

Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Marzo 2008

Economía:

1. El año 2007 ha tenido dos comportamientos completamente diferentes, uno de gran dinamismo durante los 8 primeros meses del año y otro de cambio de tendencia en la última parte del mismo motivado por la crisis financiera americana, que se ha traducido en una notable moderación del crecimiento y en un deterioro de las perspectivas de gran parte de las economías del mundo.
2. Adicionalmente, el precio del barril de petróleo ha pasado de 54 dólares a principios de año, hasta los 94 al final, aumento sólo parcialmente contrarrestado por la apreciación del euro frente al dólar (1,47).
3. El crecimiento del PIB en España se situó por encima del 4% en la primera mitad del año para caer al 3,5% en el último trimestre, dando una cifra media anual del 3,8%. Las previsiones para 2008 se sitúan entre el 2,6% y el 3%, según las fuentes, fruto del debilitamiento observado en la demanda interna (construcción y consumo).
4. La inflación, que hasta el mes de agosto se había mantenido en valores ligeramente superiores al 2%, pasó en cuatro meses del 2,2 al 4,2%, proceso que también se ha producido en la zona euro, aunque bastante más suavizado, quedando el diferencial de los índices armonizados en el 1,2%.

Gráfico nº1: Variación absoluta del número de parados (miles)

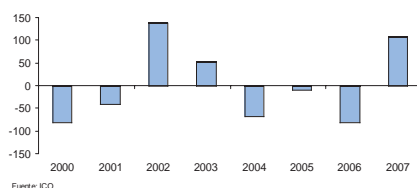
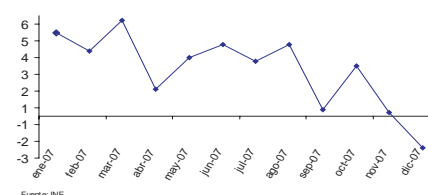


Gráfico nº2: Índice de ventas al por menor 2007. Tasa de variación interanual



5. La creación de empleo ha perdido impulso a final de año, pues aunque el número de afiliados a la Seguridad Social ha crecido en 425.000 personas en 2007, el de parados registrados también ha crecido en 106.000, rompiéndose la racha descendente de la tasa de paro, que ahora se sitúa en el 8,6% (ver gráfico nº1).
6. El índice de ventas del comercio al por menor (ver gráfico nº2), cayó desde un 4,2% de tasa interanual al finalizar el primer semestre, hasta una tasa negativa del -1,9% a final de año, comportamiento que también se ha producido en el índice de grandes superficies (-1,4%). La confianza del consumidor ha caído más de 20 puntos desde 94,4 en abril, hasta 72,3 a final de año (ver Boletín Coyuntura BoColnCo IV Trimestre)
7. El euríbor refleja una tendencia a la baja tras haber registrado valores de 4,80 en noviembre, mientras las autoridades monetarias mantienen el tipo de referencia en el 4%, sin decidirse claramente por atajar la inflación o por atajar el enfriamiento de la actividad económica.

Mercado de Promoción de Centros Comerciales:

8. Las previsiones realizadas en el anterior número del Observatorio nº7 se han confirmado plenamente habiéndose producido en el año 2007 un total de 651.800 m² de SBA nuevos, con 25 aperturas y 4 ampliaciones (ver cuadros nº1 y nº2), lo cual supone una disminución del ritmo de crecimiento del 25% con relación a la media de los últimos 5 años, establecida en 875.000 m². La inversión realizada en 2007 en promoción ha sido de 1.700 millones de euros.
9. Con estos datos, la AECC computa un parque nacional de 487 Centros mayores de 5.000 m² SBA, con un total de 11.907.000 m². De ellos, casi la mitad,

nº 8 Marzo 2008

Publicación Informativa del
Programa Permanente de
Investigación LaSBA

LaSBA
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL



UGC Manoterías Madrid



Espacio Mediterráneo Murcia



H2Ocio Madrid



Alcalá Magna Madrid



3 de Mayo Santa Cruz de Tenerife

- 5.681.000 m², han visto la luz desde el año 2001 hacia acá.
- Según datos de la AECC, los Centros españoles han vendido 38.550 millones de euros incluyendo ocio y servicios, lo que equivale al 13% del total del comercio minorista y un 18,5% del gasto comercializable dentro de centros comerciales.
 - Por tipologías, existen 311 Centros tradicionales (11 de ellos superiores a 80.000 m²), 107 Centros basados en Hipermercado y 69 especializados (32 Parques Comerciales, 28 Centros de Ocio y 9 Centros de Fabricantes).

