

Robert Travers (C&W): “Si el mercado está cambiando rápido, los activos deben ser flexibles”

El director del equipo de Agency & Tenant Representation de España de Cushman&Wakefield repasa la evolución del retail en el mercado nacional en el primer semestre.

P. Riaño/ I. P. Gestal
21 jun 2018 - 04:54

Robert Travers (C&W): “Si el mercado está cambiando rápido, los activos deben ser flexibles”

Robert Travers conoce, al dedillo, todas las calles de España, donde se encarga de buscar oportunidades para inquilinos, inversores o promotores. Con más de quince años de experiencia en transacciones y consultoría entre España, Reino Unido e Italia, Travers sostiene que la mejor palabra para definir el mercado del retail en 2018 es “precaución”. El director del equipo de Agency & Tenant Representation de España de Cushman&Wakefield asegura que el retail continúa siendo el mejor valor refugio.

Pregunta: El consumo minorista se recupera en España. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de locales en el primer semestre?

Respuesta: El mercado de los locales por debajo de 200 metros cuadrados o 300 metros cuadrados es muy líquido y hay mucha actividad. En general, son operaciones más sencillas y con menos capex. Sin embargo, cuándo mayor sea el local, más complicado es el mercado, pues los demandantes se lo piensan más. Cuando las rentas superan el millón de euros o los locales son de más de mil metros cuadrados, la gente analiza más. A más superficie, menos actividad. La foto de hoy y del año pasado es similar: mucha precaución.

P.: Sin embargo, los grandes operadores de sectores como la moda están apostando hoy por locales de gran superficie.

R.: En realidad, la mayoría de operaciones que vemos hoy, como H&M en Paseo de

Gracia o Zara en Plaza Catalunya, se firmaron antes. Entre 2013 y 2016, hubo una explosión de *deals* de gran tamaño, pero desde mediados de 2016 el frenazo ha sido importante. Hay varias razones. La primera es la disrupción del retail y el papel del online en el futuro. La segunda, el final de un ciclo muy expansivo de muchos operadores con un capex muy alto. Y, el tercero, que hay muy poco movimiento entre continentes: los operadores americanos no vienen a Europa y los asiáticos, tampoco. Todo esto ha limitado el número de *deals* firmados en los últimos meses, pero donde el mercado ha reducido más su velocidad es en locales grandes, pues los operadores son más cautos.

P.: ¿Debemos pensar, por tanto, que este será el nuevo normal?

R.: No, es algo temporal. Esta evolución es típica del mercado de locales de gran tamaño: entre 2011 y 2013 hubo poca actividad, de 2013 a 2016 se registró mucha y de 2016 a 2018, poca. Es un mercado muy cíclico: esto es un fenómeno europeo, no sólo de España. No sé si volveremos a la demanda de antes, pero cuando uno baja otro sube.

“No sé si volveremos a la demanda de antes, pero cuando uno baja otro sube”

P.: Dicen que restaurantes, cosmética y deporte son ahora los principales demandantes de locales. ¿Es así?

R.: Sí, es cierto, pero también es verdad que esta fase también va a tranquilizarse, porque han sido muy activos en los últimos años.

P.: ¿La situación política española es la culpable de esta menor actividad?

R.: No, es algo europeo y, como decía, la menor actividad se produce sobre todo en locales grandes. La situación de Cataluña ha afectado a Barcelona, no a España, pero sólo de octubre a enero. Muchas operaciones importantes se han dilatado en el tiempo. A la vez, gente que tenía prudencia con Cataluña ha desplazado su mirada a Madrid, Málaga o Valencia. Por otro lado, desde febrero el turismo ha repuntado y vemos una demanda correcta. Hay más normalidad.

P.: ¿El retail continúa siendo un activo refugio para la inversión?

R.: Por supuesto. Sacar un 3,25% o un 3,5% en locales de *prime* es muy atractivo respecto a otras alternativas de inversión. Hay mucho interés inversor, pero poco producto.

“La flexibilidad es el activo, pero también la ubicación”

P.: ¿Cuál es el perfil de inversor más destacado hoy?

R.: Va por volúmenes de inversión. Los *family offices* continúan siendo los principales interesados. A partir de veinte millones ya se encuentran fondos especializados en *high street* buscando oportunidades. En retail, el problema es que no hay producto y, si sale algo bueno, hay cola.

P.: Soy un inversor: ¿qué me recomienda, un local para un restaurante o un local con mucha superficie?

R.: La clave de todo es la flexibilidad. Si el mercado está cambiando rápido, los activos deben ser flexibles. La gente se plantea cómo afrontar el mañana y los activos deben responder a esta necesidad. Cuánto más flexible sea el local, más probabilidades de tener éxito tendrá: que se pueda dividir, que tenga varios usos... Si mira Paseo de Gracia o Serrano, son ubicaciones muy polivalentes en la demanda: los locales pueden ser para el lujo, pero a la vez para el *mass market*. La flexibilidad es el activo, pero también la ubicación.

P.: Operadores como Ikea o Mediamarkt están llegando al centro de las ciudades. ¿Presionan al alza las rentas?

R.: No. Normalmente estas operaciones no tienen lugar en ubicaciones cien por cien *prime*, con excepciones como las de Decathlon en Fuencarral o Kiabi en Paseo de Gracia. Es muy sano que lleguen estos operadores porque aumentan y renuevan la demanda. No hay que perder de vista tampoco a los supermercados: la mayoría quieren entrar en centro ciudad.