

¿Quién teme al ‘brick’? Los diez ‘macroproyectos’ en España en 2019

De la ampliación de Zara en Paseo de Gracia a la apertura de Canalejas: España se prepara para una oleada de nuevos proyectos de retail. En un contexto de cierres, reestructuraciones y dudas sobre el modelo, el mercado español sigue fiel al ladrillo.

I.P. Gestal
7 ene 2019 - 04:54



Apocalipsis Retail. Crisis del brick. Cierres. Reestructuración. ¿Quién dijo miedo? En España, operadores y promotores se preparan para un año lleno de macroproyectos. De nuevos complejos comerciales a flagship stores, el mercado español seguirá fiel al bricken 2019.

La (eterna) ampliación de Zara en Paseo de Gracia

Inditex finalizó en 2017 un plan de reorganización de su red de retail, que supuso

1.046 cierres, 2.994 aperturas y 907 ampliaciones. La compañía continúa apostando por reducir su parque de tiendas, pero incrementando su superficie comercial en torno a un 7% cada año.

Después de los *flagships stores* de Zara en Plaza Cataluña (Barcelona) y Castellana (Madrid), **el gran proyecto pendiente de Inditex en el retail español la ampliación de su tienda de Paseo de Gracia**, en marcha desde 2014.

La obra forma parte de un proyecto inmobiliario sobre el antiguo Teatro Novedades, en la calle Caspe, donde ya se han comenzado a levantar los nuevos edificios tras derribar por completo los anteriores. Cuando comenzó la obra, se estimaba que se convertiría en una de las mayores tiendas de la cadena en el mundo, con unos 6.000 metros cuadrados, los mismos que los del *flagship* de Castellana, hasta ahora el mayor de la compañía.



Primark: 'flagships' en Barcelona, Bilbao y Madrid

Primark sigue avanzando en España a golpe de *macrotienda* en ejes *prime*. Aunque los centros comerciales continúan siendo su principal campo de batalla, la empresa combina aperturas en complejos con grandes establecimientos a pie de calle, siguiendo el modelo que puso en marcha en Madrid con su *flagship store* de Gran Vía.

En 2019, la empresa tiene previstas nuevas grandes aperturas con las que conquistará dos nuevas ciudades en las que hasta ahora no tenía presencia a pie de calle. En Barcelona, la empresa ya ha comenzado las obras para instalarse en el antiguo El Corte Inglés de Plaza Cataluña, en la esquina con Las Ramblas.

En Bilbao, Primark ocupará otro local de grandes dimensiones, en la antigua sede de BBVA en el número 1 de Gran Vía, y en Madrid aterrizará en el barrio de Salamanca con una apertura en la calle Peñalver. Además, la empresa pondrá en marcha una nueva tienda en Sevilla, ubicada en el centro comercial Lagoh (antiguo Palmas Altas).

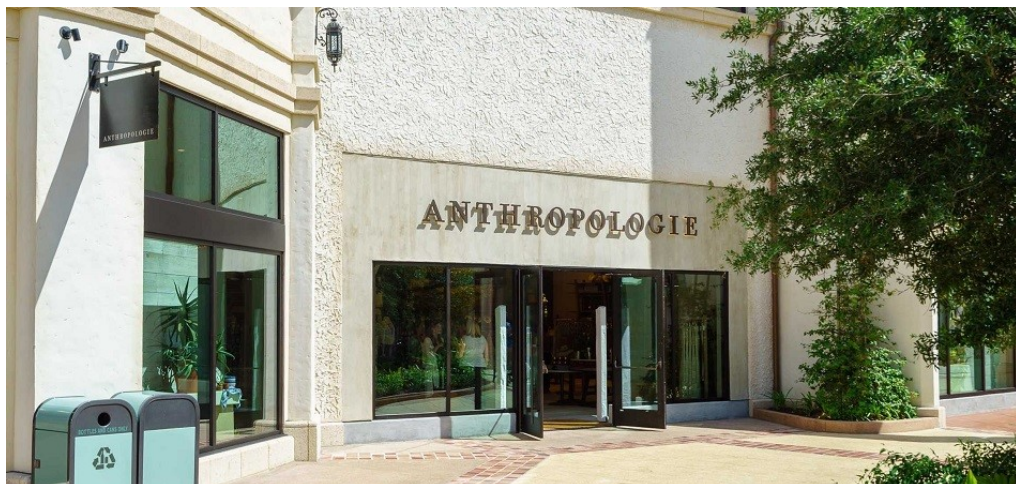


Uniqlo: tercera tienda en España en un año

Fast Retailing, convertido ya en el tercer mayor grupo de distribución de moda del mundo, continúa tratando de exprimir el fenómeno Uniqlo en España con una tercera tienda sin ni siquiera haber puesto un pie fuera de Barcelona.

La empresa está ultimando su apertura en el centro comercial Pedralbes Centre, que ya ha comenzado las obras para crear cuatro nuevos locales comerciales de grandes superficies y con acceso desde la calle. Uniqlo ocupará uno de esos espacios, con una superficie de más de mil metros cuadrados.

La cadena cuenta ya con dos locales en Barcelona: el de Paseo de Gracia, que supuso su desembarco en el mercado español, y el del centro comercial Glòries, donde abrió apenas unos meses después de su desembarco en el país.



Hay marca nueva en la ciudad: Anthropologie aterriza en Barcelona

Tras un año frío en lo que a entrada de nuevos operadores se refiere, 2019 verá por fin como una marca nueva aterriza en un eje *prime* español. Anthropologie, otra de las cadenas del grupo Urban Outfitters, selló a finales de año el alquiler de un local de 780 metros cuadrados en el número 27 de Paseo de Gracia, lo que supondrá su desembarco en el mercado nacional.