Cuadro nº1: Aperturas 2007

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA(m ²)
La Plaza de Ayamonte	Ayamonte, Huelva	13-mar	Ciudad de Ayamonte	11.300
UGC Manoterías	Madrid	30-mar	Alius Partners	13.200
Ledua Park	Novelda, Alicante	17-may	Penta Kola	5.000
El Palloí	Reus, Tarragona	18-may	Nuñez y Navarro	9.000
Espacio Mediterráneo	Cartagena, Murcia	21-may	Multi Development	54.000
Puerto Venecia 1ª F	Zaragoza	may	Eurofund I.	33.400
El Manar	Massalfasar, Valencia	may	Pradera	12.500
El Golf	Talavera, Toledo	13-jun	Frey Investment	21.600
H2Ocio	Rivas Vaciamadrid, Madrid	21-jun	Avantis	50.000
Carrefour Baena	Baena, Córdoba	27-jun	Carrefour	6.500
Gran Sur	Adeje, Tenerife	3-ago	Arte Metro Inm.	15.000
Carrefour Cocentaina	Cocentaina, Alicante	29-ago	Carrefour	7.000
Plaza Imperial 1ª F	Zaragoza	27-sep	Duprocom	45.100
El Ventantal de la Sierra	Colmenar Viejo, Madrid	8-oct	Inmochan	28.000
El Rosal	Ponferrada, León	23-oct	Sonae	49.500
Plaza de Andalucía	Algeciras, Cádiz	24-oct	Alius Partners	7.200
Alcalá Magna	Alcalá Henares, Madrid	31-oct	ING Real Estate	34.100
Area Sur	Jerez, Cádiz	8-nov	Chamartín	46.800
Divervalles	Guadalajara	15-nov	Castur	8.200
Ferial Plaza	Guadalajara	20-nov	Realia	56.000
Plaza Mayor	Xátiva, Valencia	21-nov	Espacio comercio y Ocio	32.600
La Gavia 1ª F	Madrid	27-nov	Carrefour	43.000
3 de Mayo	Santa Cruz de Tenerife	29-nov	Sta. Cruz Siglo XXI	14.000
San Roque	Badajoz	nov	Commercia	11.000
Carrefour Tudela	Tudela, Navarra	dic	Carrefour	8.000
Total Aperturas	25			622.000

Cuadro nº2: Ampliaciones 2007

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA (m ²)		
				Inicial	Ampliada	Total
Las Terrazas de Porto Pi	Palma Mallorca	7-mar	Testa	59.000	7.000	66.000
Heron City II	Valencia	30-nov	Heron	42.000	2.500	44.500
El Deleite	Aranjuez	1-jun	Leclerc	7.000	7.000	14.000
Barrio Art Decó	Madrid		GMR	16.700	13.300	29.000
Subtotal Ampliaciones	4			124.700	29.800	153.500
TOTAL (Aperturas/Ampliaciones)	29				651.800	
TOTAL Acumulado dotación parque nacional						11.895.000

- La dotación media per capita a nivel nacional es de 0,263 m² (263 por cada 1.000 habitantes), destacando Madrid y Asturias con 441 y 396 m² respectivamente en la parte alta y Extremadura y Cataluña en la baja con 112 y 157 m² respectivamente. Los mayores incrementos corresponden a Aragón con 56 m² SBA y Castilla la Mancha con 36.
- De las aperturas realizadas en el año, destacan los Centros Ferial Plaza, Espacio Mediterráneo, H2 Ocio El Rosal y Area Sur, todos ellos en el entorno de los 50.000 m² SBA (ver cuadro nº1). En el apartado de Parques Comerciales destacan las primeras fases de Plaza Imperial y Puerto Venecia en Zaragoza y La Gavia en Madrid (ver cuadro nº2). Entre las ampliaciones, que suman 29.800 m², destaca Barrio Art Decó con cambio de concepto incluido.
- Las mayores superficies por categorías corresponden a los Centros Grandes (40% del total de nueva SBA en 5 unidades) y los Parques Comerciales (26%, con 7 unidades). Continúan 3 Centros Medianos, 6 Pequeños y 3 Hipermercados. Destaca la ausencia de Centros Muy Grandes y se confirma el estancamiento de Centros de Ocio con un solo representante y de Centros de Fabricantes con ninguno.
- Las áreas que concentran mayor superficie nueva son Madrid con un 30% del total y 5 aperturas, seguida de Castilla la Mancha con un 13% en 3 aperturas y de Aragón con un 12% en dos aperturas. Andalucía y Comunidad Valenciana cuentan con 4 aperturas cada una y computan el 11 y el 9% respectivamente.
- El tamaño medio de los nuevos Centros es de 25.000 m², con una reducción importante con relación a la cifra de 2006 que era de 35.000 m².

