

# Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Abril 2011

## Economía:

1. El ejercicio 2010 cerró con un mantenimiento de la lenta recuperación que se observó a lo largo del segundo semestre. El PIB mostró un aumento intertrimestral del 0,6%. Esta tendencia ha continuado con otro 0,6% en el primer trimestre 2011. Por su parte la demanda nacional siguió con cifras negativas, cerrando el cuarto trimestre con un -2,6%, aunque parecen apuntar a una lenta recuperación.
2. El desempleo alcanza unas cifras del orden de los 5MM de personas manteniéndose como el gran lastre de nuestra economía 20.1% 2º trimestre. 2010, alcanzando un 21,9% en el primer trimestre 2011, que supone 2, 24 veces la media de la Unión Europea (27 países) con un 9,5%.

Gráfico nº 1: PIB y Demanda Nacional en España

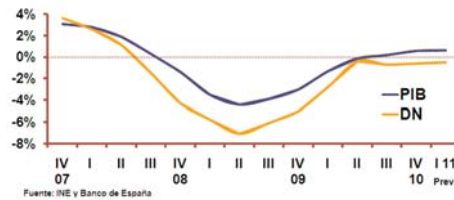
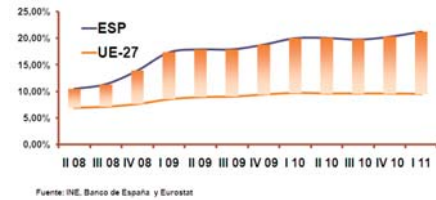


Gráfico nº 2: Desempleo - tasas interanuales -



3. La tasa interanual del Índice de Precios de Consumo (IPC) cerró 2010 en el 3%, alcanzando en marzo 2011 el 3,6% que supone ampliar aun más el diferencial con la media europea que se situó en dicho periodo en el 1,1%.
4. Se acentuó la tendencia descendente en el ahorro de los hogares, con descensos del -3,1% y del -1,4% respectivamente en el tercer y cuarto trimestre 2010, cerrando el ejercicio con una tasa del 13,6% frente al 19,8% del año 2009.

Gráfico nº 3: IPC armonizado

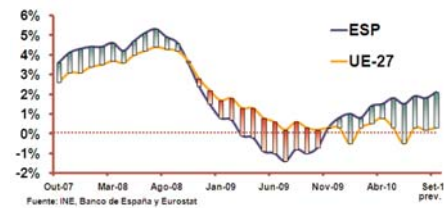
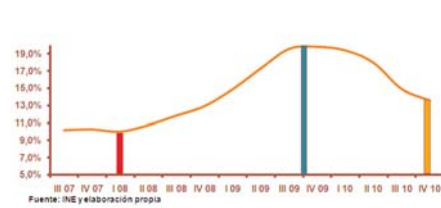


Gráfico nº 4: Tasa de Ahorro Bruto familiar



5. El Gasto en Consumo Final ha mantenido su recuperación en el primer trimestre del 2011 consolidando una tendencia de subida mantenida a lo largo del año anterior, Por el contrario el Índice de Comercio Minorista parece mostrar signos de cansancio en la pareja tendencia de recuperación que había mantenido en trimestres anteriores.

