

Centros Comerciales en España: Informe de Actividad Mayo 2012

Economía:

1. Los datos de la Contabilidad Nacional Trimestral (CNTR) del cuarto trimestre de 2011, mostraron un descenso de la actividad durante los meses finales del pasado ejercicio, con una disminución del PIB del -0,3 % en términos inter trimestrales y un exiguo aumento del 0,3% interanual.
2. La información del primer trimestre 2012 prolonga la dinámica contractiva del PIB, que confirma técnicamente la recesión y que por primera vez desde hace ocho trimestres arroja un resultado interanual negativo del -0,4%.
3. El desempleo cerró el 2011 con una cifra cercana a los 5,3 millones de personas que representa el 23,0% según la EPA (Encuesta de Población Activa), frente al 10,0% de la Unión Europea (27 países).
4. El primer trimestre se cierra en España con más de 5,6 millones de personas desempleadas, un 24,4% según la EPA.

Gráfico nº 1: PIB y Demanda Nacional

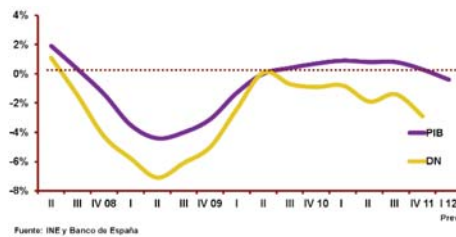
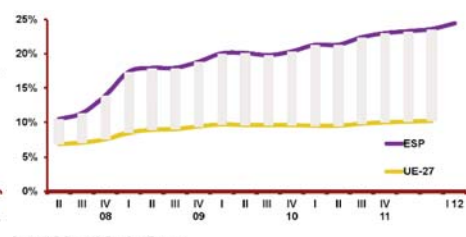


Gráfico nº 2: Desempleo



5. El IPCA (Índice de Precios al Consumo Armonizado) ha mantenido su tendencia a la baja desde el 3% del octubre pasado pasando por un cierre 2011 en el 2,4% hasta situarse en un 1,8% a final de marzo 2012.
6. Por su lado la Tasa de Ahorro Bruto Familiar ha mantenido su tendencia de reducción hasta situarse en un 11,6 % en marzo 2012.

Gráfico nº 3: IPC Armonizado

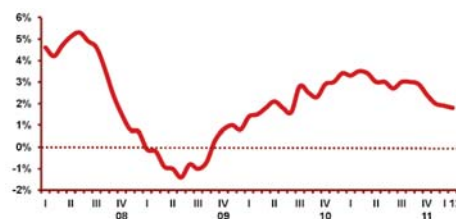
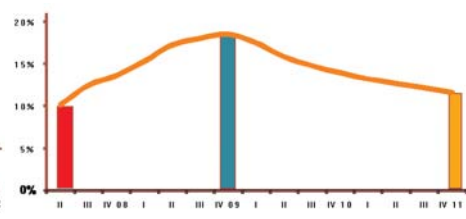


Gráfico nº 4: Tasa de Ahorro Bruto familiar



nº 24 Mayo 2012

Publicación Informativa del
Programa Permanente de
Investigación LaSBA

LaSBA
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL

7. El cuarto trimestre 2011 supuso una notable recuperación en las cifras del Gasto en Consumo Final de los hogares tras la importante caída en el tercer trimestre, si bien los primeros datos de tendencia del primer trimestre 2012 no parecen consolidar la senda de recuperación.
8. En cuanto al Índice del Comercio Minorista, sufrió por el contrario una caída del (-6,8%) en el cuarto trimestre 2011, que se ha visto corregida por un dato algo menos negativo del (-3,6%) en el primero del 2012 (datos enero y febrero).

