
Mercado

Antonio Simontalero (Cbre GI): “El retail no será sólo flagship stores”

El director general en España y Portugal de Cbre Global Investors considera que el sector inmobiliario está “a final de ciclo”, pero lejos de una burbuja inmobiliaria.

Marta Casado Pla
11 abr 2019 - 04:48



Antonio Simontalero es director general de España y Portugal de Cbre Global Investors, la rama encargada de asesoría y gestión de activos de Cbre Group. Simontalero considera que el gran reto del sector pasa por “trabajar en la gestión de los activos” para atraer inquilinos y sacar la mayor rentabilidad posible de cada uno de ellos. Esta tarea, según el directivo de Cbre GI, cobra especial importancia debido a la fase del ciclo en el que se encuentra el sector, donde los activos ya no se revalorizan por la inercia del mercado.

Pregunta: ¿En qué fase del ciclo está el sector inmobiliario?

Respuesta: Estamos en la fase de consolidación del ciclo. En los últimos años, hemos

visto un aumento de precios en todos los sectores. Es muy difícil que este aumento se siga manteniendo en los años venideros. Estamos en un momento del ciclo en que lo importante es atender a la calidad de los inmuebles, centrarnos en la gestión y en generar valor. La subida de valor de los inmuebles, en términos de un aumento de los *yields*, ya no se va a producir más porque estamos a final de ciclo.

P.: ¿Hay riesgo de una burbuja inmobiliaria?

R.: No. Yo no veo nada parecido a la situación que vivió el sector inmobiliario a partir de 2007. Otra cosa es que los mercados son cíclicos y en determinados sectores habrá ajustes de precio, pero no creo que estemos cerca de una crisis.

P.: ¿Cuál es la situación del retail?

R.: El auge del ecommerce está provocando un cambio en los hábitos de compra de los consumidores. Ante eso, el comercio tradicional se tiene que transformar para poder competir con los nuevos canales de distribución. El retail es un sector en constante transformación. La aparición de las nuevas tecnologías, y especialmente del ecommerce, hace que estemos en un proceso de transformación especialmente acelerado y obliga a los actores tradicionales a adaptarse a las nuevas necesidades del consumidor.

“El comercio tradicional se tiene que transformar para competir con los nuevos canales de distribución”

P.: ¿Sólo habrá grandes *flagship stores* en zonas prime?

R.: Esta afirmación puede ser cierta si hablas de los *retailers* o de las grandes marcas. Las grandes marcas buscan posicionamientos *prime*, únicos, que tengan tráfico de personas, con una gran afluencia de públicos. Este tipo de locales están en las zonas centrales de las grandes ciudades. Pero, al final, el mundo del retail es mucho más amplio y no termina en los *flagship stores* de las grandes marcas.

P.: ¿Cuál es el futuro de los locales situados en las segundas zonas comerciales?

R.: El retail no va a dejar de existir. Los locales de las segundas zonas comerciales, haciendo el paralelismo con los centros comerciales secundarios, se irán reconvirtiendo en locales de conveniencia, de servicios para la gente que vive en las proximidades. Si la reconversión será más moda o más servicios quedará determinado por las necesidades de la demanda de toda la comunidad.

P.: En el sentido opuesto, el auge del ecommerce ha ‘puesto de moda’ el sector logístico. ¿Está cerca de tocar techo?

R.: La inversión en el sector logístico está muy demandada por el cambio en las preferencias de consumo. Esto afecta tanto a la gran distribución, las grandes naves localizadas en las afueras de los grandes *hubs* logísticos, como a *last mile*, naves más cercanas a los núcleos urbanos para facilitar la entrega a los consumidores. En general, existe demanda para toda la tipología de nave.

Los locales de segundas zonas comerciales se convertirán en locales de conveniencia

P.: ¿Qué papel tienen las ciudades secundarias en el sector inmobiliario?

R.: Las ciudades secundarias están despertando cada vez más interés por parte del inversor institucional. Esto es aplicable a todos los sectores. El retail es un sector de consumo, que no está ligado exclusivamente a las grandes ciudades. Ciudades como Valencia, Málaga, Sevilla y Bilbao están cada vez más en el radar de los inversores institucionales.

P.: ¿En qué fase están los activos alternativos en España?

R.: El *coworking* ya es una realidad. Hay una gran cantidad de espacio demandado por empresas de *coworking* que, a su vez, tienen demanda por parte de los usuarios. Está basado en una demanda real. Eso es consecuencia de un cambio en las demandas de los ocupantes, que quieren más flexibilidad, espacios nuevos, modernos, con facilidades dentro del centro de trabajo, etc. No es sólo que los activos alternativos vayan a jugar un papel importante, sino que lo están haciendo ya.

P.: ¿Cuáles son los retos del sector?

R.: En esta fase del fin de ciclo, las empresas del sector tenemos que trabajar mucho en la gestión de los activos que tenemos en cartera. Tenemos que ser capaces de extraer lo mejor de cada uno de los activos, de atraer a los inquilinos y de posicionar a los inmuebles como los mejores cada uno en su sector. Esto es el reto de los gestores inmobiliarios hoy en día.

P.: ¿Cuáles son los retos del retail?

R.: El retail tiene que adaptarse a los nuevos patrones de consumo, proporcionando al consumidor el *plus* que está buscando más allá de la compra.

P.: ¿Y del sector logístico?

R.: En el sector logístico, el reto es adaptarse a las nuevas demandas de los ocupantes, que son cambiantes en tanto en cuanto las exigencias del consumidor son cambiantes. El reto es ser capaz de transformar el sector inmobiliario a la velocidad

de los cambios de comportamiento y hábitos de consumo del usuario final. Estamos en un entorno de cambio y el sector inmobiliario se tiene que adaptar.