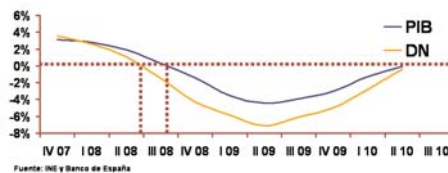


# Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Octubre 2010

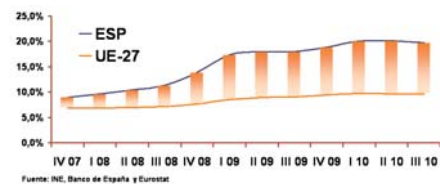
## Economía:

- Según la Contabilidad Nacional Trimestral (CNTR- INE), en el segundo trimestre de 2010 la economía mantuvo la lenta recuperación que se observó en el primero. El PIB mostró un aumento intertrimestral del 0,2%, aunque, en términos interanuales, registró un retroceso el 0,1%. La demanda nacional siguió afianzando su crecimiento, tras avanzar un 0,7% respecto al trimestre anterior.
- El desempleo, aunque se mantiene como el gran lastre de nuestra economía - 20.1% 2ºtrim. 2010, da la primera alegría en tres años con un 19,79% para este tercer trimestre, frente al 9,6% mantenido en ambos periodos en la Unión Europea.

**Gráfico nº 1: PIB y Demanda Nacional en España - tasas interanuales -**

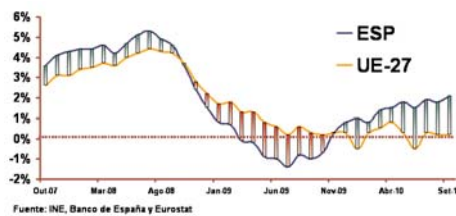


**Gráfico nº 2: Desempleo**

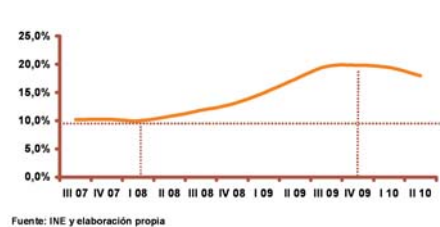


- La tasa interanual del Índice de Precios de Consumo (IPC) general en septiembre es del 2,1%, tres décimas por encima de la registrada en agosto.
- Cambio la tendencia en el ahorro de los hogares, con descensos del -0,4% en el 1º trimestre del año y de un importante -1,5% en el segundo hasta registrar un valor del 18% desde el 19,8% con que cerramos 2009.

**Gráfico nº 3: IPC armonizado**

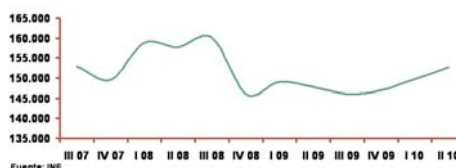


**Gráfico nº 4: Tasa de Ahorro Bruto familiar**

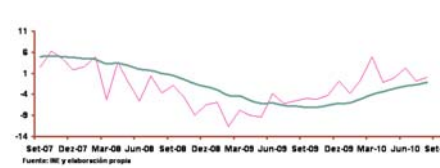


- El Gasto en Consumo Final de los hogares parece que remonta y el Índice de Comercio Minorista parece retornar paulatinamente a cifras positivas.
- Según el Banco de España, los datos disponibles sobre el tercer trimestre del año, que no recogen aun todo el periodo, sugieren que la actividad podría haberse debilitado, especialmente como consecuencia de la finalización de algunas de las medidas que habían venido dando apoyo público a ciertas partidas de la demanda y de la reversión temporal de los efectos de anticipación de gasto que se observaron con anterioridad a la subida de tipos del IVA.

**Gráfico nº 5: Gasto en Consumo final (M€)**



**Gráfico nº 6: Índice del Comercio Minorista**



- Según las previsiones de la Fundación de Cajas de Ahorros (FUNCAS), la tasa esperada de crecimiento del empleo mejorara en consonancia con las mayores tasas de crecimiento del PIB previstas. Este año registrará un descenso del 2,3%, y el próximo se contraerá un 0,8%.

