

news



RECOLETOS

Conferencias
y Formación

Al filo del cambio en una industria consolidada



Acabamos el año 2004 y, con ello, un año más de desarrollo sorprendente de la industria de los centros comerciales en España. Un auténtico vendaval de inauguraciones ha sembrado el país este otoño de nuevas y magníficas realizaciones, completando un nuevo año de aumento sostenido del número y superficie de centros. Además, un número creciente de renovaciones y expansiones de los centros existentes están viendo la luz, y, en el camino, las afluencias y ventas totales del conjunto del parque siguen creciendo, cada año, imparablemente.

Pero, al tiempo, los signos de cambio en el mercado, anunciados desde hace ya algún tiempo, se acentúan: Crece el número de mercados con grados relevantes de saturación, las condiciones de competencia bajo las que operan muchos centros y sus operadores son cada vez más exigentes, las afluencias medias por centro flexionan a la baja, los niveles de rentas de producto nuevo se estancan o descienden, o el número de centros que operan con dificultades, o donde las tasas de ocupación o de renovación de operadores son preocupantes, es mayor cada día.

Han pasado más de 25 años desde la llegada a España de la fórmula, y hoy el estado de consolidación y madurez de esta industria en el país es ya muy importante. No es difícil sentir el filo del cambio bajo los pies de promotores, propietarios y gestores de centros comerciales. Ahora más que nunca. Y, por tanto, hoy, más que nunca, es necesario dotarse de elementos para poder anticipar, de alguna manera, la orientación y el significado de los cambios.

Representando todavía bastante menos del 20% del comercio minorista, las posibilidades de crecimiento todavía existen. Mercados locales todavía infradotados, ciudades de tamaño medio, revitalizaciones de centro ciudad, nuevos colectivos de consumidores, desarrollo de las últimas fórmulas introducidas, productos para necesidades todavía por satisfacer, son, entre otras, oportunidades del mercado de la promoción. Y, desde luego, en los centros

existentes, la necesidad de garantizar posiciones competitivas mañana, la permanente adaptación al cambio y consolidación creciente de operadores, la respuesta a las nuevas tecnologías y a la compra electrónica, de la que volveremos a hablar mucho en los próximos años, y las exigencias medioambientales, requerirán actuaciones en el mercado de la explotación.



Del análisis de las características comerciales, funcionales o incluso arquitectónicas de los últimos centros abiertos o renovados en España se pueden obtener tendencias subyacentes. Y de la comparación con lo que está ocurriendo en mercados todavía más maduros o consolidados, como son los de la Europa occidental o Estados Unidos, con nuevos conceptos como los "lifestyle", con el desafío del aire libre, con el "streetscape", con las nuevas generaciones de parques comerciales, o con nuevas formulaciones del papel del ocio, se pueden obtener ideas. De

Sumario

- 1 Al filo del cambio en una industria consolidada
- 2 Las tecnologías viajan con nosotros
- 3 Il Encuentro del Sector Defensa
Metros y Tranvías: la participación de la iniciativa privada
- 4 Breves / Agenda 2005

saber adaptar estas tendencias e ideas a nuestro mercado y a cada proyecto específico, se podrán obtener las lecciones implícitas que conllevan.

¿Fin de ciclo? No, pero cambio. Cambio de expectativas, cambio de actitudes, cambio de aspecto. Y evolución de conceptos, nuevos modelos, oportunidades selectivas de crecimiento, y exigencia de adaptación de lo existente. El número, la envergadura y la categoría de centros comerciales abiertos en estos últimos meses de 2004 en España podrían estar anticipando un cambio de ciclo. Bajo la apariencia de este auténtico vendaval de inauguraciones que hemos vivido, no parece difícil percibir el filo del cambio que se avecina.

Arcadio Gil
Consejero Delegado
LaSBA

Próxima conferencia:
VII Encuentro Especializado sobre Centros
Comerciales
Madrid, 24 y 25 de febrero

Patrocina:

