

Mercado

# 2018, el año en que el retail se lanzó a la reconquista del consumidor

En los últimos doce meses, los inversores se han puesto manos a la obra para hacerse con el mejor activo y los propietarios han hecho lo propio para adaptar sus locales a los tiempos que corren.

Berta Seijo  
28 dic 2018 - 05:00



El retail planta cara a las nuevas demandas del mercado. En 2018, las operaciones en el sector retail han continuado al alza, sobre todo en los ejes más cotizados de las grandes ciudades españolas. La escasez de producto y la subida de las rentas, sin embargo, han provocado que los inversores amplíen su radar fuera de Madrid y Barcelona, con locales más grandes y atractivos para el consumidor. El *boom* de los centros comerciales en España, por su parte, parece imparable y sigue captando el interés de los grandes *players*, que ahora apuestan por la modernización de las instalaciones y la entrada de otro tipo de oferta comercial.

“El retail ha registrado una gran actividad en expansión tanto en centros comerciales

---

como en *high street*", afirman desde CBRE. De hecho, **la consultora indica que en 2018 este segmento del real estate alcanzó los 4.269 millones de euros de inversión**, impulsado por la apuesta de los compradores a la hora de reforzar su presencia en los ejes *prime*.

En este sentido, actualmente no todos los locales valen. **La ubicación y las dimensiones de las tiendas han sido dos de los factores clave para los inversores a lo largo del año**, quienes se han focalizado en las operaciones de valor añadido. No obstante, en España, **el ranking de calles más cotizadas continúa sin dar grandes sorpresas, con Portal de l'Àngel y Preciados como las vías más caras para abrir una tienda.**

Según el informe *Main streets across the world 2018*, elaborado por Cushman&Wakefield, la transitada calle barcelonesa sitúa sus alquileres en una media de 3.360 euros por metro cuadrado. Asimismo, en la madrileña Preciados, las rentas no bajan de los 3.240 euros por metro cuadrado. De hecho, **la capital española es una de las ciudades donde más han aumentado los alquileres en los ejes *prime* en los últimos doce meses, un 11,1%**, seguida de Londres y Estocolmo, según un estudio de Savills Aguirre Newman.

## **Portal de l'Àngel y Preciados fueron las calles más caras para abrir una tienda en 2018**

El local comercial se ha convertido en una de las opciones favoritas para los inversores españoles a la hora de rentabilizar sus ahorros. Así lo asegura uno de los últimos estudios de Solvia, que atribuye a la recuperación económica del país esta fuerte demanda de activos asequibles (con un importe medio de 124.000 euros) y a pie de calle.

En este contexto, **la escasez de producto y las bajas rentabilidades en Madrid y Barcelona han empujado a los compradores a apostar por otras ciudades españolas como Bilbao, Valencia, Sevilla o Málaga.** La irrupción del e-commerce y el fenómeno creciente de la omnicanalidad han provocado que los *retailers* aterricen en todas estas urbes a través de *flagship stores* que potencien la experiencia del consumidor y la atención personalizada.

**Más tendencias al alza**

---

A parte de la digitalización y la integración omnicanal, el mercado retail está sufriendo otros cambios. Entre ellos destacan **la entrada del ocio, el deporte y la restauración como principales impulsores de las ventas en los complejos comerciales**, ganándole terreno a la moda, según los últimos datos de CBRE.

En el caso de la restauración, para Ignacio Acha, director del departamento de retail *high street* de Cushman&Wakefield, se trata de “un mercado que está sufriendo muchas transformaciones con mejoras de conceptos y en el que está entrando capital privado e institucional en pymes para hacerlas crecer”. Prueba de ello es que, **sólo entre enero de 2017 y junio de 2018, se abrieron en España más de 1.300 establecimientos de *food&beverage***, el 47% de los cuales estaban ubicados entre la Comunidad de Madrid y Cataluña.

## **El ocio, el deporte y la restauración resurgen como principales impulsores de las ventas en los complejos comerciales**

Esta demanda inversora ha generado un aumento también en las rentabilidades. **Los *yields* de estos locales se sitúan entre el 3,5% y el 5%**. No obstante, España es ya el país europeo que más gasta en restauración, copando el 24% del desembolso total en Europa, por delante de Italia (19%) y Alemania (17%).

**Otros inquilinos que gozan de buena salud actualmente son los operadores especializados en el sector del deporte, los electrodomésticos y la tecnología, y el hogar.** Estas empresas, que tradicionalmente han ubicado sus establecimientos en los parques de medianas, están empezando a abrir nuevas tiendas en los ejes más cotizados de las grandes capitales.

Este es el caso de Decathlon, que ya cuenta con locales en las calles madrileñas de Ortega y Gasset, Fuencarral o Princesa. O el de Media Markt y Leroy Merlin, otras dos compañías que han comenzado a dar sus primeros pasos en el centro, con aperturas de más de 2.000 metros cuadrados en Plaza del Carmen y Nuevos Ministerios, respectivamente.

### **La fiebre por los centros comerciales sigue en pie**

Pese a que el *high street* representa alrededor del 30% de las operaciones de retail que se sellan en España, las transacciones en el mercado de centros comerciales continúan al alza con grandes *players* como Castellana Properties, Sonae Sierra o Intu

---

a la cabeza.

Entre las operaciones más sonadas de 2018 destaca la compra por parte de Castellana de los cuatro centros comerciales de Unibail-Rodamco. Sin olvidar tampoco el desembolso de 485 millones de euros que ha llevado a cabo la *joint venture* de Sonae Sierra y el fondo eslovaco JT por tres centros comerciales ubicados en España, o la puesta en marcha de Intu Costa del Sol, el macrocomplejo comercial que la promotora británica levantará en el municipio malagueño de Torremolinos.

En los doce últimos meses, también ha habido tiempo para las inauguraciones y las reformas. En este sentido, algunos de los centros comerciales que han abierto sus puertas en 2018 son Finestrelles Shopping Centre, Torre Sevilla, Torrecárdenas y Vidanova Parc. Además, este año compañías como Trajano Iberia, Merlin Properties o Lar España han optado por poner al día Alcalá Magna, Larios Centro o As Termas de Lugo, respectivamente.