Gráfico nº 5: Gasto en Consumo Final

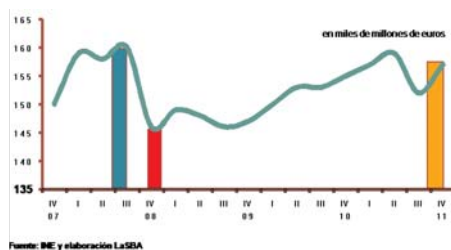
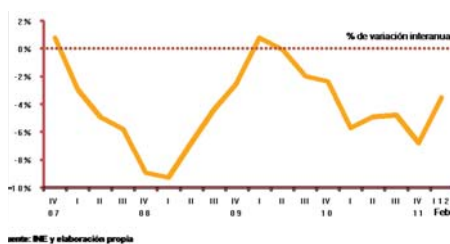


Gráfico nº 6: Índice de Ventas Comercio Minorista



Mercado de Promoción:

I. Año en curso: Año 2011

9. En 2011 se abrieron en España 406.000 m2 de SBA, frente a los 542.000 m2 de 2010. Esta superficie se repartió entre los 192.000 m2 SBA (47%) de nuevos centros, y 215.000 m2 SBA (53%) de ampliaciones de ya existentes.
10. En total, se computaron 9 aperturas y 3 ampliaciones. Deben agregarse 14.000 m2 SBA correspondientes a 5 destacadas medianas que abrieron de forma independiente a los complejos comerciales, la mayoría de ellas pertenecientes a la enseña Decatlón.
11. De este modo, el dato de SBA de nueva creación registrado en el ejercicio 2011 (420.000 m2) casi un 10% inferior a la cifra del año 2010. Estos datos reflejan el mantenimiento de la actividad del sector, que sigue muy volcada en las aperturas.
12. Puede extrañarse que para este ejercicio la cifra correspondiente a ampliaciones de equipamientos comerciales sea superior a la de aperturas de nuevos centros. No obstante, no se puede hablar de un cambio de tendencia, ya que gran parte de la culpa de este número tan relevante lo tiene la ampliación del centro comercial Marineda, en La Coruña.

Cuadro nº 1: Aperturas 2011

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m2)	Apertura
Parque Sevilla Este	Sevilla	Bogaris	27.547	Febrero
Arenas Plaza	Barcelona	Metrovacesa	32.400	Marzo
Parque Motril	Motril, Granada	Bogaris	8.500	Abril
Arambol	Palencia	Leal Decoración	11.577	Abril
Bricoking	Peñíscola, Castellón	Bricoking	2.500	Abril
Coruña The Style Outlet	Culleredo, La Coruña	Neinver	12.600	Mayo
PC Reina Sofia- La Heredad	Mérida, Badajoz	Bogaris	14.000	Octubre
Parque Abadía	Toledo	Grupo Murias	41.000	Noviembre
Decathlón	Tortosa, Tarragona	Decathlón	2.000	Noviembre
Decathlón	Concentaina, Alicante	Decathlón	2.500	Noviembre
Decathlón	Craixent, Valencia	Decathlón	2.100	Noviembre
Decathlón (El Torreón)	Pozuelo de Alarcón, Madrid	Decathlón	4.800	Noviembre
Muelle Uno	Málaga	Grupo Myramar	14.000	Diciembre
Río Shopping	Arroyo de la E., Valladolid	Inter Ikea	30.000	Diciembre
TOTAL APERTURAS 2011		14	205.524	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes

Cuadro nº 2: Ampliaciones 2011

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m2)			Apertura
			Ampliada	Inicial	Total	
Futuro Ciudad Amposta (2ª fase)	Amposta, Tarragona	Castellania d' Amposta	12,500	2,300	14,800	Marzo
Marineda City (2ª fase)	A Coruña	Invest Cos	161,000	30,000	191,000	Abril
El Tiro (2ª fase)	Murcia	El Tiro Murcia, S.L.	41,000	29,000	70,000	Mayo
Total Ampliaciones Enero - Septiembre 2011		3	228.400	61.300	289.700	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes

13. Según las Bases de Datos LaSBA, la SBA de España al finalizar el año 2011 rebasaba levemente los 19,5 millones de m2. Este dato difiere de la reflejada por algunas otras fuentes de información del mercado (superior a 15 millones), debido a que LaSBA incluye en su Base los grandes almacenes y algunos centros y parques comerciales no considerados de manera normal en otras entidades de información, tales como la AECC.