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

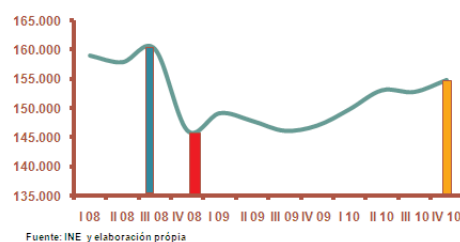


Gráfico nº 6: Índice del Comercio Minorista



nº 20 Abril 2011

Publicación Informativa del Programa Permanente de Investigación LaSBA

**LaSBA**

CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL

6. Los datos conocidos de todas los principales indicadores económicos mantienen líneas de tendencia similares a las arrojadas para el primer trimestre y solo el dato del desempleo en Abril muestra unas cifras algo mejores, si bien deben ser claramente matizadas tanto por el habitual benigno comportamiento de este mes todos los años, acentuado en el actual por las contrataciones, especialmente de servicios, producto de la Semana Santa en este mes.
7. Como resumen de los puntos comunes a la mayoría de los análisis de perspectivas económicas para nuestro país se deberían señalar los siguientes:
- El crecimiento continuará caracterizándose por la debilidad de la demanda interna y el impulso de la externa.
  - Se esperan unas excelentes cifras en el sector turístico en buena parte derivadas de la inestabilidad política de otros destinos competidores, especialmente en el mediterráneo.
  - No se producirá un descenso apreciable de las cifras de desempleados hasta al menos el segundo semestre del 2012 en que se prevé entrar en crecimientos del PIB que puedan comenzar a posibilitarlo.
  - La recapitalización del sistema financiero será acotada y derivará en una posición de solvencia holgada.
  - Las administraciones públicas deben mantener el sentimiento de urgencia en el proceso reformador y en el control estricto de los déficits presupuestarios.

## Mercado de Promoción de Centros Comerciales:

### I. Año 2010

8. Durante el año 2010 se abrieron en España 542.000 metros cuadrados de SBA, ratificando las previsiones realizadas por LaSBA en el primer Observatorio del año 2010. Esta superficie se repartió entre los 364.000 m2 SBA (67%) correspondientes a centros comerciales nuevos, y 178.000 m2 SBA (33%) como parte de ampliaciones de centros ya existentes.
9. En total, se computaron 13 aperturas y 10 ampliaciones. Adicionalmente, deben agregarse 26.000 m2 SBA correspondientes a 5 destacadas medianas superficies que abrieron de forma independiente a los complejos comerciales.
10. De este modo, el dato de SBA de nueva creación registrado en 2010 (568.000 m2) mejora en un 23% la cifra de 2009. Aunque se trata de un dato esperanzador que sugiere síntomas de recuperación del sector, un tercio de esta SBA proviene de ampliaciones de conjuntos comerciales existentes, lo que significa que, o bien se trata de equipamientos muy consolidados, o bien de proyectos inaugurados en los últimos años que se han visto forzados a abrir por fases para adaptarse mejor al contexto del mercado.
11. Según la Base de Datos LaSBA, la SBA de España al finalizar el año 2010 rebasaba levemente los 19 millones de m2. Este dato difiere del manejado por la AECC (14 millones), debido a que LaSBA incluye en su Base los grandes almacenes y algunos centros y parques comerciales que la AECC no considera.

Cuadro nº 1: Aperturas 2010

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA(m2)
Isla de Corfú	Alicante	Marzo	Cívica	15,000
Luz Shopping (Ikea)	Jerez de la Frontera, Cádiz	Abril/Oct	Inter Ikea	115,000
Arena Multiespacio	Valencia	Abril	Gesfesa y Montoro	32,000
El Corte Inglés El Ejido	El Ejido, Almería	Mayo	El Corte Inglés	36,000
Splau	Cornellá de Llobregat, Barcelona	Mayo	Acciona	54,500
A-42	Illescas, Toledo	Mayo	Grupo Peyber	7,000
Brico Dépôt Getafe	Getafe, Madrid	Mayo	Brico Dépôt	8,000
Nafar- Mendi	Arraioz, Navarra	Junio	Urtelor	3,000
Marineda City (1ª fase: IKEA)	La Coruña	Julio	Superco	30,000
Las Palmeras	La Oliva, Fuerteventura	Septiembre	Supermercados Marcial	6,660
Decathlón Oleiros	Oleiros, La Coruña	Septiembre	Decathlón	4,000
El Corte Inglés Tarragona	Tarragona	Octubre	El Corte Inglés	24,000
Alavera San Juan (1ª fase)	S. Juan de Aznalfarache, Sevilla	Noviembre	Bekinsa	25,000
Vialia Los Llanos	Albacete	Noviembre	ADIF	13,200
Decathlón	Córdoba	Diciembre	Decathlón	6,000
Decathlón	Mollet del Vallès, Barcelona	Diciembre	Decathlón	6,000
Decathlón	Lleida	Diciembre	Decathlón	2,300
Futuro Ciudad Amposta (1ª f)	Amposta, Tarragona	Diciembre	Castellania de Amposta	2,300
<b>Total Aperturas 2010</b>				<b>18 389,960</b>



