

# Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Octubre 2011

## Economía:

1. El ritmo de avance inter trimestral del PIB de la economía española se moderó en el segundo trimestre de 2011 hasta el 0,2 %. Esta evolución de la actividad reflejó la notable desaceleración de la demanda nacional, que retrocedió un -0,4 %, tras haber crecido un 0,2 % en el primer trimestre (ver grafico nº1).
2. A su vez, ese comportamiento se debió a la fuerte caída del consumo público, mientras que el gasto en consumo de los hogares repuntó hasta el 0,6 % y la inversión suavizó su tasa de descenso. En términos interanuales, el PIB creció un 0,7 %, 2 décimas menos que en el 1er trimestre.
3. La economía española registra un crecimiento interanual del 0,8% en el tercer trimestre de 2011, situándose el crecimiento Intertrimestral en el 0,0%, dos décimas menos que el del trimestre pasado.
4. Por su parte, el ritmo interanual de destrucción de empleo se moderó cuatro décimas. La ocupación registra en el tercer trimestre de 2011 un descenso de 146.800 personas, hasta un total de 18.156.300. La tasa de paro se incrementa en algo más de seis décimas, siendo ahora del 21,5% (ver grafico nº2)..
5. El IPCA (IPC Armonizado) se mantiene en Octubre sin variación respecto al mes de Septiembre situando el anual en el 3,0% (ver gráfico nº3).
6. En el 3er trimestre se mantiene la atonía de la actividad comercial. En el caso del consumo privado, los índices de confianza de los consumidores y de los comerciantes minoristas elaborados por la Comisión Europea experimentan retrocesos. En cuanto a los indicadores cuantitativos, el índice de confianza del comercio mantiene su descenso (ver grafico nº6).

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

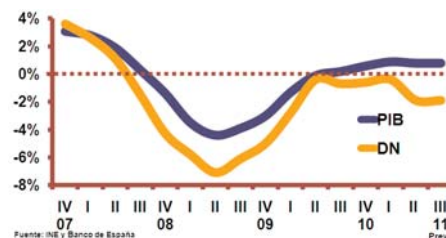


Gráfico nº 2: Desempleo

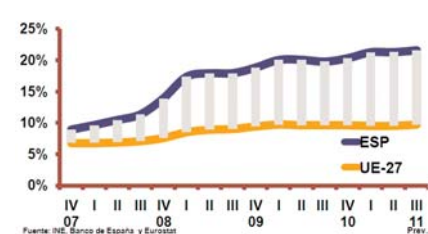


Gráfico nº 3: IPC armonizado



Gráfico nº 4: Tasa de Ahorro Bruto familiar

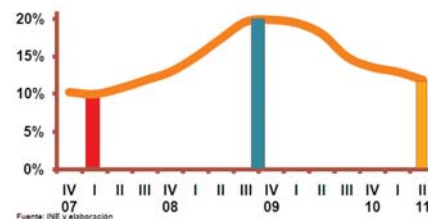


Gráfico nº 5: Gasto en Consumo final

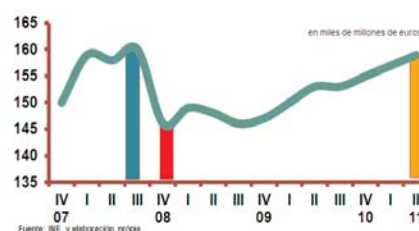
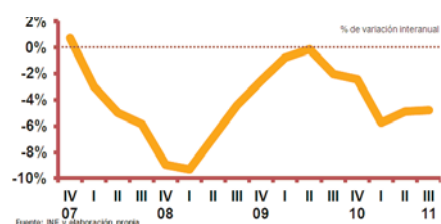


Gráfico nº 6: Índice de Confianza del Comercio



nº 22 Noviembre 2011

Publicación Informativa del  
Programa Permanente de  
Investigación LaSBA

**LaSBA**  
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL

## Mercado de Promoción de Centros Comerciales:

### I. Año en curso: Enero-Septiembre 2011

7. Durante los tres primeros trimestres del año 2011 han tenido lugar un total de 5 inauguraciones y 3 ampliaciones, que suman una SBA de 307.000 m<sup>2</sup>; adicionalmente, se computaron 2.500 m<sup>2</sup> de SBA correspondientes a la apertura de una mediana superficie especializada implantada fuera de complejos comerciales. De este modo, hasta septiembre de 2011 se pusieron en el mercado 309.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, dato que aumenta en un 15% el del mismo período de 2010.