nº 18 Octubre 2010

Publicación Informativa del Programa Permanente de Investigación LaSBA



## Mercado de Promoción de Centros Comerciales:

### I. Año en curso: Enero-Septiembre 2010

8. Los tres primeros trimestres del año 2010 no han sido particularmente negativos para la promoción de centros comerciales, teniendo en cuenta los precedentes y el clima económico general. Durante el mencionado período han tenido lugar un total de 9 inauguraciones y 4 ampliaciones, que suman una SBA de 260.000 m<sup>2</sup>; adicionalmente, se computaron 12.000 m<sup>2</sup> de SBA correspondientes a aperturas de medianas superficies especializadas implantadas fuera de complejos comerciales. De este modo, hasta septiembre de 2010 se pusieron en el mercado 270.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, dato que mejora en un 10% el del mismo período de 2009. (ver cuadros nº1 y nº2)
9. De acuerdo con las Bases de Datos LaSBA, la SBA de España en sept. 2010 alcanzaba 18,7 millones de m<sup>2</sup>. Este dato difiere de forma sustancial del manejado por la AECC (13,6 millones), debido a que LaSBA incluye en su Base los grandes almacenes y algunas concentraciones de medianas superficies que la AECC no considera.
10. Según la clasificación LaSBA, la densidad relativa de SBA en el conjunto de España alcanza los 399 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes, siendo las regiones con una mayor concentración comercial las de Madrid (605 m<sup>2</sup>/1.000 hab.), Asturias (578 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) y Canarias (548 m<sup>2</sup>/1.000 hab.).
11. En términos geográficos, Andalucía ha sido la región española con un mayor avance en lo que va de 2010, con más de 80.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, destacando El Corte Inglés de El Ejido como equipamiento de mayor tamaño. La mayor apertura del período ha sido el C.C. Splau, en el Área Metropolitana de Barcelona.
12. Por tipologías, el formato con más peso en las nuevas inauguraciones ha sido el de centros comerciales Muy Grandes, teniendo en cuenta que los establecimientos IKEA inaugurados en Jerez (abril) y A Coruña (julio) son la antesala de los equipamientos de mayor tamaño en que se integrarán, de carácter regional en ambos casos: Luz Shopping en Jerez -previsto para octubre 2010-, y Marinada City en A Coruña -2011-.

Cuadro nº 1: Aperturas Enero-Septiembre 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Mes de Apertura
Isla de Corfú	Alicante	Cívica	15.000	Marzo
Luz Shopping (1ª Fase: IKEA)	Jerez de la Frontera, Cádiz	Inter Ikea	35.000	Abril
Arena Multiespacio	Valencia	Gesfesa y Montoro	32.000	Abril
El Corte Inglés El Ejido	El Ejido, Almería	El Corte Inglés	36.000	Mayo
Splau	Cornellá de Llobregat, Barcelona	Acciona	54.500	Mayo
A-42	Illescas, Toledo	Grupo Peyber	7.000	Mayo
Brico Dépôt Getafe	Getafe, Madrid	Brico Dépôt	8.000	Mayo
Nafar-Mendi	Arriñoz, Navarra	Urtelor	3.000	Junio
Marinada City (1ª fase: IKEA)	La Coruña	Superco	30.000	Julio
Las Palmeras	La Oliva - Fuerteventura	Supermercados Marcial	6.700	Septiembre
Decathlon Oleiros	Oleiros, La Coruña	Decathlon	4.000	Septiembre
<b>TOTAL APERTURAS ENE-SEP 10</b>		<b>11</b>	<b>231.200</b>	

Cuadro nº 2: Ampliaciones Enero-Septiembre 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )		
			Ampliada	Inicial	Total
Parque Comercial Xanadú (Bricor)	Madrid	Ivanhoe Cambridge	13.000	139.300	152.300
Viapark Murcia (2ª fase)*	Alcantarilla, Murcia	Coperfil /Gran Habitat Valladolid	9.300	9.500	18.800
Las Marismas (ampl.)	Los Barrios, Cádiz	Bogarís	10.000	30.000	40.000
Decathlon (ampl.)	Rivas-Vaciamadrid, Madrid	Decathlon	7.400	3.600	11.000
<b>TOTAL AMPLIACIONES ENE-SEP 10</b>		<b>4</b>	<b>39.700</b>	<b>182.400</b>	<b>222.100</b>

### II. Previsión 4º Trimestre 2010

13. Para el último trimestre del año se prevén cerca de 300.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva en el mercado, con El Mirador de Jinámar (90.000 m<sup>2</sup> SBA, concebido como 2ª fase de Las Terrazas de Jinámar) y la mencionada 2ª fase de Luz Shopping (80.000 m<sup>2</sup> SBA), como elementos más destacados. (ver cuadros nº3 y nº4)
14. De acuerdo con estas estimaciones, se prevé que el año 2010 finalice con cerca de 570.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, completándose 6 aperturas y 6 ampliaciones en el último trimestre del año; de este modo, se mejorarán las cifras de 2009, en que por vez primera desde el siglo XX no se llegó al medio millón de metros.



