



# LOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES

**EVA CUESTA**

DIRECTORA GENERAL DE ACERTA ESPAÑA

La afluencia a los centros comerciales se recupera lentamente. Entre el 31 de mayo y el 20 de junio, el tráfico en los españoles registró una caída interanual del 55,6%. En China, descendió un 28,3% en junio, en Estados Unidos un 43,4% y en Reino Unido un 70,4%.

La fase 2 de la desescalada diseñada por el Gobierno ha supuesto la apertura de los 568 centros comerciales clausurados desde el decreto de estado de alarma. Hasta entonces, solo habían estado abiertos para el acceso a hipermercados, supermercados, farmacias u otras tiendas esenciales. Durante ese tiempo, los propietarios de los centros y los operadores han ido trabajando en protocolos de seguridad para los clientes, tanto en el acceso y tránsito por el inmueble como dentro de las propias tiendas.

Al respecto, la AECC ha elaborado un protocolo con recomendaciones que incluyen la desinfección diaria del centro, la dispensación de geles hidroalcohólicos en entradas, tiendas o aseos, el pago por medios electrónicos contactless en el aparcamiento y la limpieza constante de superficies.

También la revisión de la ventilación y sistemas de purificación de aire, restringir el uso de ascensores a una persona, instalación de mamparas en puestos de información y sustituir en los baños los secamanos.

Precisamente sobre esta cuestión, se ha celebrado el pasado 24 de junio una webinar, propiciada por la AECC, con un debate que como directora general de Acerta España he tenido el placer de moderar y que ha contado con la participación de algunos operadores (Carrefour Properties y Gentalia), estudios de arquitectura (L-35) y compañías de certificación (SGS).

Todos los intervinientes coincidieron en comentar que el covid-19 ha provocado una aceleración de las tendencias que ya se venían dando.

Es evidente que algunos centros más antiguos tendrán que reformarse, pero muchos de los nuevos y los ya renovados, no requerirán grandes cambios.

En la actualidad, Acerta está trabajando en la reconfiguración del CC El Faro, en Badajoz, y del CC Bahía Sur, en San Fernando (Cadiz), ambos propiedad de Castellana Properties.

Lo que es vital es que cualquier centro comercial, nuevo o rehabilitado, esté equipado con la flexibilidad para poder adaptarse rápidamente y a un coste relativamente bajo a los cambios del mercado, tecnológicos y sociales, para evolucionar a largo plazo.

Por otra parte, la tecnología va a ser clave para garantizar la mejor experiencia de compra, ocio y entretenimiento en el centro comercial en este nuevo escenario. Así, herramientas tecnológicas que permitan gestionar los aforos,



*Lo que es vital es que cualquier centro comercial, nuevo o rehabilitado, esté equipado con la flexibilidad para poder adaptarse rápidamente y a un coste relativamente bajo a los cambios del mercado, tecnológicos y sociales, para evolucionar a largo plazo*

los flujos y las colas, soluciones digitales de asistencia personalizada, para planificar la visita al centro o para comunicarse de forma eficaz y constante con el mismo, así como una mayor integración entre los canales online y offline, cobrarán protagonismo en este nuevo futuro del retail.

Es evidente que la velocidad de recuperación del retail será diferente en cada actividad y la alimentación será la primera en estabilizar las ventas. Las tiendas de ropa, donde se lleva a cabo la desinfección de las prendas o el control del aforo, volverán a los niveles pre-Covid en el medio plazo.

En el caso de la restauración, con espacios entre las mesas para garantizar la distancia de seguridad y su higienización en cada servicio, el ritmo de la recuperación dependerá del tipo de servicio ofrecido