**Cuadro nº 1: Aperturas Enero-Septiembre 2011**

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Mes Apertura
Parque Sevilla Este	Sevilla	Bogaris	27,500	Febrero
Arenas Plaza	Barcelona	Metrovacesa	32,400	Marzo
Arambol	Palencia	Leal Decoración	11,600	Abril
Parque Motril	Motril, Granada	Bogaris	8,500	Abril
Bricoking Peñíscola	Peñíscola, Castellón	Bricoking	2,500	Abril
Coruña The Style Outlet	Culleredo, A Coruña	Neinver	12,600	Mayo
<b>Total Aperturas Enero- Septiembre 2011</b>		<b>6</b>	<b>95,100</b>	

**Cuadro nº 2: Ampliaciones Enero-Septiembre 2011**

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )		
			Ampliada	Inicial	Total
Futuro Ciudad Amposta (2ª fase)	Amposta, Tarragona	Futuro Ciudad Amposta, S.L.	12,500	2,300	14,800
Marineda City (2ª fase)	A Coruña	Investcos	161,000	30,000	191,000
El Tiro (2ª fase)	Murcia	El Tiro Murcia, S.L.	41,000	29,000	70,000
<b>Total Ampliaciones Enero - Septiembre 2011</b>		<b>3</b>	<b>214,500</b>	<b>61,300</b>	<b>275,800</b>

8. De acuerdo con las Bases de Datos LaSBA, en España en septiembre 2011 la SBA alcanzaba los 19,4 millones de m<sup>2</sup>.
9. La densidad relativa de SBA en España alcanza los 412 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes, siendo las regiones con una mayor concentración comercial las de Madrid (608 m<sup>2</sup>/1.000 hab.), Canarias (590 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) y Asturias (578 m<sup>2</sup>/1.000 hab.).
10. En términos geográficos, Galicia ha sido la región española con un mayor avance en lo que va de 2011, con más de 174.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, destacando la 2ª fase de Marineda City como equipamiento de mayor tamaño.

### II. Previsión 4º Trimestre 2011

11. Para el último trimestre del año se prevén cerca de 120.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, con el Parque Abadía en Toledo (41.000 m<sup>2</sup> SBA) y la 1ª fase de Inter Ikea Arroyo de la Encomienda (30.000 m<sup>2</sup> SBA) como elementos más destacados.
12. De acuerdo con estas estimaciones, se prevé que el año 2011 finalice con cerca de 430.000 m<sup>2</sup> de SBA nueva, completándose 9 aperturas en el último trimestre.
13. Por regiones, el mayor crecimiento de superficie en términos absolutos corresponderá a Galicia (174.000 m<sup>2</sup> nuevos de SBA, un 38% del total nacional), seguida de Andalucía (11%). (ver cuadro nº 3)
14. Se prevé cerrar pues el año 2011 con una superficie aperturada en el mismo de 214.700 m<sup>2</sup> que supone tan solo un 75,6% de la aperturada en 2010 y un 51,3% de la media de los últimos diez años que sitúa en 836.000 m<sup>2</sup>. (ver cuadro nº 7)
15. Al finalizar 2011, España dispondrá de una dotación próxima a los 20 millones m<sup>2</sup> de SBA (Base de Datos LaSBA), lo que significará un incremento del 5% sobre la cifra del año anterior. Tomando los datos actuales de población, la densidad prevista se situará en 422 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes.

**Cuadro nº 3: Aperturas Previstas Octubre-Diciembre 2011**

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m <sup>2</sup> )	Mes Apertura
Reina Sofía	Mérida, Badajoz	Bogaris	14,000	Octubre
Parque Abadía	Toledo	Grupo Murias	41,000	Noviembre
Muelle Uno	Málaga	Grupo Myramar	14,000	Noviembre
Decathlon	Tortosa, Tarragona	Decathlon	2,000	Noviembre
Decathlon	Pozuelo, Madrid	Decathlon	4,800	Noviembre
Decathlon	Carcaixent, Valencia	Decathlon	2,100	Noviembre
Decathlon	Cocentaina, Alicante	Decathlon	2,500	Noviembre
Puerta de Ayud (1ª fase)	Calatayud, Zaragoza	Inmob. Bronapur	9,200	Diciembre
Río Shopping (1ª fase)	Arroyo de la E., Valladolid	Inter Ikea	30,000	Diciembre
<b>Total Aperturas Prevista 4º Trimestre 2011</b>		<b>9</b>	<b>119,600</b>	