El Corte Inglés Tarragona



Vialia Albacete



Arena Multiespacio Valencia



Titania Madrid



Las Terrazas de Jinámar



Luz Shopping J. de la Frontera, Cádiz



Arenas Plaza Barcelona



Marinada City A Coruña

## Cuadro nº 2: Ampliaciones 2010

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA (m2)		
				Inicial	Ampl.	Total
Parque Comercial Xanadú (Bricor)	Madrid	Mayo	Ivanhoe Cambridge	139,300	13,000	152,300
Viapark Murcia (2ª fase)	Alcantarilla, Murcia	Mayo	Coperfil/ Gran Habitat Valladolid	9,500	9,300	18,800
Las Marismas (ampl.)	Los Barrios, Cádiz	Junio	Bogaris	30,000	10,000	40,000
Decathlón (ampl.)	Rivas- Vaciamadrid, Madrid	Junio	Decathlón	3,620	7,380	11,000
La Serena (2ª fase)	Villanueva S., Badajoz	Septiembre	Bogaris	4,000	13,000	17,000
Vega del Rey (2ª fase)	Camas, Sevilla	Noviembre	Solcampo	13,000	5,000	18,000
El Mirador de Jinamar (2ª fase)	Telde, Gran Canaria	Noviembre	Eroski/ Ambrosio Jiménez	90,000	90,000	180,000
La Maquinista (ampl.)	Barcelona	Noviembre	Rodamco	76,000	15,000	91,000
Ampl. Eroski Ipurua	Eibar, Guipuzcoa	Noviembre	Eroski	2,800	3,900	6,700
ECl Castellana (Torre Titania)	Madrid	Diciembre	El Corte Inglés	56,000	11,000	67,000
<b>Total 2010</b>	<b>29</b>			<b>10</b>	<b>177,580</b>	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes.

- Según la clasificación LaSBA, la densidad relativa de SBA en el conjunto de España alcanza los 406 m2/1.000 habitantes, siendo las regiones con una mayor concentración comercial las de Madrid (607 m2/1.000 hab.), Canarias (591 m2/1.000 hab.) y Asturias (578 m2/1.000 hab.).
- En términos geográficos, Andalucía ha sido la región española con mayor superficie comercial abierta en el año 2010, pues acapara más de 180.000 m2 de SBA nueva, destacando por su naturaleza regional el C.C. Luz Shopping en Jerez de la Frontera, que con 115.000 m2 SBA ha sido la mayor apertura del año en todo el país; indicar, no obstante, que tuvo lugar en dos fases, ya que en abril abrió la locomotora IKEA y en octubre el resto del equipamiento provisto por la matriz, Inter IKEA.
- Por tipologías, el formato con más peso en las nuevas inauguraciones ha sido el de centros comerciales Muy Grandes (25%), ya que además de Luz Shopping hay que informar de la apertura del Centro Comercial El Mirador de Jinamar (90.000 m2 SBA), que es la 2ª fase del P.C. Las Terrazas; de este modo, la SBA del Parque Marítimo de Jinamar asciende a un total de 180.000 m2.

## II. Previsión 2011

- Las previsiones apuntan a que la recuperación apuntada en 2010 no tendrá continuidad durante el ejercicio 2011, pues se espera que el volumen de aperturas vuelva a situarse ligeramente por debajo de los 500.000 m2 de SBA, umbral que se ha superado en todos los años del presente siglo excepto en 2009.

## Cuadro nº 3: Aperturas Previstas 2011

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA(m2)	
				Inicial	Ampl.
Parque Sevilla Este	Sevilla	Febrero	Bogaris		27,500
Arenas Plaza	Barcelona	Marzo	Metrovacesa		32,400
Parque Motril	Motril, Granada	Abril	Bogaris		8,500
Arambol	Palencia	Abril	Leal Decoración		11,600
Factory La Coruña	Culleredo, La Coruña	Mayo	Neinver		12,600
Parque Abadía	Toledo	Noviembre	Grupo Murias		50,500
Decathlón	Tortosa, Tarragona	Diciembre	Decathlón		4,000
Leroy Merlin	Córdoba	Finales	Leroy Merlin		8,000
Puerta de Ayud (1ª fase)	Calatayud, Zaragoza	Finales	Inmob. Bonapur		38,000
RioShopping (2ª fase)	Arroyo Encamienda, Valladolid	Finales	Inter Ikea		30,000
PC Reina Sofia- La Heredad	Mérida, Badajoz	Finales	Bogaris		14,000
<b>Total Aperturas 2011</b>				<b>11</b>	<b>237,100</b>