pág 2

nº 8 Marzo 2008

OBSERVATORIO LaSBA





Islazul Madrid



Ballonti Portugalete



Espacio Buenavista Oviedo



A Laxe Vigo



Aragonia Zaragoza

Previsiones para 2008

17. Para el próximo ejercicio se espera una fuerte inyección de superficie comercial (ver cuadros nº3 y nº4), gracias a la existencia de importantes proyectos de tamaño grande y muy grande, algunos previstos inicialmente para 2007, que se encuentran en construcción en estos momentos, por lo que se podrá volver a las cifras habituales desde 2002, superiores a 800.000 m2 anuales y quizás superar la cifra record de 2003.
18. Las actuaciones se localizarán de forma principal en Comunidades como Galicia, Andalucía, Murcia y Madrid que reúnen entre 15 y 18 posibles aperturas.
19. Las ampliaciones y renovaciones también serán importantes, tanto en proyectos de 2007 que completarán su 2ª Fase (Parques Comerciales de Zaragoza y Vallecas), como proyectos más antiguos que están procediendo a ampliaciones y remodelaciones como fórmula de adaptación a situaciones de mayor competencia.

Cuadro nº3: Previsiones Aperturas 2008

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA(m2)
Islazul	Madrid	Lar	90.000
Las Terrazas	Jinámar, Tenerife	Eroski/Horneras	90.000
El Tiro	Murcia	El Tiro de Murcia	70.000
Dolce Vita Coruña	La Coruña	Chamartín	62.000
Parque Almenara	Lorca, Murcia	Eroski	62.000
Ballonti	Portugalete, Vizcaya	Eroski	50.000
Portal de la Marina	Ondara, Alicante	Eroski	45.000
Espacio Buenavista	Oviedo	Multi Development	40.000
Las Dunas	Sanlúcar de Barrameda, Cádiz	GGC	38.000
Magic Badalona	Badalona	Sacresa	36.000
N4	Ecija, Sevilla	Prompan/Carrefour	30.000
La Noria	Murcia	Realia	30.000
Viapark Bahía Almería	Vicar, Almería	Coperfill / Frey Invest	30.000
Aragonia	Zaragoza	Zaragoza Urbana	28.000
Aguilas Plaza	Aguilas, Murcia	Eroski	24.000
PC Oleiros	Oleiros, La Coruña	Bouygues	22.000
F.O. DG Center	Tui, Pontevedra	Indogo	20.000
PC Vega del Rey	Camas, Sevilla	Solcampo	18.000
Alhsur	Granada	I.S. Alhsur, S.L.	18.000
El Puerto	Melilla	Privado	17.000
Costa Esuri	Ayamonte, Huelva	Fadesa	15.000
A Laxe	Vigo, Pontevedra	Zona Franca	14.000
Punta Almenara	Punta Umbría, Huelva	Pronatares	8.000
Urbano Center	Morón de la Frontera, Sevilla	Aselegal	6.000
Subtotal Aperturas	24		863.000

Cuadro nº4: Previsiones Ampliaciones 2008

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m2)		
			Inicial	Ampliada	Total
Plaza Imperial 2ª F	Zaragoza	Duprocom	45.000	82.000	172.000
Puerto Venecia 2ª F	Zaragoza	Eurofund	33.000	55.000	121.000
La Gavia 2ª F	Vallecas	Klepierre	43.000	46.000	132.000
Plaza Mayor 2ª F	Málaga	Sonae	34.000	19.000	87.000
Alegra 2ª F	San Sebastian Reyes	Neinver	24.000	25.000	73.000
Subtotal Ampliaciones/Fases	5		179.000	227.000	406.000
TOTAL	29			1.090.000	

