

## EMPRESAS Y EMPRESARIOS

## ENTREVISTA

## ÁLVARO PORTELA

PRESIDENTE EJECUTIVO DE SONAE SIERRA

## «En España sigue habiendo buenas oportunidades»

JORGE B. MONTAÑÉS

Sonae Sierra es una empresa multinacional de origen portugués que lleva casi una década operando en España. Su actividad pretende aportar un enfoque integral en el negocio del retail. El grupo, pese a las dificultades de la coyuntura inmobiliaria y financiera, mantiene una ambiciosa política expansionista. Álvaro Portela, presidente ejecutivo de Sonae Sierra y vicepresidente del Grupo Sonae, explica a Profesionales SU VIVIENDA las líneas maestras de la compañía y las perspectivas que se abren en el mercado de los centros comerciales. El enfoque global que desarrollan incluye las actividades de inversión, promoción y gestión.

**Pregunta.**—¿Cuáles son los planes de expansión de su compañía?

**Respuesta.**—Nuestros planes pasan, fundamentalmente, por crecer y consolidarnos en los mercados en los que tenemos presencia actualmente. Así, en 2008 vamos a inaugurar tres nuevos centros comerciales y de ocio. Uno en Italia—centro comercial Gli Orsi (Biella)—, otro en Grecia—centro comercial El Pantheon Plaza (Larissa)— y también en España (la ampliación de Plaza Mayor), en Málaga.

Aquí, además, estamos desarrollando un nuevo centro comercial en Granada, en Pulianas, municipio situado al noroeste de la capital. Estará ubicado en un área de 14 hectáreas sobre la que se contempla la construcción de un centro comercial de dos plantas, con una superficie de 28.000 m<sup>2</sup> y un retail park de 17.000 m<sup>2</sup>, además de una tienda Ikea y 2.630 plazas de aparcamiento. La inversión bruta que se ha destinado a este proyecto es de 111 millones de euros. Pulianas abrirá sus puertas a lo largo de 2010.

**P.**—¿En cuántos países operan?

**R.**—En total tenemos 15 proyectos en desarrollo y otros 13 nuevos proyectos en diferentes fases en Portugal, España, Italia, Alemania, Grecia, Rumanía y Brasil con una SBA total de un millón de metros cuadrados. Además, buscamos mercados donde podamos establecernos de manera sostenible. Mercados que nos ofrezcan oportunidades de desarrollar centros comerciales y de ocio que puedan llegar a convertirse en líderes del mercado.

**P.**—¿Cómo van los plazos de su proyecto en Málaga?

**R.**—La inauguración de la ampliación del centro comercial y de ocio Plaza Mayor, en Málaga, tendrá lugar el próximo 30 de septiembre.

La ampliación de Plaza Mayor contará con 58 nuevas tiendas repartidos en 18.750 m<sup>2</sup> de SBA. Tras la ampliación, el centro comercial y de ocio Plaza Mayor tendrá un total de 53.100 m<sup>2</sup> de Superficie Bruta Alquilable, 153 tiendas, 3.480 plazas de aparcamiento, 20 salas de cine, 35 restaurantes, una bolera con 20 pistas, un supermercado



Álvaro Portela, presidente ejecutivo de Sonae Sierra. / EL MUNDO

Mercadona, un autocenter, una gasolinera, una escuela de música y un gimnasio.

**P.**—¿Cuándo considera que España tocará techo a nivel comercial? ¿Ve un largo recorrido?

**R.**—En España sigue habiendo buenas oportunidades. Lo importante al desarrollar un centro es conocer las demandas de la población, y adecuar el proyecto a esas expectativas.

Existen casos de comunidades

«Nuestros planes pasan por consolidarnos y crecer en los mercados en los que estamos presentes»

«Creemos en el potencial de las ciudades españolas de tamaño medio y en los grandes desarrollos»

autónomas como Andalucía o Valencia que experimentarán un gran crecimiento durante 2008. Esto demuestra que existen espacios para la construcción de nuevos centros comerciales y de ocio. En Sonae Sierra contamos con un equipo especializado dedicado al análisis de oportunidades. Cuando se decide comenzar un nuevo proyecto, como es el caso del centro Pulianas, es porque estamos seguros de que la localidad lo necesita.

**P.**—¿Qué formas tiene Sonae para afrontar la crisis internacional de liquidez?

**R.**—En el caso de Sonae Sierra esta crisis no se ve reflejada en nuestra ac-

tividad normal. Actualmente contamos con un número de operaciones, como el Sierra Portugal Fund y otros tipos de negocios financieros que funcionan realmente bien. Naturalmente, tenemos una buena reputación y una relación a largo plazo con la mayoría de nuestros bancos que nos permiten que continuemos desarrollando nuestro negocio.

**P.**—¿Qué oportunidades ve en España para abrir centros comerciales en el centro de las ciudades?

**R.**—Las oportunidades están más, creemos, en las ciudades de tipo medio, con alto potencial de crecimiento, y en los nuevos desarrollos urbanísticos en grandes ciudades. No obstante, nosotros mismos disponemos de centros en el corazón de las ciudades y no descartamos contar con algunos más en un futuro, si se dan las circunstancias apropiadas.

**P.**—¿Qué tendencias marcarán el futuro de los centros comerciales?

**R.**—En Sonae Sierra creemos que la tendencia apunta a que los centros comerciales se conviertan en auténticos destinos de ocio, innovadores, enfocados a cubrir las necesidades de toda la familia, incluyendo todo tipo de actividades lúdicas, esto es, con un mix comercial atractivo y actual.

