, WIRES (Women in Real Estate Spain), el Círculo Inmobiliario y el European Council for an Energy-Efficient Europe.