Arena Multiespacio Valencia



Splau Cornellá de Llobregat, Barcelona



El Corte Inglés Tarragona



IKEA Jerez de la Frontera



IKEA La Coruña



Luz Shopping J. de la Frontera, Cádiz



Torre Titania El Corte Inglés



Guess

15. El mayor peso relativo corresponderá a los Centros Muy Grandes (44%), seguido de los Parques Comerciales (18%) y los Grandes Almacenes (13%). Este último dato revela la fortaleza de El Corte Inglés, que sigue acometiendo fuertes inversiones para evitar perder cuota de mercado. Tal y como sucedió en 2009, 2010 concluirá sin la apertura de ningún Centro con Ocio como formato predominante.
16. Atendiendo al número de unidades, 2010 finalizará con 3 nuevos Parques Comerciales y otros 6 que ampliarán sus instalaciones, confirmándose como formato refugio en estos años de crisis.
17. Sin embargo, la principal novedad de 2010 en relación al ejercicio precedente son las nuevas aperturas en el formato de centros comerciales muy grandes; dos de los casos observados tienen a IKEA como principal locomotora, lo que viene a confirmar la cadena sueca como una de las más activas del mercado ibérico.
18. Por regiones, el mayor crecimiento de superficie en términos absolutos corresponderá a Andalucía (191.000 m<sup>2</sup> nuevos de SBA, un 34% del total nacional), seguida de Cataluña (19%).
19. Al finalizar 2010, España dispondrá de una dotación de 19 millones m<sup>2</sup> de SBA (Base de Datos LaSBA), lo que significará un incremento del 3% sobre la cifra del año anterior.
20. Tomando los datos actuales de población, la densidad prevista se situará en 405 m<sup>2</sup>/1.000 hab.

#### Cuadro nº 3: Aperturas Previstas Octubre-Diciembre 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Apertura
Futuro Ciudad Amposta (1ª fase) <sup>4</sup>	Amposta, Tarragona	Castellania d'Amposta	8.000	Otoño
El Corte Inglés Tarragona	Tarragona	El Corte Inglés	24.000	Octubre
Alavera San Juan	S. Juan Aznalfarache, Sevilla	Bekinsa	25.000	Noviembre
El Serrallo Plaza	Granada	Inmobiliaria García Arrabal	12.000	Diciembre
Decathlon Mollet	Mollet del Vallès, Barcelona	Decathlon	6.000	Diciembre
Decathlon Cocentaina	Cocentaina, Alicante	Decathlon	4.000	Diciembre
<b>TOTAL APERTURAS PREVISTAS 4º TRIM. 2010</b>		<b>6</b>	<b>79.000</b>	

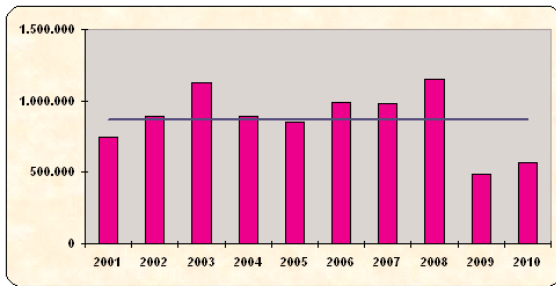
#### Cuadro nº 4: Ampliaciones Previstas Octubre-Diciembre 2010

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )		
			Ampliada	Inicial	Total
Luz Shopping (2ª fase)	Jerez de la Frontera, Cádiz	Inter Ikea	80.000	35.000	115.000
La Maquinista (ampl.)	Barcelona	Rodamco	15.000	76.000	91.000
El Mirador de Jinámar (2ª Fase Las Terrazas)	Telde, Las Palmas	Grupo Eroski/Ambrosio Jimenez	90.000	90.000	180.000
Ampl. Eroski Ipuña	Eibar, Guipuzcoa	Eroski	3.900	2.800	6.700
Vega del Rey (2ª fase)	Camas, Sevilla	Solcampo	5.000	13.000	18.000
ECI Castellana - Torre Titania (ampl.)	Madrid	El Corte Inglés	11.000	56.000	67.000
<b>TOTAL AMPLIACIONES PREVISTAS 4º TRIM. 10</b>		<b>6</b>	<b>204.900</b>	<b>272.800</b>	<b>477.700</b>