## Cuadro nº 4: Ampliaciones Previstas 2011

Centro Comercial	Localidad	Apertura	Promotor	SBA (m2)		
				Inicial	Ampl.	Total
Marineda City (2ª fase)	La Coruña	Abril	Varios	30,000	161,000	191,000
El Tiro (2ª fase)	Murcia	Mayo	El Tiro Murcia, S.L.	29,000	41,000	70,000
Luz Shopping (2ª fase)	Jerez de la Frontera, Cádiz	Finales	Inter Ikea Centre	115,000	20,000	135,000
Futuro Ciudad Amposta (2ª fase)	Amposta, Tarragona	Finales	Castellania d'Amposta	2,300	12,500	14,800
<b>Total Ampliaciones Previstas 2011</b>			<b>4</b>		<b>234,500</b>	

- La principal inauguración del año en curso será la del Centro Comercial Marineda Plaza, que abrirá durante el mes de abril en A Coruña. Precedido por la inauguración del establecimiento IKEA el verano de 2010 (primera tienda de la firma sueca en Galicia), el Centro Comercial Marineda Plaza, con 191.000 m2 de SBA total, se convierte, por el momento, en el de mayor tamaño del país.

17. La cadena IKEA juega un papel protagonista en casi todos los grandes proyectos emprendidos en los últimos años; en este sentido, antes de que acabe el año está previsto que abra su tienda en Valladolid, antecediendo en unos meses a la del gran equipamiento en el que se inserta (C.C. Rio Shopping), que será el segundo centro comercial promovido por Inter IKEA Centre en España, tras Luz Shopping (centro que, por cierto, tiene prevista una ampliación a finales de 2011).
18. Otros importantes proyectos previstos para 2011 son el P.C. Abadía (50.500 m2 SBA) y el C.C. Arenas Plaza (32.400 m2). El primero, abrirá el mes de noviembre en Toledo, convirtiéndose en uno de los mayores equipamientos de Castilla La Mancha; en cuanto al segundo, abrirá en marzo en el centro urbano de Barcelona, después de que las obras retrasaran su ejecución más de dos años.

### Centros en funcionamiento:

19. Los Centros Comerciales prime siguen su tendencia de buen funcionamiento mientras que los secundarios ven empeorar sus expectativas.
20. El concepto outlet ya supone el 12% de la facturación del sector textil. Tanto Value Retail como Neinver, los dos representantes por excelencia en España del concepto outlet, han visto aumentar sus afluencias y su facturación en 2010.

### Información sobre operadores:

21. No hay nuevas entradas relevantes de operadores extranjeros en España salvo la de la enseña francesa Sergent Major de moda infantil.
22. Sigue la expansión de las grandes cadenas implantadas en España que buscan la oportunidad del momento para posicionarse: IKEA, Primark, Sonae Distribuição (Worten, SportZone, Zippy), Deichmann, Howards Storage World.
23. El grupo de MediaMarkt continúa el plan de expansión de Saturn en centro ciudad que pretende doblar el número de tiendas en España en los próximos tres años para convertirlo en el tercer mercado más importante para la compañía.
24. Se siguen produciendo lanzamientos de nuevos formatos por parte de las grandes cadenas: Zara Home Kids la tienda de mobiliario infantil del grupo Inditex; Vipsmart, la enseña de comida rápida del grupo Vips; Custo Growing la tienda de moda infantil de Custo; Gals & Guys la nueva marca de El Corte Inglés para competir con Abercrombie.
25. Forever 21 abre su primer establecimiento en España en Barcelona.
26. Continúa la tendencia de las multinacionales españolas a crecer más en el exterior que en España ganando peso la expansión internacional: Inditex, Mango, Desigual y Adolfo Domínguez son algunos ejemplos.
27. Siguen las dificultades para algunos operadores que centran su negocio solo en España: Hazel y Musgo intentan renegociar su deuda para no entrar en concurso de acreedores; Coronel Tapiocca se encuentra en concurso voluntario de acreedores; Bodybell ha realizado dos ampliaciones de capital para evitar el concurso de acreedores.
28. Continúa el ajuste de las grandes cadenas cerrando las tiendas menos rentables: Adolfo Domínguez (16), H&M (1) y Grupo Kesa (15 tiendas de Menaje del Hogar).
29. El Corte Inglés aumenta su facturación en 2010 por primera vez en tres años.
30. Las ventas de Carrefour y de H&M descienden durante 2010.
31. La comida rápida es el único formato de restauración que crecerá durante 2011.