Arenas Plaza Barcelona



Arambol Palencia



Futuro Ciudad Amposta Tarragona



El Tiro Murcia

pág 2

nº 22 Noviembre 2011

**OBSERVATORIO LaSBA**





P.C. Sevilla Este

Sevilla



Marineda City

A Coruña



Muelle Uno

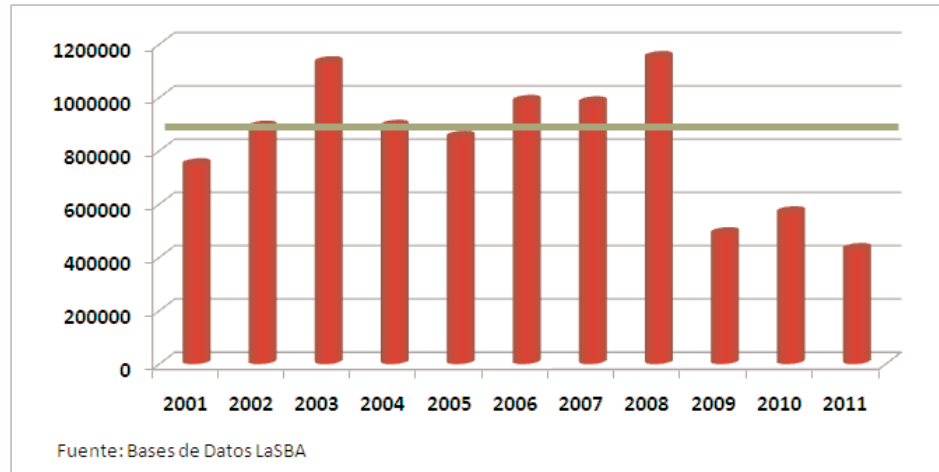
Málaga



Coruña The Style Outlet

A Coruña

Gráfico nº 7: SBA inaugurada 2001 – 2011 (previsión cierre año)



### III. Expectativas para el 2012

16. Para el año 2012 se prevé que las aperturas superen el nivel de los dos últimos años y en superficie algo superiores a los 500.000 m2 de SBA inaugurada.
17. La mayoría son proyectos que han visto aplazada su apertura en el contexto de la crisis económica y con escasez de nuevos proyectos que retrasan su periodo de maduración tanto por las restricciones crediticias como por el diferimiento de las decisiones de inversión a la espera de la esperada mejoría en el consumo.
18. A nivel regional, se destaca de nuevo Galicia, con los proyectos del parque comercial O Boial (30.000 m2 de SBA) en Ferrol y de los centros comerciales Novo Milladoiro (20.000 m2 de SBA) y As Cancelas (50.000 m2 de SBA), ambos en Santiago de Compostela, con los que Galicia mantiene un año más un elevado nivel de aperturas.
19. También son destacables las aperturas previstas en Badajoz de Leroy Merlin El Nevero (10.000 m2 de SBA) y del Centro Comercial Faro del Guadiana de Unibail Rodamco (56.000 m2 de SBA) así como el Parque Comercial El Prado (20.000 m2 de SBA ) en Mérida.
20. Igualmente debemos apuntar las aperturas en Arroyo de la Encomienda, Valladolid, del Rio Shopping 2ª fase (74.500 m2 de SBA ) de Inter Ikea y Gran Plaza 2 (57.600 m2 de SBA ) de LSGIE en Majadahonda, Madrid.
21. Aunque sin duda por numero y superficie total destacan los proyectos en la Comunidad Autónoma de Andalucía, el Leroy Merlin (8.000 m2 de SBA) en Córdoba, los de Huelva de El Ensanche Sur (60.000 m2 de SBA) y la ampliación del Carrefour Huelva (53.000 m2 de SBA) y el de Espartinas (70.000 m2 de SBA ) en Sevilla.
22. Hay que tener en cuenta que en nuestro país hay regiones, como Murcia, Canarias o la Comunidad de Madrid, en las que la densidad comercial por habitante es muy elevada, con más de 500 m2 de SBA por 1.000 habitantes, pero aún existen muchas otras en las que apenas llegan a los 200 y por tanto, con capacidad de absorción de nuevos equipamientos. Es el caso de Girona y Lleida en Cataluña; Lugo en Galicia o Jaén en Andalucía.