### III. Expectativas para el 2011

21. Para 2011 se prevé que el mercado mantenga el tono de los dos últimos años: plazos de promoción necesariamente más largos, con promotores y operadores a la expectativa de consolidar sus balances financieros y de constatar un repunte en el consumo de las familias.
22. Con este contexto, la promoción en 2011 se centrará en culminar proyectos que empezaron a gestarse en los años de bonanza, prioritariamente en ámbitos en los que se detecta un mayor hueco de mercado con la posibilidad añadida de crear barreras de entrada a los competidores.
23. La SBA inaugurada en 2011 se situará en la horquilla de 500.000 – 600.000 m<sup>2</sup>, manteniéndose en valores más alejados del promedio de la última década (ver gráfico nº 7).
24. A nivel regional, destaca especialmente Galicia, donde abrirá el mayor centro comercial de España (C.C. Marinada City en A Coruña, que incluyendo la Tienda IKEA inaugurada este año supone 191.000 m<sup>2</sup> de SBA), además de otro importante proyecto en Santiago de Compostela (centro comercial As Cancelas, 50.000 m<sup>2</sup> SBA). También en 2011 abrirá el primer establecimiento IKEA de Castilla y León (en Arroyo de la Encomienda), como avanzadilla del gran complejo promovido por Inter IKEA, que está previsto inaugurarse en el año 2012.

Gráfico nº 7: SBA Inaugurada 2001-2010



### Centros en funcionamiento:

25. El proyecto de Centro Comercial Versalia en Arganda del Rey del grupo Desarrollos Urbanísticos Procom (DuProcom) entra en concurso de acreedores debido a problemas de financiación.
26. El Centro Comercial Avenida M-40, propiedad de la portuguesa Sonae Sierra, cierra sus puertas definitivamente.
27. El concepto outlet se consolida en nuestro país. Con la entrada de reconocidas marcas y la profesionalización de los operadores, los outlets se han convertido en un destino de compradores de todo tipo.
28. A pesar de la ralentización en la promoción de nuevos Centros Comerciales la del formato de Parque Comercial ha adquirido fortaleza debido a que sus operadores son de bajo coste.

### Información sobre operadores:

29. Nuevas entradas de operadores extranjeros en el mercado español: el grupo de moda americano Abercrombie&Fitch con dos de sus enseñas Abercrombie y Hollister; la cadena de moda de bajo coste estadounidense Forever 21; la japonesa de moda Uniqlo; el grupo de informática y electrónica estadounidense Apple con Apple Store; la cadena de zapaterías canadiense Aldo; la firma alemana de complementos para el hogar Butlers; la italiana de cosméticos Kiko Cosmetics; son algunas de ellas.
30. Y los que ya están siguen con sus planes de crecimiento: Howards Storage World, Deichmann, Guess, Naf Naf, Crocs, La Perla, Esprit.
31. Otros lanzan nuevos conceptos para adaptarse a la nueva situación de bajo consumo: formato reducido de Howards Storage World, tiendas “express” de Toys’R’Us, Disney Store, Dessert Bar (postres y helados) y Whopper Bar de Burger King; Moda Joven del grupo El Corte Inglés; Shana el nuevo formato low cost de Friday’s Project,
32. Todas las grandes cadenas, no solamente de moda sino de otros sectores, se lanzan a la venta online, segmento de negocio todavía poco desarrollado en España: El Corte Inglés, Zara, Springfield, Desigual, Zara Home, Moblerone
33. Los dos intentos de salir fuera de Madrid del Mercado de Fuencarral han fracasado, ni el del Centro Comercial Plenilunio ni el de Valencia en el Centro Comercial Espai Campanar han tenido éxito.

### Mercado de Inversión:

34. El distanciamiento entre el Coste Financiero y la Rentabilidad “prime” se mantiene, y el Euribor empieza a trazar una tendencia ligeramente alcista (1,43% en septiembre 2010), con un renta fija que mantiene unos niveles algo superiores al 4%(4,09% en septiembre de 2010). Esta coyuntura, ya constante en los últimos tiempos y aparentemente favorable, parece no ser suficiente para la reactivación del mercado de inversión en Centros Comerciales en España. (ver gráfico nº8)
35. El volumen total de operaciones en el periodo analizado abril-septiembre de 2010 alcanzó una cifra superior a los 270 MM€, con 1 transacción de centro comercial y otra de parque comercial, frente a los 361 MM€ y 2 centros en el mismo periodo de 2009.



