OBSERVATORIO inmobiliario y de la construcción

Publicación	Observatorio Inmobiliario y de la Construcción General
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	18 726
Difusión	15 615
Audiencia	60 925
Fecha	23/07/2019
País	España
Página	32
Tamaño	609,27 cm² (97,7%)
V.Publicitario	1380 EUR (1563 USD)

gesvalt® Consultoría y Valoración Advisory & Valuation

Los inversores siguen apostando por el comercio físico en España

El volumen de inversión en el sector retail se sitúa en torno a los 3.800 millones de euros, según muestra el VI Informe High Street Gesvalt 2018

Rodrigo Puebla

Los locales a pie de calle siguen despertando un enorme interés en España, gracias a su gran liquidez y al aumento de la rentabilidad. Según revela la sexta edición del Informe sobre el Mercado de High Street elaborado por Gesvalt, empresa de consultoría y valoración de activos, en 2018 el volumen de inversión en retail se ha situado alrededor de los 3.800 millones de euros. Esta cifra, si bien es ligeramente inferior a la de 2017 (-2,1%), sigue siendo superior a la alcanzada en años anteriores.

Unos 1.300 millones de euros (un 35% del total invertido) fueron destinados a locales High Street, sobre todo por parte de socimis y fondos de inversión. Este alto volumen de inversión, que se prevé que siga aumentando durante este año, aunque de forma más moderada, muestra que los locales comerciales a pie de calle siguen despertando un enorme interés en nuestro país. Su gran liquidez y el aumento de la rentabilidad han sido factores determinantes para cerrar el año con un resultado tan positivo.

Sandra Daza, directora general de Gesvalt, ha apuntado en la presentación del informe, celebrado en la sede del Instituto de Empresa de Madrid, que nuevas marcas y firmas de lujo buscan ubicarse en los principales ejes comerciales en locales de mediana o gran superficie, incluyendo al sector de la banca, que irrumpe con fuerza en las arterias comerciales. En lo que respecta a los fondos de inversión y las socimis, estos han mostrado una gran actividad durante todo el año 2018 y la tendencia apunta a que seguirá siendo así durante 2019. El informe señala un creciente interés en los locales de gran formato. Sin embargo, la escasez de producto en zonas prime está provocando un incremento de los precios.

DIFERENCIAS POR CIUDADES

El estudio de Gesvalt recopila los principales datos del sector retail en las zonas prime de las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia y Palma de Mallorca correspondientes a 2018 y tiene como novedad este año la incorporación de datos sobre Bilbao y Málaga. Así las cosas, es posible observar diferencias entre ciudades en la renta de alquiler de locales comerciales.

Sandra Daza, directora general de Gesvalt.

Al igual que en años anteriores, Madrid y Barcelona son las ciudades con la mayor demanda de locales y sus tasas de ocupación en las zonas prime se acercan al 100%. En concreto, Puerta del Ángel, en Barcelona, es la calle más cara de España al alcanzar una renta promedio de 275 €/m²/mes, 5 euros por metro cuadrado y mes más que en 2017. Le sigue la calle Preciados, en Madrid, en su tramo Callao-Puerta del Sol, con un promedio de 260 €/m²/mes, con el mismo incremento de 5 euros por metro cuadrado y mes.

OBSERVATORIO inmobiliario y de la construcción

Publicación	Observatorio Inmobiliario y de la Construcción General
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	18 726
Difusión	15 615
Audiencia	60 925
Fecha	23/07/2019
País	España
Página	33
Tamaño	603,66 cm² (96,8%)
V.Publicitario	1380 EUR (1563 USD)

gesvalt® Consultoría y Valoración Advisory & Valuation

MADRID

	Renta Prime 2017	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Preciados	255 €/m²/mes	260 €/m²/mes ▲	52	1,90%
Serrano	240 €/m²/mes	240 €/m²/mes =	200	6,50%
Gran Vía	230 €/m²/mes	235 €/m²/mes ▲	197	7,10%
Ortega y Gasset	220 €/m²/mes	200 €/m²/mes ▼	65	10,75%
Fuencarral	180 €/m²/mes	175 €/m²/mes ▼	133	2,25%

BARCELONA

	Renta Prime 2017	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Puerta del Ángel	270 €/m²/mes	275 €/m²/mes ▲	58	0,00%
Paseo de Gracia	240 €/m²/mes	245 €/m²/mes ▲	188	2,15%
Portaferrisa	130 €/m²/mes	130 €/m²/mes =	96	8,30%
Pelayo	120 €/m²/mes	125 €/m²/mes ▲	79	2,55%
Rambla de Cataluña	110 €/m²/mes	110 €/m²/mes =	251	2,80%
Diagonal	70 €/m²/mes	75 €/m²/mes ▲	195	4,60%