### Centros en explotación:

23. Según los datos del Índice Foot Fall España, la afluencia mensual en el último semestre ha caído con respecto al 2010 a excepción de Julio, alcanzandose una disminución anual del -4,4% en Octubre de este año.
24. Con respecto a las tasas de desocupación, si el 2010 cerró con tasas del 7% de la SBA total, y el 14% en número de locales, la tendencia se mantiene durante los 9 primeros meses del año y todo parece apuntar que seguirá en el cuarto trimestre de 2011.

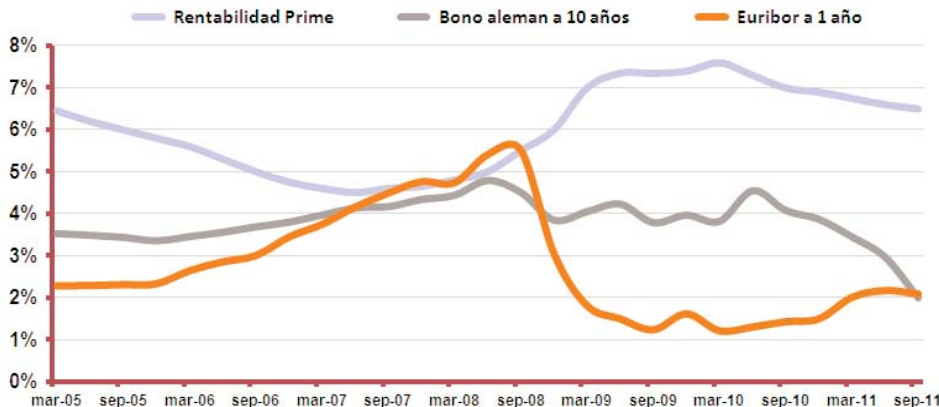
- 25. Por su parte las rentas mantienen la tendencia de 2011. Las dificultades continúan para la firma de contratos en Centros secundarios y solo mediante acuerdos de flexibilidad en los primeros años por parte de los propietarios se están pudiendo alcanzar acuerdos, mientras que los centros comerciales “prime” mantienen un nivel de rentas estable y con un comportamiento positivo a pesar de la actual crisis económica.
- 26. El formato que mejor está resistiendo la crisis sigue siendo el de los outlets, tanto en los Factory de Neinver que suben sus cifras de ventas en más de un 6%, como en los Village de Value Retail con cifras de incremento superiores al 10%.

**Información sobre operadores:**

- 27. Se han vuelto a producir procesos de cierres o reorientaciones en el sector de electrodomésticos, como los de Miró y Darty.
- 28. A pesar de la complicada situación del sector de electrodomésticos, Worten mantiene su desarrollo con la apertura de dos nuevas tiendas en ubicados en Rivas Vaciamadrid (Madrid) y Mérida (Badajoz), así como la prevista de Media Markt en Parque Comercial Abadía en Toledo para el mes de Noviembre.
- 29. Por el contrario los operadores del sector Bricolaje siguen activos tanto en expansión como en ventas y resultados liderados por Leroy Merlin con 17 nuevas aperturas previstas para los próximos 5 años.
- 30. Algunas firmas españolas han centrado su objetivo de expansión en el mercado internacional, unas con procesos de cierre de tiendas en España como es el caso de Adolfo Domínguez, otras simplemente con reducción de su ritmo de aperturas en el mercado nacional y potenciación de nuevos mercados principalmente asiáticos y sudamericanos como el caso Zara o Mango.
- 31. Otras enseñas nuevas, con gran crecimiento y expansión en el mercado nacional, rápidamente están buscando también los mercados internacionales como es el caso de Shana.
- 32. La compañía Británica JD Sports ha tomado posición de control sobre la cadena de deportes Sprinter, que tiene una red de 47 tiendas en nuestro territorio nacional.
- 33. Las tiendas Apple siguen su expansión en España. Las próximas aperturas se darán en Marbella, Málaga y Valencia capital, el 25 de noviembre y 3 de diciembre, respectivamente. Después Murcia y las grandes tiendas de Paseo de Gracia en Barcelona y de la Puerta del Sol, en Madrid, en el edificio “Tío Pepe”.
- 34. El próximo 3 de noviembre está prevista la apertura de la primera macrotienda de Abercrombie & Fitch en España. En la Plaza del Marqués de Salamanca de Madrid y con una superficie de 1.150 m2 más 700 m2 de jardín, el Palacio de las Aguas será la “tienda bandera” de la marca americana en nuestro país.

