



## Nota de Prensa



Imágenes en alta definición [aquí](#)

**CBRE presenta en Diagonal Mar la forma de reapertura en la desescalada para los centros comerciales en España:**

### **Más tecnología, omnicanalidad y atención personalizada**

- Los centros comerciales han adoptado una serie de medidas para priorizar la seguridad de los visitantes, empleados, proveedores, contratistas y demás grupos que se relacionan con ellos
- Con el cambio de paradigma, en cuanto a comportamientos y preferencias del consumidor, la tecnología jugará un papel clave para garantizar la seguridad, así como una experiencia de ocio mucho más personalizada y de comunicación e interacción por vías *online* y *offline* al mismo tiempo

**Barcelona, 18 de mayo de 2020.** – CBRE, primera compañía a nivel internacional en consultoría y servicios inmobiliarios, que gestiona más de 40 centros comerciales en España a través de su división de Property Management, ha presentado hoy en el centro comercial Diagonal Mar de Barcelona, propiedad de un fondo público gestionado por DWS, cómo será la reapertura de los centros comerciales en la desescalada de cara a la nueva normalidad con la implementación de una serie de protocolos y adaptaciones de las recomendaciones sanitarias emitidas para toda la población por las autoridades sanitarias de España.

Dichas medidas están recogidas en una guía práctica que la compañía ha elaborado para la desescalada y la vuelta paulatina a la nueva normalidad en los espacios comerciales que gestiona: *Back2theFuture*. Este protocolo de medidas diseñadas para garantizar la máxima seguridad, así como la mejor experiencia del usuario posible, es un compendio de buenas prácticas en lo relativo a higiene, trabajo, convivencia e interacción social en los centros tanto para los visitantes, los *retailers* y los propietarios.

En este contexto, Soledad López-Cerón directora del área de Property Management de CBRE España, comentó que “Por supuesto, la prioridad es garantizar en todo momento la seguridad de todas las personas que tengan alguna vinculación de la naturaleza que sea con nuestros centros”. Agregó que de forma inminente la nueva realidad pasa por la implementación de herramientas tecnológicas que permitan gestionar los aforos, los flujos y las colas, soluciones digitales de asistencia personalizada para planificar la visita al centro comercial o para comunicarse de forma eficaz y constante con el mismo. Destacó que la omnicanalidad, es decir, una mayor integración entre los canales *online* y *offline* para los usuarios cobrará protagonismo en este nuevo futuro del *retail*.



## Nota de Prensa



“En estos últimos meses ha habido un cambio de paradigma en el consumidor, en sus prioridades y en sus intereses, que en otras circunstancias hubieran tardado varios años en suceder, ante esto, la tecnología jugará un papel fundamental para interconectar a los visitantes con los centros comerciales para ofrecerles experiencias adaptadas a la nueva realidad, siempre en un contexto de diversión y entretenimiento únicos lo que es la base de la oferta de los centros comerciales”, concluyó Soledad López-Cerón.

### **El uso de la tecnología para una experiencia óptima, personalizada y segura**

A partir de ahora, la recomendación es que el usuario que planeé acudir a los centros comerciales tenga las herramientas para planificar la visita lo más posible antes de salir de casa, consultando en la web o en la *app* de los centros comerciales las horas de menor afluencia, los horarios de apertura y los accesos abiertos, entre otra información. En la web de los centros el cliente podrá organizar la visita a través de un código QR de acceso y tener la opción de gestionar la recogida de la compra en el punto *Click&Collect* del *parking*, en puntos específicos del centro comercial o en la propia tienda.

Con la *app* de cada centro, el consumidor podrá también estar al tanto de las directrices de seguridad e higiene e incluso, teniendo en cuenta el listado de productos que se desean adquirir, la aplicación permitirá preparar el recorrido óptimo con antelación. Con el objetivo de tener una mejora continua de la experiencia, se pedirá a los visitantes que hayan asistido al centro comercial que evalúen la experiencia y que den su opinión, a fin de ampliar y mejorar las prestaciones de los centros de cara a futuras visitas durante esta fase de desescalada. La compra *online* se verá potenciada también a través del concepto “*Mall & Go*” que facilitará la compra en línea en cualquiera de los establecimientos del centro comercial con servicio de entrega a domicilio.

En relación con el acceso a los centros, se controlará el aforo mediante sistemas de conteo inteligente, se señalarán los flujos de circulación peatonal en las entradas, salidas y en el interior del establecimiento. A discreción de cada centro y siguiendo las recomendaciones del gobierno a lo largo del proceso de desescalada, se valorará la posibilidad de suministrar material de seguridad como mascarillas o gel hidroalcohólico en los accesos.

### **Superficies más despejadas, mayores espacios, señalética y atención personalizada**

Las medidas que tendrán que contemplar los centros comerciales están orientadas a preservar la distancia de seguridad, la higiene y la correcta convivencia, por ello algunos de los aspectos que se implementarán son el control del aforo o la señalización de la distancia mínima de seguridad; medidas de higiene, instalando en los diferentes espacios dispensadores de gel hidroalcohólico, incorporando papeleras con tapa accionada por



## Nota de Prensa



pedal y adaptación de los servicios de limpieza, así como otras medidas que incluyen la ampliación de alternativas de movilidad sostenible para trasladarse hasta o desde el centro comercial, la adaptación de horarios o del apoyo logístico que van a requerir los operadores.