Tendencias

20. Los datos de 2007 han supuesto una transitoria moderación en relación con las producciones de los últimos años y con las previstas en los próximos ejercicios (hasta 2010 como mínimo). La dimensión de muchos de los proyectos conocidos refleja que los promotores apuestan por el tamaño como estrategia de competencia en un mercado cada vez mas maduro.
21. Los otros elementos en los que se pone especial atención durante la fase de promoción son la arquitectura y la diferenciación de la oferta. En conceptos gana peso el modelo de Centros al aire libre.
22. Hay un replanteamiento profundo del peso del ocio en los proyectos y buen número de promotores optan directamente por la eliminación de los cines en los mismos, sustituyéndolos por medianas, por mas moda y por fórmulas alternativas de ocio.
23. Se confirma el protagonismo creciente de la actividad de Parques Comerciales por su buena acogida y la política de expansión de las cadenas. Cada vez más operadores de diversos sectores de actividad, utilizan los parques comerciales como canal de distribución.
24. La AECC ya computa 1,1 millones de m2 de Parques Comerciales, lo cual arroja

pág 3

nº 8 Marzo 2008

OBSERVATORIO LaSBA



una dotación de 24 m2/1000 hab. Adicionalmente se estiman otros 10 m2 para Medianas aisladas y agrupaciones de Medianas.

25. Estos Parques se van extendiendo hacia las ciudades o mercados de tamaño medio, existiendo en la actualidad numerosos proyectos de este tipo.
26. Las mayores dificultades de financiación en general, harán que tanto los promotores como los operadores se muestren mas exigentes y selectivos en sus planes de expansión.
27. Va creciendo la importancia de los consumidores de la 3ª edad y de los emigrantes.

Centros en funcionamiento

28. Las cifras de afluencia a los centros españoles ha experimentado en Diciembre una bajada del 2,3% respecto Diciembre 2006, según el Indice Foot Fall España, quebrando el comportamiento observado a lo largo de todo el ejercicio 2007, que registraba un crecimiento medio interanual superior al 4%.
29. Las ventas también han descendido en la campaña de Navidad, acentuando la tendencia que se venía percibiendo desde septiembre, mes donde se había registrado una reducción de la cifra de ventas del orden del 3,8% en relación con el mismo mes de 2006.
30. Entre las renovaciones y/o ampliaciones, una de las más significativas que está en marcha, es la de La Ermita, con su primera fase ya operativa y que está suponiendo una importante remodelación para convertirse en un nuevo centro (Barrio Art Decó).
31. En el sector de Cines, durante 2007 se ha producido una drástica caída no solo del número de espectadores (de 122 millones a 112) sino también en el de la recaudación (de 636 millones a 619). Estos datos reflejan la gravedad de la crisis del sector, que tuvo su máximo en 2004 y que continúa cayendo desde entonces. Paralelamente se está produciendo un proceso de selección y concentración de operadores.
32. Compañías con presencia en España han sido galardonadas a nivel internacional con dos premios de ICSC. Es el caso de Sonae Sierra que ha recibido el Premio a la Compañía europea más comprometida con la sostenibilidad en sus proyectos y el recibido por el CC Plenilunio, promovido por Riofisa, como el Mejor Diseño y Desarrollo Internacional de 2007. La promoción del Centro Gran Vía de Vigo ha logrado el Premio Aedip 2007 para ING a la mejor Dirección Integrada de Proyecto.
33. La adjudicación por Sacresa de la parte española de Metrovacesa, ha producido, tras la integración de sus carteras de Centros y Proyectos, uno de los grupos punteros en volumen, junto a Rodamco, Sonae e ING.

