

Inmobiliario

Más ocio y menos tiendas en los centros comerciales de Merlin

La Socimi quiere dar la vuelta a su cartera de 'retail' para mejorar su rentabilidad y potenciar su atractivo. Con una inversión de 202 millones prevé un incremento anual en las rentas de más de 18 millones.

Rebeca Arroyo. Madrid

Merlin hace oídos sordos a los apocalípticos del comercio físico y utiliza el ocio y la restauración como reclamo para atraer al consumidor a sus centros comerciales. La Socimi ha puesto en marcha un ambicioso plan de inversión para repositionar algunos de sus centros comerciales y disparar las rentas.

En concreto, Merlin destinará 202 millones de euros en repositionar los centros comerciales de Larios, en Málaga; Arturo Soria Plaza, X-Madrid y Tres Aguas, en Madrid; El Saler, en Valencia; Porto Pi, en Palma de Mallorca, así como en el edificio ocupado por Fnac en el número 5 de la madrileña plaza de Callao.

De los más de 200 millones que la compañía invertirá en tres años hasta 2021, 57,5 millones se emplearán para la incorporación de nueva superficie en propiedad en estos centros y el resto, 144,4 millones, se empleará en la reforma y reposición de los centros.

Una vez completadas las reformas y con los centros ya en funcionamiento, Merlin espera un incremento adicional de rentas de 18,2 millones de euros anuales.

Merlin cuenta actualmente con 18 activos *retail*, de los que 15 son centros comerciales, con un valor de 2.500 millones de euros, el 23% del total de su cartera.

Más experiencias

“Lo que se busca con estas reformas es dar cabida a la nueva demanda de las marcas y permitirles que amplíen sus tiendas para contar con más exposición; dar prioridad a las experiencias; disponer de zonas de descanso y dar más peso al ocio y a la restauración”, explica Luis Lázaro, director de *retail* y logística de Merlin.

Entre las reformas emprendidas en 2019, una de las más revolucionarias por lo di-

Invertirá unos 100 millones en El Saler (Valencia), Porto Pi (Palma) y en el Fnac de Callao



EL SALER Merlin también renovará al centro comercial El Saler, ubicado frente a la Ciudad de las Artes y las Ciencias y el Oceanográfico, de Valencia. La Socimi aprovechará la excelente ubicación del centro valenciano para incorporar nuevas terrazas y restaurantes. Invertirá 25 millones de euros en la reforma y 12 millones adicionales para incorporar nueva superficie a la oferta comercial.

ferencial de la propuesta ha sido la de X-Madrid. El centro, conocido antes con el nombre de Opción, reabrió sus puertas el pasado mes de noviembre con un concepto totalmente diferente. X-Madrid da la vuelta a la oferta tradicional, que destina un 70% del espacio a *retail* y un 30% a experiencia, e invierte la fórmula dando prevalencia a las experiencias y la restauración frente a las tiendas.

Para atraer a otro tipo de usuarios X-Madrid cuenta con un área de escalada con una pared de más de 15 metros, una piscina con una ola



artificial para practicar surf y un espacio de juego de realidad virtual. Además, en primavera abrirá un centro de buceo. “Llevamos tres meses abiertos y la acogida está siendo muy buena con datos de afluencia muy positivos”, apunta el directivo.

Lázaro destaca además que en este centro se ha apostado por los espacios temporales

Merlin cuenta con 18 centros y medianas comerciales valoradas en 2.500 millones de euros

(*pop up's*), que se pueden contratar desde una semana a un mes. “Cada vez hay más marcas online que quieren contar con presencia física y con este modelo pueden probar los resultados”, apunta.

Otros ejemplos de activos recientemente repositionados por Merlin son el centro comercial de Larios, en Málaga, donde ha invertido 48 millones y ha adquirido nueva superficie para dar más espacio a la restauración.

Este año y el que viene Merlin renovará además los centros de El Saler, en Valencia, y Porto Pi, en Palma de

X-MADRID Merlin abrió el pasado mes de noviembre este centro comercial en Alcorcón (Madrid). Tras más de dos años de reforma y una inversión de 35,2 millones, X-Madrid contará con 97 locales, más de 22 tiendas y espacios temporales (*pop up's*). Entre los reclamos de X-Madrid figura un área de escalada con una pared de más de 15 metros, una piscina con una ola artificial para practicar surf, un espacio de juego de realidad virtual y un centro de buceo.

Mallorca, con una inversión de 37 millones y 36 millones, respectivamente. En concreto, Merlin aprovechará la ubicación del centro valenciano, muy próximo a la Ciudad de las Artes y las Ciencias y del Oceanográfico de Valencia, para reforzar su oferta gastronómica con terrazas y restaurantes modernos.

En Porto Pi mejorará los

Apuesta por la apertura de 'pop up's' para la entrada de nuevas marcas en los centros

VENTA ONLINE

El temor al impacto del comercio electrónico en la evolución de la tienda física ha enfriado el interés del inversor por los centros comerciales,

accesos, además de modernizar y digitalizar el centro localizado frente al puerto, en el paseo marítimo de la ciudad.

Además, la compañía quiere renovar el edificio ocupado por Fnac en la céntrica plaza madrileña de Callao para incluir espacio de ocio y restauración. Merlin destinará 19,4 millones a su actuación en el inmueble.

Desde la compañía destacan que, a pesar de “la animadversión” actual del inversor a los centros comerciales por el miedo a la venta digital, en España el *retail* “funciona”. “Nuestros datos a septiembre muestran una subida del 1,6% en la afluencia a los centros y, además, las ventas de nuestros inquilinos se han incrementado un 4% en este periodo. El inversor anglosajón es reticente por miedo a que se repita en otros países lo ocurrido en Estados Unidos o Reino Unido, donde debido a una sobreoferta se están cerrando centros”, indica.

“Hay que aprender a vivir con el *ecommerce*. Nosotros en los centros estamos invirtiendo en tecnología para mejorar las web y la conexión WiFi, desarrollamos buenas aplicaciones, disponemos de espacios de recogida de paquetes y acompañamos a las marcas en sus necesidades”, asegura Lázaro.

Última milla

Además, desde Merlin contemplan la posibilidad de aprovechar sus centros como puntos de distribución de última milla. Desde la cadena recuerdan que muchos de los clientes de sus centros comerciales son, a su vez, inquilinos de sus plataformas logísticas. “Es algo que estamos analizando. Hay muchas posibilidades y es lo que estamos explorando ahora con nuestros clientes de *retail* y logística”, añade Lázaro.

Se trata de un modelo que Merlin ya está testando en algunos de sus edificios de oficinas en Madrid y Barcelona, donde la Socimi utiliza los aparcamientos subterráneos para la descarga de camiones entre las 23:00 horas y las 7:30 horas.