Forever 21



Butlers



Bilbondo

Basauri, Vizcaya

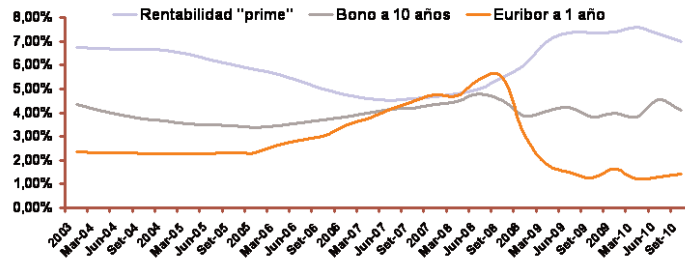


Espacio Torredolones

Madrid



Gráfico nº 8: Comparativa Rentabilidad/Coste Financiero/Renta Fija



36. Con las transacciones anteriormente apuntadas, el volumen total de transacciones en el periodo Enero-Septiembre 2010 asciende a 460 MM€ en 7 operaciones, frente a los 750 MM€ y 4 operaciones en 2009. (ver cuadro nº5)

Cuadro nº 5: Principales Operaciones de Inversión Enero-Septiembre 2010

Centro Comercial	Localidad	Provincia	Vendedor	Comprador	SBA (m²)	Precio MM€
Cartera Hipermercados	Varias	Varias	Eroski	Rockspring	29.000	45,0
Cartera Hipermercados	Varias	Varias	Eroski	EPISO	n. d.	150,0
Bilbondo	Basauri	Vizcaya	Eroski	ING	37.900	60,0
Ronda Sur	Murcia	Murcia	Familia Lladró	Inversor privado	9.300	18,4
H2Ocio	Rivas Vaciamadrid	Madrid	Avantia	Alpha Tiger	50.000	83,3
Espacio Torreledones	Torreledones	Madrid	MDC	Corio	33.700	65,0
Cartera Hipermercados	Varias	Varias	Eroski	WP Carey	35.000	38,0
<b>Totales Enero-Septiembre 2010</b>					<b>194.900</b>	<b>459,7</b>

37. Las transacciones corresponden a Centros Comerciales y a las Carteras de Hipermercados y Supermercados. Todas las operaciones corresponden a centros en explotación; si bien merece la pena mencionar el acuerdo alcanzado por la división inmobiliaria de la sociedad de capital riesgo británica Doughty Hanson y MDC para la adquisición del suelo de Valdebebas.
38. El inversor internacional ha sido el protagonista en la totalidad de las operaciones realizadas a lo largo de este semestre de 2010, con excepción de la operación del Parque Comercial de Murcia.
39. Por el lado de la rentabilidad como ya anticipábamos en el cuadro se ha producido una tendencia descendente en los niveles de rentabilidad exigida en las operaciones de inversión "prime", hasta situarse en septiembre entorno al 7,0% (con una banda entre el 7,2% y el 6,8%) para los productos "prime" y de una cuantificación difícil de ajustar para los secundarios, debido a la ausencia de operaciones pero que podrían situarse en el entorno del 9%.
40. La mayoría de los activos en venta son centros secundarios mientras que lo que busca el inversor son centros prime. Solo parecen factibles a corto plazo, operaciones en secundarios que cumplan las siguientes condiciones, dominantes en su área de influencia, bajo riesgo de futura competencia directa, con muy evidentes posibilidades de mejora y con un retorno elevado (TIR superior al 20%).
41. En conclusión un mercado que parece dar lentas y paulatinas muestras de mayor actividad frente a la atonía de la que venimos y en el que parece repuntar el interés por el estudio de operaciones que solo si se van consolidando las expectativas de recuperación general, podrán dar paso a un flujo algo mas amplio de operaciones culminadas.

#### Renuncia de Responsabilidad LaSBA 2010

La información contenida en este documento es para el uso exclusivo de los clientes de LaSBA. Ninguna información recogida en el mismo representa el funcionamiento actual del mercado, ni su funcionamiento futuro. Esto incluye proyecciones, estimaciones y opiniones. LaSBA no adquiere ninguna responsabilidad de la información contenida en este documento y no puede proporcionar la representación o la garantía de su precisión. Aunque las fuentes usadas para la información contenida en este documento se consideran fiables por los autores, la verificación independiente es necesaria para la confirmación de su corrección y comprensión. La reproducción del documento se prohíbe terminantemente sin el permiso escrito de LaSBA.

Part of  European Retail Consulting Alliance

London, Paris, Milano, Madrid, Lisboa