Información Sobre Operadores

34. Las cadenas españolas escalan puestos en el ranking mundial de la distribución que lidera Wal-Mart. El Corte Inglés ocupa el lugar 39 por cifra de ventas. Mercadona e Inditex también se sitúan dentro de los 100 primeros en los puestos 50 y 74.
35. La cadena sueca H&M ha obtenido en 2007 un beneficio neto de 1.439 millones de euros, con un crecimiento del 26% en el año. Sin embargo, en el 4º trimestre las ventas se situaron por debajo de las expectativas.
36. Inditex, por su parte, había obtenido 825 millones de beneficio en los 9 primeros meses y había abierto 463 nuevas tiendas (de ellas 79 en España). Pero tampoco le será fácil al grupo español alcanzar las cotas de crecimiento que les piden los analistas.
37. El temor a la debilidad del consumo está penalizando fuertemente en los mercados bursátiles a las empresas de distribución a nivel mundial, que están dando caídas de ventas en superficie comparable. Esto les obliga a llevar a cabo exigentes planes de expansión para crecer.
38. Sigue fuerte la demanda de medianas superficies en los Parques Comerciales, con la espera de la entrada en los mismos de nuevos operadores como Aquamondo y Schmidt Kitchens en hogar y otras marcas como La Foir Fouille, Worten y Sport Zone.
39. La compra de las cadenas Caprabo y Plus por los Grupos Eroski y Dia respectivamente, pone de manifiesto claramente que se está produciendo un proceso de concentración del sector de la distribución a nivel nacional.



pág 4

nº 8 Marzo 2008

OBSERVATORIO LaSBA



Mercado de Inversión:

40. Como se señalaba en el informe BoColnCo correspondiente al tercer trimestre de 2007, también el volumen de inversión en Centros Comerciales estaba siendo bastante inferior al homólogo de 2007. Esto se ha acentuado en el último trimestre en todo el mercado inmobiliario por efectos de la crisis financiera.
41. La cifra final se ha visto reducida desde los 2.700 millones € de 2006, hasta los 1.727 millones declarados este año (ver cuadro nº5), de los que un 26% corresponden a proyectos en desarrollo y carteras de locales.

Cuadro nº5: Principales Operaciones de Inversión 2007

Centros en Funcionamiento	Ubicación	Vendedor	Comprador	SBA Venta	Importe
La Marina	Benidorm	Ballester/Cantó	Pradera	36.600	83
Ociopia	Orihuela	Inerzia	ING Real Estate	26.500	50
Nueva Condomina	Murcia	Trusam/Eroski	British Land	104.600	350
Parque Miramar *	Fuengirola	Eroski	Henderson	43.000	200
UGC Manoterías	Madrid	Alius	Axa Reim Iberica	13.200	53
Diversia *	Alcobendas	Realia	Heron	12.000	46
Planetocio	Villalba	Invers Oil	Wereldhave	22.700	53
Metromar	Mairena	Multicocio Aljarafe	UBS	23.000	100
Gran Vía	Vigo	ING Real Estate	ING Fondo	41.000	90
Benalmar	Benalmadena	Privado	Privado	14.000	20
La Brecha	San Sebastián	Bretxa 2000	Invesco Real Estate	12.800	16
San Fernando Plaza	San Fernando	Cap Center	Privado	18.000	nd
Travesía	Vigo	Hypersud	Pradera	15.000	40
Los Fresnos	Gijón	Testa	Redevco	20.500	45
Lakua	Vitoria	Testa	Sotohenar	17.500	20
L'Aljub *	Elche	Lar	Henderson	16.000	66
Subtotal Centros en Funcionamiento				436.400	1.232
Proyectos	Ubicación	Vendedor	Comprador	SBA Venta	Importe
Plaza Imperial	Zaragoza	Duprocom	Bank of Ireland	123.000	380
Ribera Nord*	Cornellá	Lar/Grosvenor	Acciona	55.000	55
Subtotal Proyectos				178.000	435
Carteras	Ubicación	Vendedor	Comprador	SBA Venta	Importe
Supermercados Plus	6 Uds.	Plus	Invesco Real Estate	7.200	20
Supermercados Dinosol	14 Uds.	Redevco	Grupo Tremon	19.000	40
Subtotal Carteras				26.200	60
Total Año 2007				640.600	1.727