PC Reina Sofia, Badajoz



PC Abadía, Toledo



Ikea Arroyo de la E., Valladolid



Muelle Uno, Málaga



Serrallo Plaza, Granada



Decathlon El Torreón, Pozuelo de A.



Arenas Plaza, Barcelona



Futuro Ciudad Amposta, Tarragona

14. Según la clasificación LaSBA, la densidad relativa de SBA en el conjunto de España alcanza los 415 m²/1.000 habitantes, siendo las regiones con una mayor concentración comercial las de Madrid (610 m²/1.000 hab.), Canarias (591 m²/1.000 hab.) y Asturias (578 m²/1.000 hab.), ranking que se mantiene respecto al anterior periodo.
15. Galicia ha sido la región española con mayor superficie comercial abierta en el año 2011, con 173.000 m² de SBA debido especialmente a la segunda fase de Marineda, que por si sola acumula 160.000 m².
16. El desarrollo de esta nueva fase del proyecto de La Coruña es el hecho más destacado, ya que las nuevas aperturas de centros comerciales se han movido siempre en valores discretos, alcanzando superficies de desarrollo máximas entorno a los 40.000 m².
17. Por tipologías, el formato con más peso en las nuevas inauguraciones ha sido el de las Ampliaciones (51%), por las razones ya citadas, seguidas de los Parques Comerciales (22%), a través de 4 establecimientos nuevos repartidos por toda la geografía española.

II. Previsión 2012

18. Frente a las cifras más conservadoras observadas en el año 2011, las previsiones son optimistas apuntando a una fuerte expansión de nuevas inauguraciones en el ejercicio 2012, pues se espera que el volumen de aperturas y ampliaciones se sitúe ligeramente por encima de los 650.000 m² de SBA.

Cuadro nº 3: Aperturas Previstas 2012

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m ²)	Mes Apertura
Leroy Merlin (Los Patios)	Córdoba	Leroy Merlin	8.000	Febrero
El Serrallo Plaza	Granada	Inversiones Área Sur	12.000	Marzo
Puerta de Ayud (1ª fase)	Calatayud, Zaragoza	Bronapur	9.200	Marzo
Leroy Merlin	Elche, Alicante	Leroy Merlin	10.000	Abril
Gran Plaza 2	Majadahonda, Madrid	LSGIE	57.675	Abril
Saguncenter	Sagunto, Valencia	Manuel Chang	25.000	Mayo
Leroy Merlin	Albacete	Leroy Merlin	7.500	Junio
Faro del Guadiana	Badajoz	Rodamco	56.000	Septiembre
El Nevero (1ª fase)	Badajoz	Leroy Merlin	13.000	Finales
Decathlón	Badajoz	Decathlón	3.500	Finales
As Cancelas	Santiago de Compostela	Realia/ Carrefour	50.000	Finales
Castellana 200	Madrid	Reyal Urbis	6.900	Finales
Ensanche Sur	Huelva	Descirea/ Trusman	60.000	Finales
Sabadell Parc Empres.	Sabadell, Barcelona	Vantoureix	30.000	Finales
La Zenia Boulevard	Orihuela, Alicante	Inmochan	80.000	Finales
Total Aperturas Previstas 2012			15	428.775

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes

Cuadro nº 4: Ampliaciones Previstas 2012

Centro Comercial	Localidad	Promotor	SBA (m ²)			Apertura
			Ampliada	Inicial	Total	
Carrefour (ampl.)	Huelva	Carrefour	40.000	12.992	52.992	Finales
Puerto Venecia (2ª fase)	Zaragoza	Eurofund Investment Zaragoza	123.000	83.890	206.890	Finales
Rio Shopping (2ª fase)	Arroyo de la E., Valladolid	Inter Ikea	74.500	30.000	104.500	Septiembre
Total Ampliaciones Enero - Septiembre 2011		3	237.500	126.882	364.382	