VALENCIA

	Renta Prime 2017	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Colón	160 €/m²/mes	155 €/m²/mes ▼	86	7,30%
Don Juan de Austria	130 €/m²/mes	130 €/m²/mes =	39	7,90%
Jorge Juan	80 €/m²/mes	80 €/m²/mes =	54	3,70%

PALMA

	Renta Prime 2017	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Paseo del Borne	200 €/m²/mes	200 €/m²/mes =	46	4,35%
San Miguel	175 €/m²/mes	170 €/m²/mes ▼	98	1,10%
Jaime III	145 €/m²/mes	145 €/m²/mes =	98	3,05%

MÁLAGA

	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Marqués de Larios	170 €/m²/mes	51	0,00%
Plaza Constitución	120 €/m²/mes	34	0,00%
Alameda Principal	55 €/m²/mes	25	11,90%

BILBAO

	Renta Prime 2018	Nº Locales	Disponibilidad
Gran Vía	160 €/m²/mes	87	2,60%
Ercilla	120 €/m²/mes	52	7,70%
Rodríguez Arias	115 €/m²/mes	96	3,10%
Máximo Aguirre	45 €/m²/mes	56	7,10%

OBSERVATORIO inmobiliario y de la construcción

Publicación	Observatorio Inmobiliario y de la Construcción General
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	18 726
Difusión	15 615
Audiencia	60 925
Fecha	23/07/2019
País	España
Página	34
Tamaño	599,61 cm² (96,1%)
V.Publicitario	1380 EUR (1563 USD)

gesvalt® Consultoría y Valoración Advisory & Valuation

> Durante el pasado año hemos asistido a la creación de sinergias entre distintos mercados, como son el retail y el logístico

Por otro lado, el atractivo para el turismo de ciudades como Málaga o Palma de Mallorca despierta también el interés del inversor, al mostrar sus calles principales tasas del 100% de ocupación en sus tramos más exclusivos.

No obstante, en el estudio se observa también que los elevados precios de Madrid y Barcelona y la escasez de oferta en polos como Valencia, donde las zonas prime de las calles Jorge Juan y Don Juan de Austria presentan una disponibilidad cerca del 0%, llevan a las marcas a buscar nuevos lugares en los que posicionarse. De esta manera, Bilbao está siendo la gran beneficiada, al verse incrementado su tejido comercial. La Gran Vía de López de Haro no es solo la calle bilbaína más solicitada a la hora de alquilar un local, sino que también es la más cara con un promedio de 160 €/m²/mes.

LAS NUEVAS TENDENCIAS CON LAS QUE ATRAER AL CONSUMIDOR

Si bien existían dudas ante la irrupción del e-commerce y las graves consecuencias para el comercio físico, el informe señala que estamos lejos de ver ese final. Las marcas están implementando nuevas tecnologías con las que ofrecer experiencias diferenciales a los consumidores, como estanterías y probadores interactivos o el etiquetaje Rfid.

Para hacer frente al comercio electrónico, las tiendas físicas están subiéndose a la ola de la innovación. Durante el pasado año hemos asistido a la creación de sinergias entre distintos mercados, como son el retail y el logístico. Es por ello por lo que las tiendas físicas han optado por crear espacios en el propio local en los que el comprador online puede recoger su pedido, denominados *click and collet*. Además de estos puntos de recogida, 2018 ha sido un año en el que los retailers han hecho un gran esfuerzo en mejorar la experiencia de compra, al ofrecer servicios más personalizados. La implantación de este modelo obliga al retailer a contar con tiendas de mayor tamaño. El fenómeno flashship ha llegado para quedarse, muestra de ello son las recientes aperturas de tiendas pertenecientes a gigantes de la moda en los ejes principales de ciudades como Madrid y Valencia.

Participantes en la mesa redonda celebrada en el Instituto de Empresa.

MESA REDONDA

Tras la presentación del informe de Gesvalt tuvo lugar una mesa redonda moderada por Gema Alfaro, socia de Alfaro-Manrique Atelier, en la que participaron Javier Basagoiti, socio director de Corpfin Capital y presidente de ASOCIMI; Dolors Jiménez de Bussiness Development Manager Advisory de Gesvalt Cataluña; Antonio Moyano, Real Estate Development Manager de Sephora; y Carlos Vila, Expansion director South Europe de Mango.

En la mesa se cruzaron puntos de vista entre inversores y operadores, abordando desde diferentes enfoques la realidad y tendencias de futuro del comercio de calle en España en cuanto a tipologías de tienda, rentas, negociación, valor añadido de los locales, relación con el cliente, sostenibilidad, normativa urbanística y municipal, entre otros temas. [⊙]