Se potenciará la realización de reservas y citas previas gestionadas a través de una plataforma específica, mediante la que los clientes podrán realizar reservas en los diferentes establecimientos tiendas, servicios y restauración, etc. Se recomendará priorizar el uso de pago con tarjeta en los establecimientos.

En lo relativo a los accesos a los centros, será potestad de cada uno habilitar el número de entradas tanto peatonales como de *parking* que garantice el control de aforo y las medidas previamente descritas. Como novedad, será obligatorio dejar una plaza de *parking* libre entre cada vehículo.

Con respecto a las zonas comunes, habrá una interrupción temporal de servicios como áreas de descanso, prestamos de material tales como cochecitos para bebés, atracciones infantiles, así como uso de las pantallas táctiles de los centros. Para garantizar la distancia de seguridad entre personas habrá señalética en el suelo tanto del centro comercial como de las tiendas, restaurantes y otros *retailers*.

Finalmente, es importante destacar que en cada centro se ha reforzado el equipo de atención al cliente para garantizar una correcta implementación de las normas descritas, así como para responder dudas que pudieran surgir por parte de los visitantes.

### **Refuerzo de los protocolos de higiene y desinfección**

Los planes de limpieza han sido revisados y adaptados prestando especial atención a la desinfección de superficies de contacto, como pasamanos, barandillas o botoneras. En los baños se colocarán carteles informando de las normas de lavado de manos y se sustituirán algunos elementos como los secamanos de acción manual por otros que no requieran contacto. Asimismo, se limitará el uso de los ascensores siendo prioritario para personas con movilidad reducida o que llevan carros para niños.

En todo momento se recomendará a los visitantes evitar el contacto innecesario con superficies a través de apoyarse en paredes, sentarse en las escaleras o cualquier otra superficie que pudiera suponer un riesgo de contagio. El uso de la mascarilla será altamente recomendado e incluso algunos centros distribuirán *packs* en sus entradas con elementos de protección.

Para concluir, la nueva normalidad en los centros comerciales pasa por la digitalización y la omnicanalidad en beneficio de la seguridad y experiencia del visitante, lo cual ha llevado a los operadores y *retailers* a implementar hoy experiencias de usuario mucho más personalizadas y eficientes que en otro contexto hubieran tardado años en adoptarse y posiblemente con alguna resistencia mayor al cambio. En este momento, estas modificaciones vienen dadas por el consumidor y sus necesidades, tal y como cualquier cambio en una compañía de servicios debe ser: poniendo al consumidor y sus necesidades en el centro de todo.



## Nota de Prensa



### Para más información:

#### Edelman

[Carla.Padro@edelman.com](mailto:Carla.Padro@edelman.com)

[Patricia.Madrigal@edelman.com](mailto:Patricia.Madrigal@edelman.com)

+34 665 80 43 07

### También puedes seguirnos en:



### Acerca de CBRE:

CBRE Group Inc, con sede central en Los Ángeles, cotizada en el NYSE e incluida en Fortune 500 y S&P 500, es la compañía de consultoría y servicios inmobiliarios líder a nivel internacional (según los ingresos del ejercicio 2019). Cuenta con más de 100.000 profesionales en más de 530 oficinas en todo el mundo (excluyendo filiales). En España está presente desde 1973, donde ofrece servicios inmobiliarios a través de 9 oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Alicante, Málaga, Sevilla, Zaragoza y Palma de Mallorca).

Los servicios de CBRE se prestan desde los siguientes departamentos: A&T Industrial, A&T Oficinas, Property Management, Building Consultancy, Corporate Finance, Cross Border, Debt Advisory, Fondos de Inversión, Global Corporate Services, Hoteles, Inversiones Institucionales, Patrimonios Privados, Residencial, Retail, Suelo y Valoraciones. Más información en [www.cbre.com](http://www.cbre.com) y [www.cbre.es](http://www.cbre.es).

CBRE es socio fundador de ACI, Asociación de Consultoras Inmobiliarias.

### Sobre Diagonal Mar Centre Comercial

Inaugurado el 20 de noviembre de 2001, la icónico Diagonal Mar, propiedad de un fondo público de DWS y gestionado por CBRE, primera compañía internacional de consultoría y servicios inmobiliarios, es uno de los centros comerciales más grandes de Cataluña, con más de 90.000 m<sup>2</sup> de superficie total y cuenta con más de 200 establecimientos dedicados a la moda, la restauración, el ocio y otros servicios. Además, ofrece 4.800 plazas de aparcamiento totalmente gratuitas durante 3 horas. Recientemente, el centro ha llevado a cabo un proyecto de reforma y modernización para adaptar su oferta a las nuevas necesidades de los consumidores y tendencias del sector.