Nota: Se incluyen Medianas Superficies Especializadas y Grandes Almacenes

19. La principal inauguración del 2012 será la segunda fase del C.C. Puerto Venecia, en Zaragoza, prevista para finales de año. Tras varios años de espera, sus 206.000 m² de SBA, colocarán a este centro comercial como el mayor de España.
20. El dato anterior parece ser una muestra de una cierta tendencia a formatos comerciales hipergrandes, que permiten apropiarse de cuotas de mercado de otros proyectos en funcionamiento, a la vez que generan fuertes barreras de entrada que dificulten el desarrollo de nuevos proyectos comerciales.
21. Siguiendo con este planteamiento, se espera que este año sea el de las aperturas de centros comerciales de tamaño Grande, con superficies SBA por encima de 50.000 m² de SBA, en Majadahonda (Madrid), Badajoz, Santiago de Compostela, Huelva y Orihuela (Alicante).
22. De entre ellos destaca la Zenia Boulevard, promovido por Inmochan y espera su apertura a finales de año con cerca de 80.000 m² de SBA.

pág 3

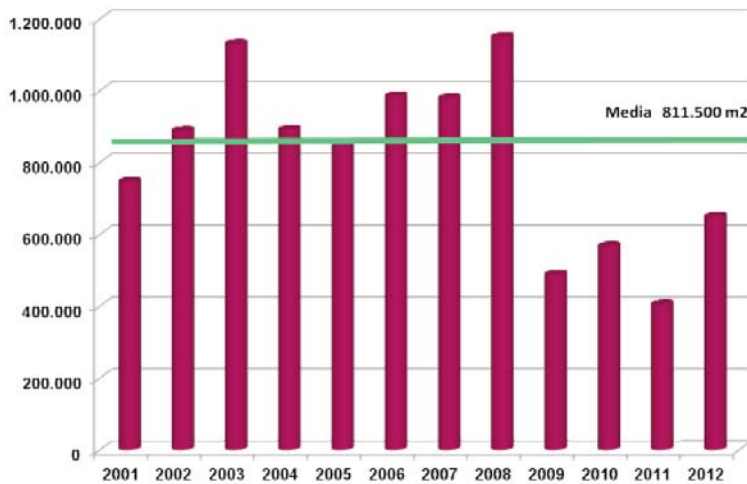
nº 24 Mayo 2012

OBSERVATORIO LaSBA



23. También será relevante el desarrollo de la segunda fase del centro comercial Río Shopping, promovido por la firma Inter Ikea, que espera tener en funcionamiento para después del verano, más de 74.000 m2 SBA adicionales.
24. En el ámbito de las medianas superficies, destaca la actividad promotora de la Leroy Merlin, que tiene previsto contar al final del año en curso con la apertura de 4 nuevos establecimientos en Córdoba, Elche (Alicante), Albacete y Badajoz, acumulando una superficie de nuevo lanzamiento a lo largo del año 2012 de más de 38.000 m2 SBA.

Gráfico nº 7: SBA inaugurada 2001 – 2012 (previsión cierre año)



Fuente: Bases de Datos LaSBA

Centros en Explotación:

25. Se mantiene la tónica arrastrada desde el inicio de la actual crisis económica: bajada de las ventas, incremento en la desocupación de los locales y alquileres que se siguen manteniendo estables en las localizaciones prime y que siguen descendiendo en las secundarias.
26. Las ventas en los Centros Comerciales descendieron en 2011 un -2,8%, según AECC, frente al -5,1% del Índice de Ventas del Comercio al por menor, excluida alimentación.
27. Por el contrario, los Centros de Fabricantes tanto los orientados a marcas exclusivas como los más generalistas continúan incrementando sus ventas.
28. El formato de Parque Comercial continúa siendo uno de los que funcionan más eficientemente en la coyuntura económica actual.
29. La compañía propietaria del Centro Comercial Espacio Coruña entra en concurso de acreedores.