### Mercado de Inversión:

32. Como se puede ver en el gráfico nº 7, el distanciamiento entre el Coste Financiero y la Rentabilidad "prime" es notable, haciéndose constante desde mediados del 2010, con un Euribor que a pesar de mostrar un ligera bajada en el primer trimestre del año, a fecha de publicación de esta publicación, empieza a trazar una tendencia alcista y con una renta fija que mantiene unos niveles en torno al 4%. Como en periodos anteriores, esta coyuntura que resulta aparentemente favorable parece no ser suficiente para la reactivación del mercado de inversión en Centros Comerciales en España, debido sobretudo al factor riesgo país.



Sergent Major



Saturn



Zara Home Kids



Gals & Guys



Meixueiro Vigo, Pontevedra



El Rosal Ponferrada, León

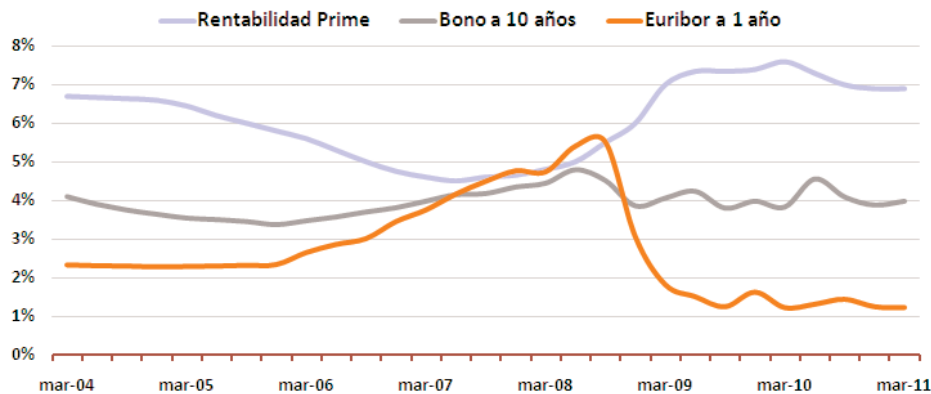


Ballonti Portugalete, Vizcaya



H2Ocio Rivas Vaciamadrid, Madrid

Gráfico nº 7: Comparativa Rentabilidad/Coste Financiero/Renta Fija



33. El volumen total de operaciones en 2010 alcanzó una cifra superior a los 615 MM€, con 4 transacciones de centros y 2 de parques comerciales, frente a los 800 MM€ y 7 centros en el mismo periodo de 2009.
34. Como ha ocurrido en años anteriores, se aprecia una nueva restricción del mercado de inversión en operaciones en Centros y Parques Comerciales, disminuyendo un 24%, en términos de volumen de inversión, respecto al periodo inmediatamente anterior.

Cuadro nº 5: Principales Operaciones de Inversión 2010

Centro Comercial	Localidad	Vendedor	Comprador	SBA(m2)	Precio MM€
Meixueiro Retail Park	Vigo, Pontevedra	Oralco	Henderson GI	18,000	35
Ballonti	Portugalete, Vizcaya	Eroski	Deka	52,700	120
Cartera Hipermercados	Varias	Eroski	Rockspring	29,000	45
Cartera Hipermercados	Varias	Eroski	EPISO	120,000	150
Bilbondo	Basauri, Vizcaya	Eroski	ING	37,900	60
Ronda Sur	Murcia	Promotor	Inversor Privado	9,300	18
H2Ocio	Rivas Vaciamadrid, Madrid	Avantia	Alpha Tiger	50,000	83
Espacio Torrelozones	Torrelozones, Madrid	MDC	Cório	33,700	65
Cartera Hipermercados	Varias	Eroski	WP Carey	35,000	38
<b>Total 2010</b>				<b>385,600</b>	<b>615</b>