La empresa se sumará así a Kenzo, Christian Louboutin, Fendi y Muji, las últimas marcas en entrar en la vía del lujo de Barcelona. Durante 2019, subirán también la persiana Isabel Marant (que se instalará junto Adolfo Domínguez) y Loro Piana.

Otro operador internacional que podría cerrar una nueva *macrooperación* este año es Victoria's Secret, que en 2017 abrió sus primeras tiendas a pie de calle en el mercado español en Fuencarral (Madrid) y Marqués de Larios (Málaga).

Mientras, **los consultores inmobiliarios continúan esperando la llamada de cadenas como Arket**, propiedad del grupo H&M, que dos años después de su lanzamiento todavía no ha aterrizado en el mercado español.



Designer Outlet Málaga, el debut de McArthurGlen en España

La promotora y gestora de centros comerciales outlet McArthurGlen, una de las mayores de Europa, aterrizará por fin en España en la primavera de 2019. Es entonces cuando **subirá la persiana Málaga Designer Outlet, su primer proyecto en el país**, cuya apertura estaba en un principio prevista para 2018.

El complejo contará con 30.000 metros cuadrados de superficie alquilable, donde se ubicarán 170 tiendas de firmas de moda. Se prevé que los establecimientos tengan una superficie media de entre 100 y 180 metros cuadrados.

En paralelo, uno de sus principales rivales se prepara ya para un cambio de cara. Value Retail inyectará cincuenta millones de euros para remodelar La Roca Village, su complejo situado a las afueras de Barcelona.

En el primer trimestre de 2019, la compañía iniciará las obras de remodelación, que contemplan la construcción de un **páking subterráneo**, con el que se ampliará en cerca de un millar las plazas de aparcamiento. Por otro lado, el proyecto de remodelación incluye también la adecuación de un área comercial y de restauración en la zona sur del complejo.



Torre Village, último escollo superado para el outlet de Pikolin

Tras superar los últimos escollos de regulación, el Grupo Iberebro ha iniciado ya la cuenta atrás para subir la persiana de Torre Village, el outlet que lleva ya tres años desarrollando en la antigua fábrica de Pikolin en Zaragoza.

Torre Village será el primer outlet en el valle del Ebro. Con una superficie de 66.000 metros cuadrados, el centro comercial contará con tiendas de moda, una zona de restauración, cines y ocio, un espacio dedicado a actividades culturales y conciertos, y 2.000 plazas de aparcamiento. La zona comercial albergará noventa tiendas.

El nuevo complejo aspira a recibir visitantes de Aragón, País Vasco, La Rioja, Navarra, Soria, Lleida y el sur de Francia. **La inversión en el proyecto es de sesenta millones de euros y creará un millar de puestos de trabajo directo.** Se calcula que el impacto económico del complejo sea de 342,2 millones de euros al año.



Lagoh, nuevo epicentro del retail en Sevilla

Sevilla sumará en 2019 un nuevo complejo comercial. Tras la apertura en 2018 de Torre Sevilla, este año verá la luz Lagoh, el nuevo nombre que desde octubre tiene el proyecto Palmas Altas.

El complejo, 100.000 metros cuadrados de superficie, será el mayor de Sevilla y contará con cerca de 190 locales comerciales. Entre los operadores de moda que ya han confirmado su apertura se encuentran Primark Zara, Levi's, Deichmann y Scalpers.



Canalejas, el gran proyecto del lujo en Madrid

Para el tercer trimestre del año, está prevista la apertura de Centro Canalejas, un *macrocomplejo*

que incluye viviendas, el primer hotel Four Seasons de España y una galería comercial de lujo.

La galería contará con 45 locales comerciales y 15.000 metros cuadrados de superficie, para los que todavía no hay ningún operador confirmado oficialmente. El complejo está impulsado por OHL y el empresario israelí Marck Schneinberg, fundador de Poker Stars, y su construcción supone una inversión de 525 millones de euros.

El objetivo del complejo es crear un nuevo destino de compras de lujo en la capital, destinado sobre todo al cliente internacional, y **convertir la Galería en un punto de visita turística como lo son Harrods en Londres y Galeries Lafayette en París**. Se espera que la galería, pilotada precisamente por un ex de Harrods, atraiga a dieciocho millones de visitantes al año.



Nueva vida para Sevilla Fashion Outlet

Via Outlets comenzó a finales de 2018 la remodelación y ampliación de su centro comercial en Sevilla, para la que invertirá más de trece millones de euros.

Las obras incluyen la remodelación general del centro, con una nueva fachada y zonas comunes, y la reconfiguración de la zona de restauración.

El objetivo es posicionar Sevilla Fashion Outlet como un outlet *premium* y captar nuevas marcas de gama más alta. El complejo, de 16.400 metros cuadrados de superficie, pasó a manos de Via Outlets en 2017 y se suma al otro complejo que el grupo tiene en Mallorca.



Edificio España, cuatro ‘macrolocales’ buscan inquilino

La puja por las *macrotiendas* se aviva en Madrid. La gestora inmobiliaria Corpfin Capital prevé desarrollar cuatro locales comerciales en el Edificio España, el rascacielos ubicado al final de la Gran Vía de Madrid.

Los nuevos espacios sumarán 15.000 metros cuadrados de superficie y el objetivo de la gestora es atraer a un *mix* de operadores de moda y restauración. Corpfin controla las tres primeras plantas del inmueble, ubicado en el número 19 de la calle Princesa. Según fuentes de la compañía, son varios los grupos de moda que han pujado ya por estos espacios, aunque por ahora ninguno de sus nombres ha trascendido.