

## Mercado

Por B. B.  
23 SEP 2021  
🕒 04.58h

COMPARTIR



### S. Rodríguez (Tcgi): “Las rentas variables cobran cada vez más protagonismo”

El director de departamento de retail de la consultora Tcgi señala que la contratación de locales *prime* se está acercando a niveles pre-Covid, aprovechando un ajuste de las rentas de aún entre el 15% y el 20%.



Sergio Rodríguez, director del departamento de oficinas y retail de la consultora Tcgi, considera que lo peor para el retail ya ha pasado e, incluso, asegura que las compras online están “empezando a reducirse”. Rodríguez afirma también que la crisis ha acelerado un relevo de operadores, con la restauración y los servicios de barrio liderando los cambios, además de destacar la oportunidad de inversión que representan tras la crisis los centros comerciales, que cuentan con *yields* atractivas.

**Pregunta:** El retail ha sido, junto al hotelero, uno de los sectores más afectado por la crisis. ¿Cómo se está comportando y qué expectativas ve para los próximos meses?

**Respuesta:** Tras el final del estado de alarma el pasado mes de mayo y el paso del deseado periodo estival, empezamos a ver signos de mejoría y parece que nos estamos acostumbrando a convivir con la pandemia. La actividad económica está comenzando a recuperarse y el volumen de compras online poco a poco está empezando a reducirse, cobrando de nuevo protagonismo la tienda física.

**P.: Así como el teletrabajo ha cambiado el modelo de oficinas que teníamos parece que el comercio electrónico ha cambiado el retail. ¿Cómo evolucionará?**

**R.:** El comercio electrónico ya era una realidad antes del Covid-19 y lo que ha provocado la pandemia es acelerar en muchos casos los procesos de los operadores para adaptarse al e-commerce. Independientemente que la compra se lleve a cabo en locales físicos o en tiendas online, nosotros vemos que los múltiples canales de venta bien adaptados son muy positivos. Por las sinergias que generan el *click&collect* o el *pickupstore* no es enemigo de la tienda física sino un potenciador del negocio. De hecho, en la restauración se ha intensificado el *delivery* y han surgido el fenómeno de las *dark kitchen*, que ha sido una manera de combatir las restricciones de aforo en los locales, llegando de forma directa a los clientes, potenciando de esta forma la facturación de los operadores.

**P.: La desocupación es elevada, ¿la puede concretar por zonas?**

**R.:** La contratación de locales *prime* se acercan a niveles prepandemia y las rentas de cierre están sufriendo descuentos de entre el 15% y el 20%, cobrando cada vez mayor protagonismo las rentas variables frente a las rentas fijas, debido a la incertidumbre en ventas generada por el covid. Igualmente, cada vez están más presente en los contratos *cláusulas pandemia* como medida de preventiva en el futuro.

### “El ‘click&collect’ genera sinergias con la tienda física y es un potenciador del negocio”

**P.: ¿Qué alternativas hay en aquellas áreas secundarias dónde la desocupación es mayor?**

**R.:** Las áreas secundarias deben enfocarse a las necesidades de cada barrio. Actividades como, por ejemplo, trasteros o lavanderías si en la zona hubiese gran cantidad de viviendas pequeñas, o incluso plantearse cambios de uso a residencial, siempre y cuando el ayuntamiento lo permita. En este sentido, me gustaría destacar que necesitamos la colaboración de todas administraciones municipales ya que en muchas ocasiones la obtención de las licencias hace que las operaciones se compliquen.

**P.: No obstante, y a pesar de la crisis, hay algunos subsectores que están teniendo un buen comportamiento...**

**R.:** Destacaría especialmente en Madrid los movimientos que se están produciendo en la restauración, con la llegada de grandes operadores internacionales como Zuma en Plaza Colón, en el antiguo local de Hard Rock, o Robuchon, el histórico salón de té, en el Paseo de la Castellana de Madrid. Madrid ha tenido un apoyo incondicional a la restauración y ha minimizado las restricciones, en la medida de lo posible, para poder sacar a flote un sector que se ha visto directamente atacado por esta pandemia. Esta situación, no ha pasado desapercibida para operadores nacionales e internacionales que ha continuado con sus planes de expansión focalizándose en Madrid.

### “España es uno de los países donde se prevé una mayor subida de rentas en centros comerciales”

**P.: ¿Ve diferencias entre retail de primera línea y retail en grandes centros comerciales?** **R.:** Los centros comerciales están enfocados para ser un lugar de encuentro y disfrute del tiempo de ocio, que además incluyen las compras. Con la llegada de la pandemia, las compras están siendo la preferencia hasta que la situación se normalice, pero no cabe duda de que ese momento llegará y los propietarios de los centros comerciales están haciendo esfuerzos de transformación para que sus espacios vuelven a verse para vivir una experiencia. Sin embargo, la tienda urbana en *prime* nunca ha dejado de perder su protagonismo, en cuanto se flexibilizaron las medidas, calles como Goya tuvieron el mismo flujo peatonal que antes del covid, ya que su cliente principal es local. Donde se ha tardado más en recuperar los niveles peatonales ha sido en zona centro, ya que calles como la Gran Vía dependen en gran medida del turismo.

**P.: La inversión en centros comerciales está parada. ¿Cuándo se recuperará? ¿Cómo están evolucionando las yields?**

**R.:** España es uno de los países europeos donde se prevé una mayor subida de rentas en centros comerciales en los próximos años y aunque la inversión se encuentra focalizada en el *high street*, dado que las rentabilidades en locales en zona *prime* se están manteniendo en un *yield* en torno al 4%, puede que los inversores vuelvan a poner el foco en los centros comerciales como previsión de capturar una rentabilidad mayor.

COMPARTIR