* Venta parcial

42. En consecuencia, el peso del sector de retail en el total del mercado de inversión en inmuebles no podrá repetir su cuota del 30% del año anterior, ya que el volumen total se ha mantenido gracias al excelente comportamiento de las oficinas en Madrid en la primera parte del año. También ha visto disminuido el peso del retail español en el mercado europeo de inversión desde el 10% de 2006, hasta el 7% este año.
43. El número de operaciones ha sido de 20, de las que 16 corresponden a Centros y Parques en explotación, 2 han sido de proyecto en fase de promoción y 2 corresponden a carteras de supermercados (ver gráfico nº3).
44. El importe medio en productos acabados es de 75 millones de € por operación. Destacan las de Nueva Condomina y Parque Miramar por importes de 350 y 200 millones respectivamente.
45. Por volumen, les siguen las operaciones de Metromar, Gran Vía de Vigo y La Marina alrededor de 90 millones y las de Ociopia, Manoterías, Diversia, Planetocio y Los Fresnos en los 50 millones.
46. En cuanto operaciones sobre centros en desarrollo, destaca con 380 millones la operación conjunta de Plaza Imperial sobre el Parque, ya operativo, y sobre el Centro Comercial que se abrirá este año.
47. Globalmente puede decirse que, salvo las dos mayores transacciones, se confirma la falta de producto prime y la ausencia de operaciones en ciudades de primer nivel, abundando en cambio, Centros Pequeños y Medianos, con un fuerte peso del ocio.
48. El peso de los inversores internacionales es del 92% (ver gráfico nº4), pero sin que los grupos que habían protagonizado la intensa actividad de compras de CC operativos en 2006, hayan repetido operaciones, siendo únicamente los compradores de proyectos en desarrollo en el año anterior, quienes han confirmado su apuesta por

pág 5

nº 8 Marzo 2008

OBSERVATORIO LaSBA



el mercado español. Es el caso de Pradera, los Fondos de ING, British Land y Henderson. Los inversores nacionales solo han realizado 3 operaciones menores.

Gráfico nº3: Inversión 2007 por áreas

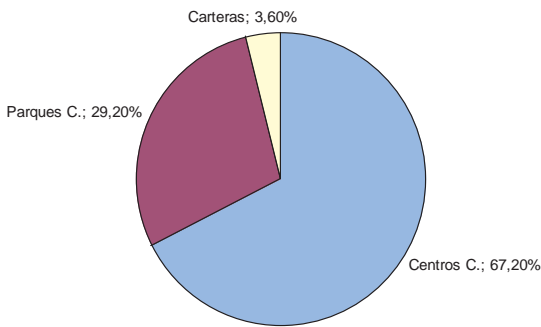
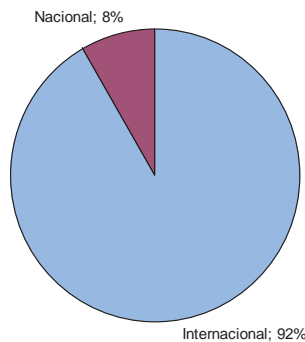


Gráfico nº4: Inversión 2007 por origen



49. Aunque no se ha transmitido ningún Centro prime, las rentabilidades, en la primera parte del año, han continuado su proceso de compresión, confirmándose tasas del entorno del 5% para los mejores Centros así como también para los Parques Comerciales (habiéndose perforado este soporte hasta el 4,75% en el caso de Metromar). Los centros medianos y en localidades no prime, registran tasas entre el 6 y 7%.
50. Parece que en los meses actuales se está produciendo un proceso de ajuste entre las expectativas de los vendedores y las condiciones aceptables por los compradores, acuciados por un mayor coste y dificultad de financiación y unas mayores tensiones inflacionistas. Es posible en consecuencia, un ligero repunte de las rentabilidades en el futuro próximo, aunque sea mas dudoso en el caso de productos “prime”.
51. Las dificultades que atraviesa el sector inmobiliario, provoca la existencia de un buen número de Fondos a la espera de encontrar oportunidades de productos a la venta. Promotores nacionales con altos niveles de endeudamiento pueden requerir asociaciones para el desarrollo de proyectos compartiendo riesgos y obteniendo financiación.
52. Todo ello garantiza la fortaleza de la demanda y posiblemente veremos en los primeros meses del año importantes operaciones que se estén fraguando en estos momentos.



Planetocio



Villalba Lakua



Vitoria La Bretxa



San Sebastian Nueva Condomina

Murcia

Limitación de Responsabilidad LaSBA 2007

La información contenida en este documento incluyendo datos, estimaciones y opiniones está destinada para su uso exclusivo por los clientes de LaSBA. Aunque las fuentes usadas para la información contenida en este documento se consideran fiables, LaSBA no adquiere responsabilidad sobre dicha información y no puede proporcionar garantía de su precisión. La reproducción del documento sólo podrá realizarse con el permiso previo de LASBA.

Part of **URJ** European Retail Consulting Alliance

London, Paris, Milano, Madrid, Lisboa