Información sobre Operadores:

30. La actividad comercial registrada en el año 2011 demuestra que el comercio internacional sigue teniendo interés en España.
31. Apple, Forever 21, Superdry entre otras marcas internacionales mantienen su interés por el mercado español y siguen estudiando locales para su crecimiento en España.
32. Uniqlo, japonesa, Scotch & Soda, holandesa, Dirk Bikkembergs, belga, o la brasileña Havaianas, están iniciando su actividad o estudiando el mercado español para abrir tiendas.
33. Eroski, en su plan de ajuste y desinversión, anuncia el cierre de sus hipermercados en Nueva Condomina (Murcia) y Plaza Imperial (Zaragoza).
34. Continúa el cierre de complejos cinematográficos, el más reciente: Cinesa en el Centro Comercial Panoramis en Alicante.



Mercadona



Uniqlo



Havaianas



Zara 5th Avenue,

Nueva York

pág 4

nº 24 Mayo 20112

OBSERVATORIO LaSBA





Maxima



Lah!



SUITESBLANCO

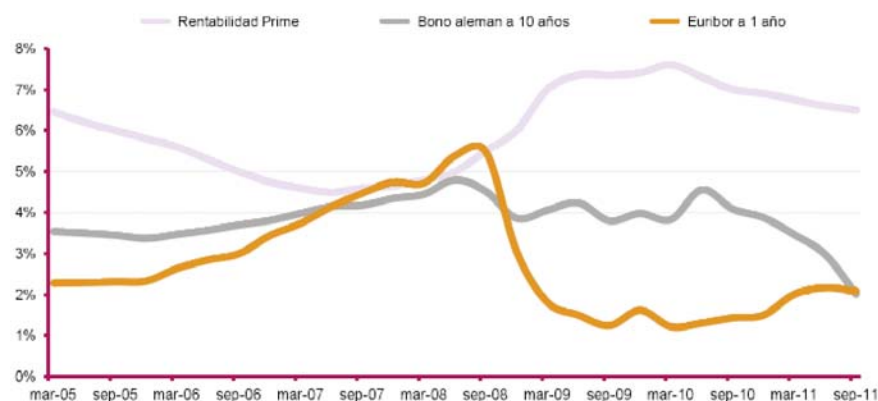


Basic Fit

35. PC City con 34 tiendas, Urende con 13 y la disolución de Musgo completan la cara negativa de cierres..
36. Zara abre en la Quinta Avenida de Nueva York una tienda de referencia mundial. Está situada en el número 666 y cuenta con 3.600 m2. Se trata de la octava tienda de Zara en Manhattan y la segunda en la Quinta Avenida.
37. Shana inauguró 150 tiendas en el año 2011 y se lanza a abrir en locales de mayor tamaño, 700 m2, en Centros Comerciales así como impulsar su internacionalización.
38. El Corte Inglés transforma sus tiendas Sfera en tiendas multimarca con moda casual y de lujo para mujer y hombre.
39. H&M potencia sus enseñanzas especializadas, Cos, Monki, y Cheap Monday.
40. Inditex grupo supera por primera vez a H&M por ventas, por número de tiendas, por valor en Bolsa y por beneficios en el año 2011.
41. Abercrombie & Fitch, por el contrario y, debido a la coyuntura económica, posterga sus planes de expansión en Europa, incluida España.
42. Crece la tendencia al formato "low-cost" en gimnasios cuya principal característica es una tarifa plana a un precio muy asequible y sin compromiso de permanencia.
43. La restauración rápida o fast-food es el único formato de hostelería que crece mientras que los restaurantes siguen viendo disminuir sus ventas.
44. Lah! (cocina sudasiática), h3 (hamburguesería gourmet) y VIPSmart (restaurante sin servicio de mesa) son algunas de las nuevas propuestas del Grupo Vips en el segmento del "quick service" que ha resistido mejor la crisis que el del "casual dining", en el que hasta ahora estaba posicionado.
45. Mercadona se sitúa como el primer operador nacional de supermercados registrando el mayor crecimiento del sector, consolidando así su liderazgo y estudiando su internacionalización a través, entre otros, de la compra de una cadena de supermercados en Italia.
46. ABC Serrano en la Milla de Oro madrileña, incorpora a Mercadona.
47. Maxima, la cadena de supermercados lituana compra los supermercados Supersol e Hiper Dino.
48. Aumenta el diferencial entre la Rentabilidad Prime y el Bono Alemán (gráfico nº 8) que ha vuelto a descender, más aun con un Euribor con tendencia a la baja en el primer trimestre del 2012.