**Mercado de Inversión:**

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



Fuente: Banco de España, Euribor-Rates.eu y elaboración propia



Futuro Apple Puerta del Sol Madrid



Sprinter



Abercrombi



Shana





35. Como se aprecia en el gráfico anterior (nº 8), el distanciamiento entre el Coste Financiero y la Rentabilidad "prime" sigue marcando un diferencial notable a pesar del ligero encarecimiento del Euribor y el paulatino y suave descenso de la Rentabilidad Prime, circunstancia que debería permitir un incremento de las operaciones de inversión, mas aun si tenemos en cuenta el fuerte descenso de la rentabilidad del Bono Alemán, si no fuera por la enorme presión de la Prima de Riesgo y las severas dificultades de financiación.
36. En cuanto a la Rentabilidad como se refleja en el grafico nº 8, ha mantenido la tendencia descendente en los niveles de rentabilidad exigida en las operaciones de inversión "prime", hasta situarse en el entorno del 6,5%, siendo más difícil establecer una cuantificación para los activos de inversión secundarios, debido a la ausencia de operaciones, pero que podrían situarse en una banda entre el 9% y el 9,5%.
37. Se mantiene una gran oferta de activos secundarios que por el momento no parece cercano el cierre de sus procesos de venta salvo circunstancias muy coyunturales y a precios que permitan la entrada de oportunistas.
38. El volumen total de operaciones en el periodo analizado abril-octubre de 2011 alcanzó una cifra superior a los 305 MM€, frente a los 270 MM€ en el mismo periodo de 2010.
39. Con las transacciones anteriormente apuntadas, el volumen total de transacciones en el periodo Enero-Septiembre 2011 asciende a 470 MM€, frente a los 460 MM€ en 2010.
40. Debemos citar el acuerdo de intercambio de activos entre Carrefour Property y Klépierre . Así, Carrefour Property adquiere a Klépierre la propiedad de la galería comercial del hipermercado Carrefour de Huelva, y Klépierre compra a Carrefour Property diversas superficies comerciales y derechos de construcción en sus centros de La Gavia (Vallecas-Madrid), San Juan de Aznalfarache (Sevilla) y Elche.
41. En el periodo mayo a octubre 2011 se han producido dos operaciones. La de adquisición de 7 centros (Hiper y Super) en la provincia de Madrid a Eroski por parte de Leclerc por un montante de 120 MM€ y la venta del Centro Comercial Splau en Cornellá (Barcelona) a Unibail Rodamco por parte de Acciona Inmobiliaria por 185MM€. (ver cuadro nº 4)
42. En resumen un mercado que se mueve en cifras y volúmenes semejantes al del ejercicio 2011 y que sigue acusando fundamentalmente la aversión al riesgo de los inversores debido a la coyuntura económica y especialmente la prima de riesgo país, pero que se agrava sustancialmente por la dificultad crediticia que impide o, en el mejor de los casos, retrasa las decisiones de inversión.
43. Por tanto seguirá la presión a la baja en los tipos de productos prime – escasez de producto y demanda alta – y las dificultades para cerrar operaciones en el resto de productos.

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

Paseo Castellana, 143 2º C  
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)

**Cuadro nº 4: Principales Operaciones de Inversión Enero – Octubre 2011**

Centro Comercial	Localidad	Vendedor	Comprador	SBA(m2)	Precio MM€
<b>Cartera Supermercados</b>	Varias	Eroski	Rockspring	33,000	45,0
<b>Plaza Éboli</b>	Pinto, Madrid	Sonae Sierra	Doughty Hanson	31,000	33,0
<b>El Rosal</b>	Ponferrada, León	Sonae Sierra	Doughty Hanson	50,500	87,0
<b>Cartera Centros</b>	Madrid	Eroski	Leclerc	39,800	120,0
<b>Splau</b>	Conellá, Barcelona	Acciona	Unibail Rodamco	54,500	185,0
<b>Totales Enero- Octubre 2011</b>				<b>208,800</b>	<b>470,0</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