Los centros comerciales se han de constituir como las nuevas plazas del siglo XXI y deben lograr una total integración en la ciudad en la que se ubiquen. Estamos preparados para ofrecer los más novedosos espacios de ocio y comercio e intentamos estar siempre a la vanguardia del sector. Nuestro lema es *Passionate about innovation*—apasionados por la innovación—y tratamos de llevarlo hasta sus últimas consecuencias.

## OTROS MERCADOS

## Primer Grupo mira a Europa del Este y adquiere hoteles y oficinas

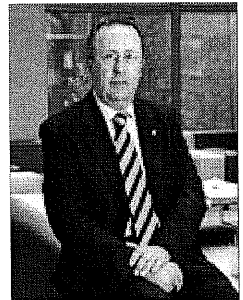
M. M. G.

Una división promotora especializada en residencial, una consultoría inmobiliaria que cuenta con un despacho de Derecho Urbanístico y un conglomerado de franquicias son las tres principales unidades de negocio de Primer Grupo. La promotora, que estrenó hace un año su nueva sede central y celebra este 2008 su 20 aniversario, cuenta con oficinas en la Comunidad Valenciana—donde centra su actividad, con un 90% de sus sucursales— y Madrid. Además, como apunta su presidente, Pedro Martínez, va a extenderse a Europa del Este.

«Somos conscientes de que las empresas que quieran permanecer en el mercado tendrán que adherirse a una red que les ofrezca un valor añadido y una imagen de marca fuerte para ser competitivas, precisamente los requisitos que han sido nuestros logros en las últimas dos décadas», indica el directivo. Martínez subraya que la política de su firma «se ha basado en la reinversión de beneficios». Una circunstancia que, sumada al hecho de contar con «una estructura financiera sólida y un planteamiento de compra de suelo estratégico y prudente», le posibilita transitar por la actual coyuntura del sector «de una forma suave».

## Recursos

Además, la disponibilidad de recursos y fondos propios y la diversificación de sus intereses con activos fijos, como hoteles y edificios de oficinas, hace que la compañía encare el ajuste «de manera reflexiva, analizando minuciosamente qué decisión será la más conveniente en cada momento, en función de la evolución del mercado», como manifiesta el presidente.



**EMPRESA:** Primer Grupo Corporación Inmobiliaria. **DIRECCIÓN:** Pedro Martínez, presidente (en la imagen). **LOCALIZACIÓN:** Comunidad Valenciana y Madrid. **ACTIVIDADES:** La empresa cuenta con tres divisiones de negocio: promoción de primera residencia (80% en régimen libre y 20% con algún tipo de protección), consultoría inmobiliaria especializada en Derecho Urbanístico y red de franquicias.

Su estrategia para el próximo año y medio pasa por potenciar sus divisiones de franquicia y consultoría gracias a dos de sus «puntos fuertes»: la comercialización y el *know how*. Mientras en el apartado de consultoría los responsables pretenden «aprovechar el descenso de las ventas», en el de franquicia trabajan «en el diseño de más y mejores servicios». Primer Grupo dispone de una cartera de suelo importante focalizada en el área metropolitana de Valencia en distintas fases de planeamiento urbanístico, lo que permitirá a la sociedad «tener cubiertas las necesidades de terrenos en un 70% durante los próximos 10 años».

## Vigourbán se orienta al alquiler y a la búsqueda de otros mercados

JORGE PLANELLÓ

Vigourbán confía en una estrategia centrada en el alquiler, en construir con cautela y en la diversificación para capear la incertidumbre que vive el sector.

«Queremos intentar hacer lo que se vende con el respaldo de que lo que no se vende puede dedicarse al alquiler», explica su administrador Ricardo Suárez Ramilo. En este sentido, reconoce que tienen «la suerte de no estar cargados de obra». La actividad patrimonial de esta promotora gallega, nacida en la década de los 90 en Vigo, abarca tanto el alquiler de oficinas en planta baja como de vivienda, principalmente de primera residencia.

La promotora ha apostado por dirigir su negocio hacia nuevos mercados, bien dentro de España, como es el caso de su participación en desarrollos urbanísticos en las Islas Canarias, o fuera del país, como por ejemplo en Rumanía, Portugal o Francia. Por otra parte, asegura llevar a cabo una diversificación en su negocio que le ha llevado a participar de forma activa, al margen de su pre-

sencia en el sector de oficinas y residencial, en el área deportiva a través de su empresa distribuidora de neumáticos para motocicletas, denominada Rodamoto, de escuelas de formación, o, por otro lado, del patrocinio deportivo, como es el caso de competiciones de motociclismo o del equipo de baloncesto femenino de primera división, R.C.Celta.

Vigourbán, que actualmente tiene siete promociones en marcha y cuatro en proyecto, destaca por su esfuerzo en personalizar su producto; no sólo mediante los materiales utilizados sino también gracias a sus construcciones en lugares privilegiados.

**EMPRESA:** Vigourbán. **DIRECCIÓN:** Ricardo Suárez Ramilo, administrador. **LOCALIZACIÓN:** Galicia y Canarias, en España, Portugal, Rumanía y Francia, en el extranjero. **ACTIVIDADES:** Promoción de primera residencia (50%), patrimonial (25%) y segunda residencia (25%). **RESERVA DE SUELO:** Para más de 400 viviendas.