Mercado de Inversión:

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



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

49. Estas teóricamente buenas circunstancias, siguen sin reflejarse en operaciones debido al resto de condicionantes de coyuntura, especialmente la presión de la prima de riesgo, el parón del consumo y la dificultad de financiación.

pág 5

nº 24 Mayo 2012

OBSERVATORIO LaSBA

LaSBA
CONSULTORIA INMOBILIARIA COMERCIAL

50. La Rentabilidad se ha mantenido en un entorno del 6,5% para productos “prime”, debido a la escasez de activos, alcanzando valores de hasta dos dígitos para activos de inversión “deteriorados” según alguna de las operaciones cerradas.
51. Las operaciones 2011, no incluidas en nuestro anterior observatorio corresponden respectivamente a la compra del 50% de Puerto Venecia por Orion a Copcisa.
52. Varde Partners adquiere la cartera de Centros que poseía en España APN, Parque Cuadernillos en Alcalá de Henares y La Vega en Alcobendas, ambos en Madrid, así como un Parque Comercial en Pamplona y el Festival Park en Marratxi, Mallorca.

Cuadro nº 5: Principales Operaciones de Inversión 2011

Centro Comercial	Localidad	Vendedor	Comprador	SBA(m2)	Precio M€
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
Cartera Centros	Madrid	Eroski	Leclerc	39.800	120
Splau	Conellá, Barcelona	Acciona Inmobiliaria	Unibail Rodamco	54.500	185
Puerto Venecia (1)	Zaragoza	Copcisa Corporación	Orion Capital Partners	62.000	48
Cartera Centros	Varias	APN	Varde Partners	76.000	70
Mandarache	Cartagena	Perella Weinburg Partners	Sdad. Ind. Cartagenera de Desarrollo	26.300	8
Parque Abadía	Toledo	Grupo Múrias	Rockspring	54.000	60
Total 2011				571.100	656

Fuente: Datos publicados y estimaciones complementarias LaSBA

(1)La operación corresponde al 50% de la propiedad del activo

53. Perella vende Mandarache en Cartagena, Murcia, a los propietarios de Parque Mediterráneo en la misma localidad.
54. Por último, debemos reseñar la compra por parte de Rocksring al Grupo Murias de Parque Abadía en Toledo.
55. Con las transacciones recogidas el 2011 cerró con unas cifras de 656 M€ en 8 operaciones, frente a los 615 M€ y 9 operaciones en 2010.

Cuadro nº 6: Principales Operaciones de Inversión 2012

Centro Comercial	Localidad	Vendedor	Comprador	SBA(m2)	Precio M€
Bahía Mar	El Puerto de Santa María, Cádiz	GL Group	Grupo Soluciones	27.000	3
Parque Comercial Arambol	Palencia	Ten Brinke	Retail Property Fund	11.000	15
Total Enero- Marzo 2012				38.000	18

Fuente: Datos publicados y estimaciones complementarias LaSBA

56. Las dos únicas operaciones que han trascendido en el trimestre han sido, la venta por parte de GL Group (con apalancamiento Eurohipo) al Grupo Soluciones de Bahía Mar en El Puerto de Santa María, Cádiz y la recientemente publicada venta de parque Comercial Arambol, Palencia por Ten Brinke al Fondo Retail Property Fund.
57. Las perspectivas apuntan a un mantenimiento de los yields en los productos “prime” y un goteo de operaciones en centros con fuerte apalancamiento financiero que dependiendo del “deterioro comercial”, del “estrangulamiento financiero” o de ambos a la vez mantendrán unos altos tipos, puramente oportunistas.
58. La inseguridad económica, la debilidad del consumo y la escasez de financiación seguirán marcando la posibilidad de cierre de operaciones más estructurales y menos coyunturales que restablezcan un mercado más normalizado.

Renuncia de Responsabilidad LaSBA 2012

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

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

Paseo Castellana, 143 2ºC
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