35. En el ultimo trimestre de 2010 se han producido la venta de Ballonti en Vizcaya por parte de Eroski a Deka por un importe de 120 MM€ y la del parque comercial Meixueiro, en Vigo (Pontevedra), por parte de Oralco a Henderson Global Investors por un montante total de 34,9 MM€.
36. Las transacciones incumben principalmente a Centros Comerciales y Carteras de Hipermercados y Supermercados, si bien cabe mencionar las dos operaciones realizadas en Parques Comerciales.
37. Es importante resaltar que todas las operaciones corresponden a centros en explotación, exceptuando el acuerdo alcanzado por la división inmobiliaria del fondo británico Doughty Hanson y MDC para la adquisición del suelo de Valdebebas en Madrid para el futuro desarrollo de un centro comercial.
38. El inversor internacional ha sido el indiscutible protagonista en la totalidad de las operaciones realizadas a lo largo de 2010, con excepción de la operación del Parque Comercial de Murcia.
39. Por el lado de la rentabilidad, como ya anticipábamos en el grafico 7, se ha producido una tendencia descendente en los niveles de rentabilidad exigida en las operaciones de inversión "prime", hasta situarse por debajo del 7,0% (con una banda entre el 7,1% y el 6,7%) para los productos "prime", siendo mas difícil establecer una cuantificación para los activos de inversión secundarios, debido a la ausencia de operaciones, pero que podrían situarse en el entorno del 9%.
40. La principal transacción del mercado de inversión realizada en el primer trimestre de 2011 ha sido la operación llevada a cabo de manera conjunta de la venta de los Centros Comerciales Plaza Eboli y El Rosal, en Pinto, Madrid y Ponferrada, León, respectivamente, por parte de la compañía portuguesa Sonae Sierra al fondo británico Doughty Hanson por un valor total de 120 MM€.

41. Existe una gran oferta de activos secundarios en venta mientras que lo que busca el inversor institucional son centros prime, lo que previsiblemente presionaría los yields si existiese oferta de este tipo de activos. Respecto a los activos secundarios, solo parecen factibles a corto plazo, operaciones en los que sean dominantes en su área de influencia, bajo riesgo de futura competencia directa, altos niveles de ocupación con operadores de primer nivel, con muy evidentes posibilidades de mejora y con un retorno elevado.
42. En líneas generales y observando el arranque del primer trimestre del año en curso, todo parece indicar que el comportamiento del mercado de inversión en España será muy similar al precedente, si bien es cierto que observamos leves y paulatinos síntomas de mayor actividad en el estudio de nuevas operaciones aunque tendremos que ser capaces de compensar el riesgo país inherente para que éstas lleguen a buen puerto.
43. Con unas condiciones teóricas atractivas a excepción del aun restrictivo acceso al crédito, no terminan de consolidarse los tímidos signos de mejora del volumen de operaciones, fundamentalmente por el todavía pendiente cambio de signo de la economía general del país, que hace mantener una práctica evitación del riesgo y por tanto un estrechamiento significativo del mercado.

**Cuadro nº 6: Principales Operaciones de Inversión Enero 2011 – Marzo 2011**

Centro Comercial	Localidad	Vendedor	Comprador	SBA(m2)	Precio MM€
Cartera Supermercados	Varias	Eroski	Rockspring	33,000	45
Plaza Éboli	Pinto, Madrid	Sonae Sierra	Doughty Hanson	31,000	33
El Rosal	Ponferrada, León	Sonae Sierra	Doughty Hanson	50,500	87
<b>Total Enero- Marzo 2011</b>				<b>114,500</b>	<b>165</b>

**Renuncia de Responsabilidad LaSBA 2011**

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, Moscow

Publicación Informativa del Programa Permanente de Investigación **LaSBA**

Paseo Castellana 143, 2º  
E-28046 Madrid  
Tel. +34 914 178 100

Av. Fontes Pereira de Melo 51, 6º F1  
P 1050-120 Lisboa  
Tel. +351 213 136 060

[www.lasba.com](http://www.lasba.com)

**LaSBA**  
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL