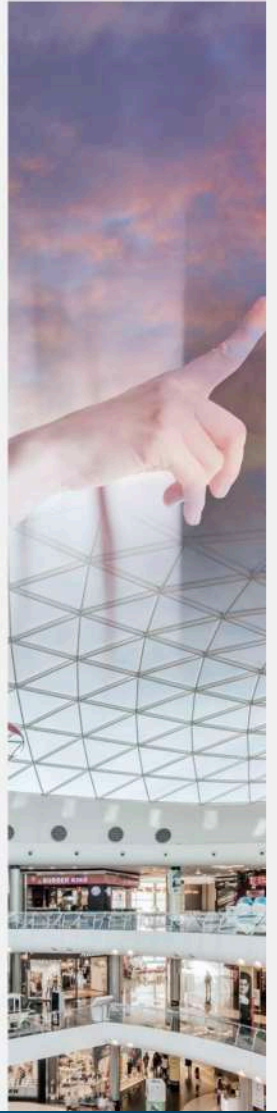
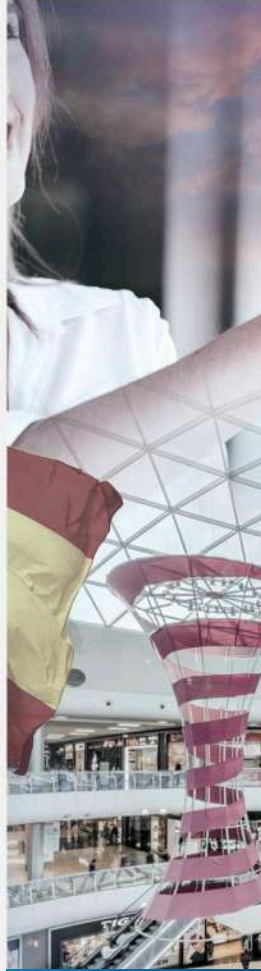
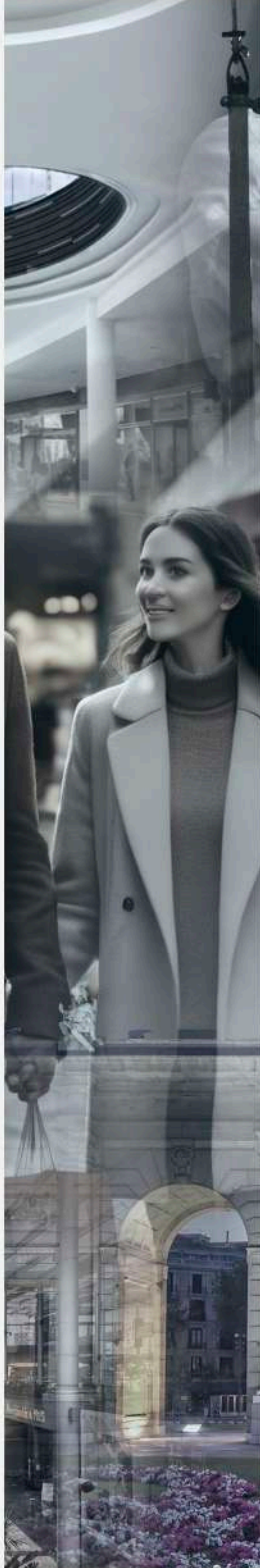
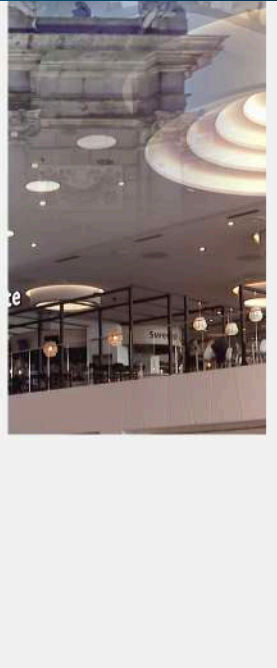
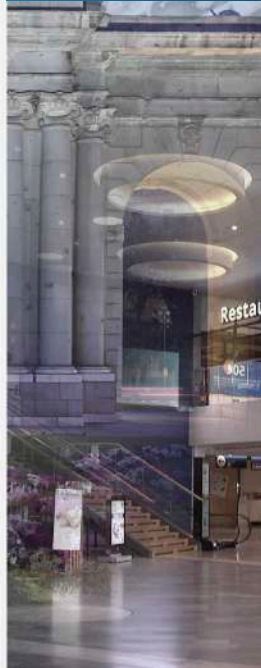


El sector de retail da muestras de optimismo. Las ventas y las afluencias se están consolidando a nivel global, a pesar de que indicadores como la inversión se han visto afectados por la compleja situación económica.



El Resurgimiento del Retail Español

Una Nueva Era de Oportunidades



Optimismo en el Sector Retail Español: Ventas y Afluencias en Alza a Pesar de Desafíos Económicos



El sector de Retail en España ha emergido de las sombras de la pandemia de COVID-19 con una determinación palpable y un dinamismo impresionante. En el año 2023, el retail no sólo representa el 4.7% del PIB nacional, aportando una sólida suma de 56,721 millones de euros a la economía del país, sino que también está marcando un resurgimiento notable después de dos años de desafíos.

En el año 2023, el retail español no es solo un componente vital de la economía, representando el 4.7% del PIB nacional con una aportación de 56,721 millones de euros, sino que también está experimentando un resurgimiento notable. Durante el primer semestre de este año, España ha sido

Los volúmenes de inversión europea en retail alcanzaron los 4.900 millones de euros en el tercer trimestre de 2023.

La inversión en retail en el sur de Europa registró un aumento interanual del 120% en 2022 y alcanzó los 5.700 millones de euros, apuntan desde Savills. Esta cifra no se veía desde 2018 en la zona y sugiere una fuerte recuperación tras la crisis de la COVID-19, incluso a pesar de que Italia registró un retroceso (-37%). Tanto España (337%) como Portugal (108%) protagonizaron un gran aumento de la inversión en retail el año pasado.

testigo de una recuperación sólida, con un aumento significativo en la apertura de nuevos locales comerciales en comparación con años anteriores, según el informe **"Retail Figures Q2 2023"** elaborado por la consultoría **CBRE**.

Este periodo ha sido testigo de un aumento del 4.5% en el número de nuevas aperturas en todo el país en comparación con el año anterior. Lo más impresionante es que estas aperturas superan en un 19% las registradas en 2019, antes del impacto de la crisis sanitaria, mostrando así la resiliencia y el dinamismo del mercado español.

Un aspecto sobresaliente de este renacimiento es el interés creciente de las marcas internacionales en el mercado español. Aproximadamente el 55% de las nuevas aperturas en los principales ejes comerciales son marcas extranjeras. Entre ellas, las marcas de moda y accesorios lideran la tendencia, contribuyendo significativamente al auge





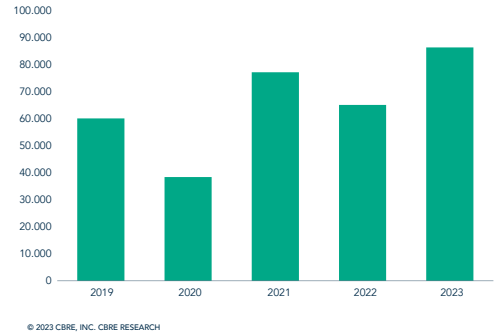
del retail en España. Además, sectores como Food & Beverages y automotriz están haciendo esfuerzos significativos para establecerse en estas áreas comerciales, diversificando así la oferta para los consumidores españoles.

Este renacimiento del comercio no sólo ha revitalizado las calles comerciales españolas, sino que también ha posicionado al país en una posición más fuerte que nunca en el panorama comercial internacional. La consultora **JLL** estima que España experimentará los mayores crecimientos en Europa en términos de rentas en los próximos años, colocando a ciudades como Madrid y Barcelona entre las diez principales ciudades europeas con mayores incrementos en las rentas.

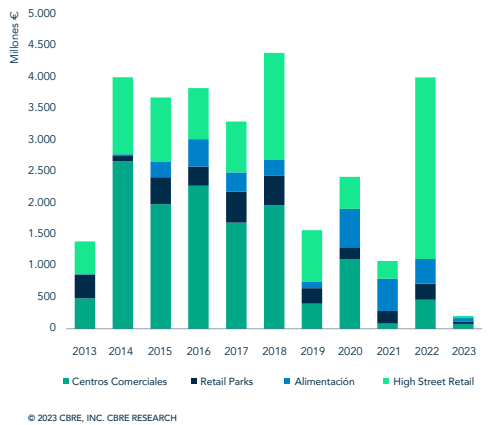
Además, cada año emergen nuevos centros comerciales de gran envergadura en España, complementando a los ya existentes que continúan siendo renovados con nuevas tiendas y diversas opciones de entretenimiento. Esta proliferación de centros comerciales refleja la continua atracción de estos espacios, que van más allá de ser simples puntos de compra. Los centros comerciales ofrecen no sólo accesibilidad, sino también un ambiente interior cómodo, limpieza y seguridad impecables, una amplia variedad de opciones comerciales y la capacidad de combinar compras con entretenimiento.

El 18% de las nuevas aperturas en las principales calles comerciales de España en el primer semestre de 2023 fueron realizadas por marcas nativas en línea. **+4 puntos porcentuales en comparación con 2019.**

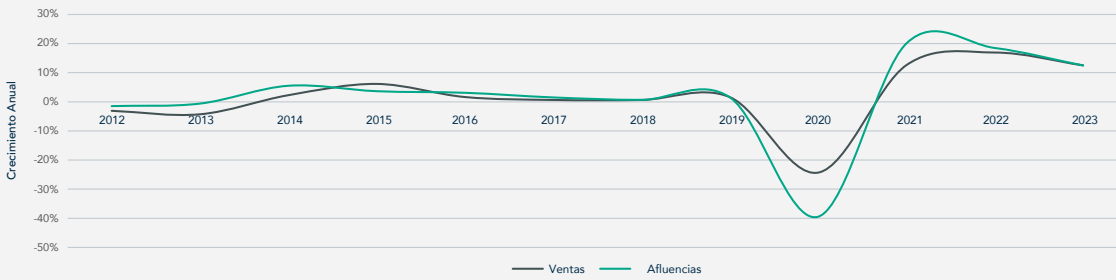
Evolución de la actividad de arrendamiento en Centros Comerciales (m²)



Volúmenes de inversión Retail en España



Principales KPIs | Centros Comerciales



Fuente: CBRE Property Management | Portfollio de 37 activos gestionados / 2.0 mm m2 SBA



Retail Español: Era de Renacimiento & Transformación

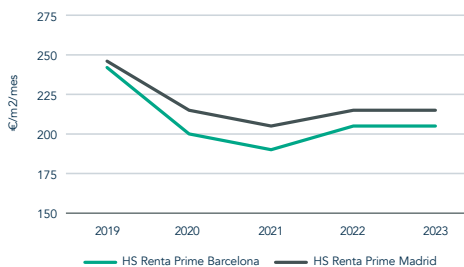
Es evidente que los establecimientos físicos siguen siendo vitales en el consumo y están destinados a coexistir con el mundo digital. En este contexto, la omnicanalidad se ha vuelto esencial, ofreciendo un servicio óptimo en todos los canales para adaptarse a las diferentes opciones que los consumidores buscan según la situación. La tecnología y la integración de internet en la experiencia de compra se han vuelto imprescindibles para satisfacer las nuevas expectativas y comportamientos de los consumidores.

En resumen, el retail español no sólo se está recuperando de los desafíos de la pandemia, sino que está entrando en una nueva era de oportunidades.

El resurgimiento del sector, junto con la proliferación continua de centros comerciales y la adopción de la omnicanalidad, está sentando las bases para un futuro próspero y dinámico para el retail en España. La resiliencia y la adaptabilidad del mercado español son testimonio del espíritu emprendedor y la determinación del país, señalando un camino claro hacia un futuro brillante en el mundo del retail.

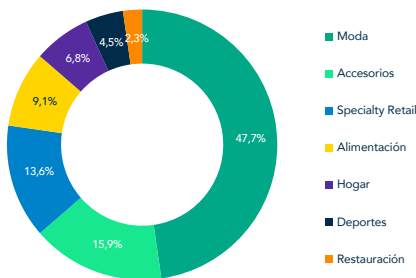


Evolución Rentas Prime



© 2023 CBRE, INC. CBRE RESEARCH

Aperturas por tipo de actividad | 2023 YTD



© 2023 CBRE, INC. CBRE RESEARCH

España - High Street

Indicadores clave (1T 2023)

<p>Rentabilidad Prime 4.0%</p> <p>Var vs enero 2022 +75 PBs</p>	<p>Renta Prime € 215</p> <p>M2/mes Var anual: 5%</p>
<p>Madrid 430K</p> <p>M2</p>	<p>Tasa de Vacancia 5.6%</p> <p>Porcentaje de stock vacante (m2)</p>
<p>Barcelona 356K</p> <p>M2</p>	<p>Tasa de Vacancia 10.9%</p> <p>Porcentaje de stock vacante (m2)</p>
<p>Periodo promedio de arrendamiento en ambas ciudades son 5 años. Rent Free Period de 24 meses</p>	



En línea con la trayectoria de crecimiento que hemos observado en los últimos meses de 2022, los indicadores de ventas y afluencia han mostrado resultados positivos en este primer trimestre de 2023.

Durante los primeros tres meses, la actividad en los principales ejes de las ciudades ha sido notable, con un aumento del 14% en el número de aperturas en comparación con la media de los últimos cuatro primeros trimestres de años anteriores. En este contexto, es relevante señalar un cambio de tendencia en cuanto al origen de los operadores, ya que más del 50% (53%) de las transacciones han sido realizadas por marcas internacionales. Para ponerlo en perspectiva, en 2022 representaron solo el 42% del total de aperturas.

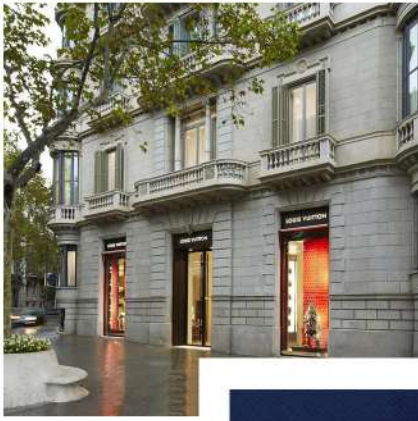
La tasa de vacantes, que ha ido disminuyendo en las principales ciudades del país, está en camino de acercarse cada vez más a los niveles registrados antes de la pandemia. Por otro lado, las rentas prime, después de experimentar



un ligero aumento a finales de 2022 debido a la intensa actividad de la demanda, se han estabilizado en el inicio de 2023.

En cuanto a las actividades comerciales, la moda ha liderado las nuevas aperturas en este 2023, representando casi la mitad del total, seguida de accesorios y retail especializado. Entre las grandes tendencias, destaca el creciente posicionamiento del sector de la restauración en las calles prime de las ciudades y el aumento del interés que las marcas nativas digitales muestran en la búsqueda de locales comerciales.





Con la apertura de 190 tiendas y cambios de inquilinos en Madrid y Barcelona, entre enero de 2022 y septiembre de 2023. *“La demanda constante de locales prime en zonas comerciales de alto nivel sigue siendo una tendencia destacada y estable en el mercado”*, asegura la directora de Markets de **JLL España**, Adriana Gorri.

Paseo de Gracia ha registrado un incremento del 2% de sus rentas prime en el último año y actualmente se posiciona como la calle comercial más cara de España con 261 euros al mes por metro cuadrado, superando los niveles de renta en Portal de l'Àngel, que lideraba el ranking hasta ahora.



En Madrid, el podio de la calle comercial más cara –y segunda en España– lo encabeza la calle Serrano, donde la renta alcanza los 254 euros al mes por metro cuadrado. En Gran Vía, impulsada por la sólida demanda de locales de calidad y bien ubicados, la renta prime alcanza los 252 euros al mes por metro cuadrado a cierre del tercer trimestre de 2023. Datos recopilados por **JLL**.

Además, el 80% de los locales que se encontraban desocupados en 2019 han encontrado a un nuevo inquilino desde entonces. De los nuevos ocupantes, el 22% son retailers de productos de moda y otro 12% corresponden a empresas de restauración.



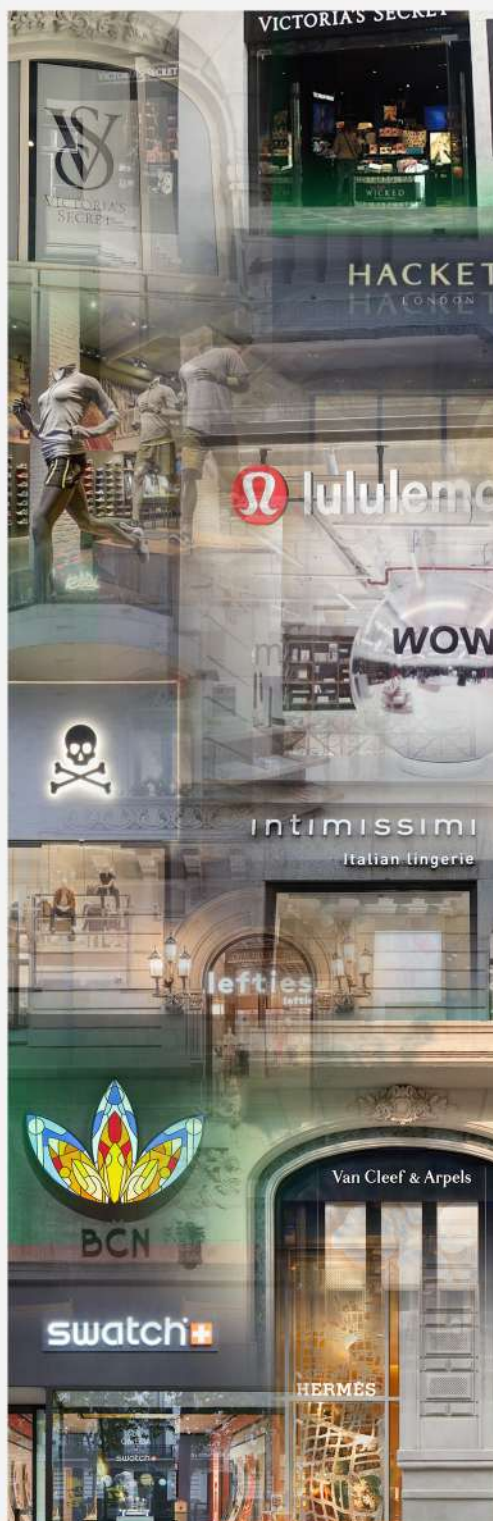


El futuro del 'retail' es prometedor

El mercado High Street, que es más susceptible a las fluctuaciones económicas, ha experimentado una recuperación significativa en términos de ventas y afluencia, equiparable a la de los centros comerciales. Este repunte se atribuye en gran medida a la reactivación del turismo. Como resultado de esta mejora, la disponibilidad de locales comerciales ha disminuido gradualmente, especialmente en las principales ciudades, donde actualmente se sitúa en torno al 7%.

El número de tiendas en las calles ha experimentado una disminución desde 2010, cuando se registraron 617,548 locales comerciales activos según el **Instituto Nacional de Estadística (INE)**, hasta los 543,650 en el año 2022, lo que representa casi un 12% de caída. Sin embargo, es importante destacar que parte de esta reducción se debe al aumento de la superficie de algunas marcas prominentes, como **Pepco, JYSK, Basic Fit, Media Markt, Kiwoko, Leroy Merlin** o **Decathlon**, entre otras, que en los últimos años han ingresado al mercado High Street consolidando varios locales.

Factores como la climatología, la estructura urbana de las ciudades y la arraigada tradición de visitar los comercios de barrio, especialmente en los centros históricos, han propiciado la instalación de destacados establecimientos en las principales arterias comerciales de las ciudades. Este fenómeno responde a la preferencia por experiencias de compra más locales y a la resiliencia de las zonas comerciales tradicionales en un contexto cambiante.



La calle Gran Vía en Madrid, lidera la apertura de establecimientos, incorporándose en los últimos 21 meses marcas como **Skechers, Uniqlo, Vips, Honest Greens, Ginos, Pull & Bear** o **Scalpers**. También se han sumado nuevos retailers como **Calzedonia** en Preciados, **Moncler, Lululemon, Hublot, Swatch, Elisabetta Franchi, Vacheron Constantin, Bexley** o **WOW** en la calle Serrano, e **Intimissimi, Honest Greens, Yuxus, Brownie, New Balance** o **AliExpress** en Fuencarral.

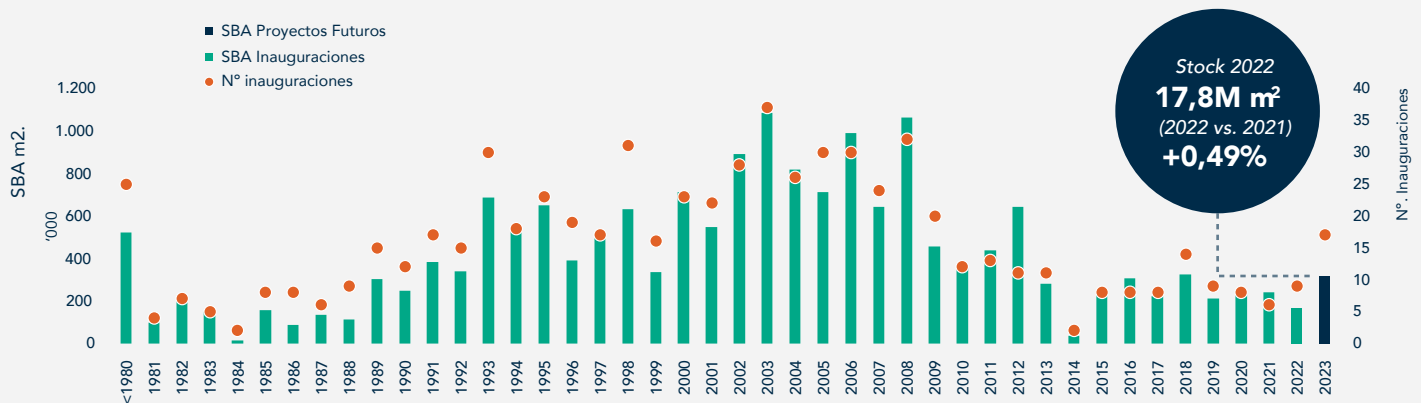
En Barcelona, marcas como **Adidas, Pepe Jeans, Hermés, Hackett, Ralph Lauren, Zadig & Voltaire, Hublot, Stradivarius, Van Cleef & Arpels, Cos** o **Swatch** han abierto puertas en Paseo de Gracia en los últimos 21 meses y **Ulanka, Primor, Lefties, Parfois, Falconery** o **Charly Therapy** lo han hecho en Portal de l'Àngel.

En Barcelona, **Arket (H&M)** y **Rituals** abrirán en Paseo de Gracia y **JD Sports, Size y Druni** lo harán en Portal de l'Àngel.

Por su parte, **Intimissimi Uomo** abrirá tienda en Preciados, **Goiko Grill y Snipes** en la Puerta del Sol y **Link & Co, Oysho, Nike, Victoria's Secret, La Mafia** y **Urban Outfitters** en la Gran Vía madrileña. Mientras que **Tiffany & Co** o **Cupra City** planean nuevas aperturas en la calle Serrano, **Grupo Paraguas** en el antiguo edificio Metrópolis y **Mango** en el Edificio España.



Aperturas de Centros Comerciales



Fuente: AECC (Asociación Española de Centros Comerciales), Savills (03/2023)

Las rentas prime en High Street se mantuvieron estables en el último trimestre, si bien registraron un incremento del 1,5% in terannual, impulsado por una consolidación de la demanda de locales de mayor calidad en el centro de las principales ciudades. Aunque la volatilidad de los precios de la energía y el aumento de la inflación han ralentizado la actividad de arrendamiento y las aperturas de nuevas tiendas continúan siendo selectivas, el interés por ubicaciones prime en las principales ciudades españolas se mantiene fuerte, especialmente en **Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Málaga, Sevilla y Zaragoza**. Asimismo, varios grupos de retailers siguen buscando adentrarse en nuevos mercados, mientras que otros tienen necesidad de reubicarse, ampliar su presencia física o incrementar el tamaño de sus locales como apoyo a la función logística, con el objetivo de destinar parte de la tienda a almacén y

así reducir los elevados costos de distribución derivados de las compras online.

El dinamismo del mercado se evidencia con nuevas aperturas durante el primer trimestre de 2023 en ubicaciones prime. Tal es el caso de **Lefties en Portal de l'Àngel, Salsa en Paseo de Gracia** o las aperturas en **Rambla de Catalunya por parte de Tous, Intimissimi, Grupo Soloh y Calzedonia**. A lo largo de 2023 se sucederán nuevas aperturas por parte de **Arket (H&M), Stradivarius, Rituals o Ray-Ban en Paseo de Gracia, Victoria's Secret en la Gran Vía madrileña** o **WOW en la calle Serrano**.



Por su parte, las rentas prime en centros comerciales y en parques de medianas han mantenido la estabilidad durante el último año. El interés de los operadores por activos prime se ha mantenido y los centros y parques secundarios de proximidad han seguido registrando un comportamiento desigual, en función de la ubicación.



Principales proyectos futuros (2023)

Provincia	Ciudad	Nombre Proyecto	Promotor	Categoría	Total 334,900 sq.m.	m ²
Murcia	Cartagena	La Rambla Shopping	General de Galerías Comerciales	C.C. Mediano		35.000
Madrid	Fuenlabrada	Nexum Retail Park	Equilis	Parque Comercial		26.000
Barcelona	Vila nova I la Geltru	Nova Center	Titan Properties	C.C. Mediano		23.000
Santa Cruz de Tenerife	San Cristóbal de La Laguna	Leroy Merlin Phygital & Co	Inmobiliaria Leroy Merin	Parque Comercial		23.000
León	León	Oalmacenter (Parque Comercial La Lastra)	Oalma Center	Parque Comercial		18.000
Cádiz	San Fernando	Parque comercial La Isla (Tiro Janer)	Ten Brinke	Parque Comercial		15.403
Madrid	Getafe	Parque Comercial Imagina	Sociedad Parque Imagina	Parque Comercial		13.000
Coruña, A	A Grela	A Revolta	Privado	Parque Comercial		10.000

Total Proyectos: **250.700 m²**
Total Ampliaciones: **84.200 m²**

Fuente: AECC (Asociación Española de Centros Comerciales), Savills (03/2023)



+ 890.000 M²

MÁS DE 890.000 METROS CUADRADOS DE NUEVA SBA ENTRE 2023 Y 2025

Entre 2023 y 2025 está previsto que se hagan realidad 30 proyectos que traerán al sector de los centros y parques comerciales cerca de 900.000 metros cuadrados de nueva Superficie Bruta Alquilable (SBA). De ellos, 23 serán retail parks, que aportarán más de 474.000 metros cuadrados de esa superficie. Algunas de las tendencias que ya se aprecia que marcarán el futuro a corto plazo del retail en España son los criterios de sostenibilidad y la incorporación de nuevas tecnologías, así como los conceptos de usos mixtos y de regeneración urbana.

La configuración de áreas abiertas, guiadas por rigurosos estándares de sostenibilidad y la integración de tecnologías de vanguardia para capacitar a los operadores en la optimización de las oportunidades en el emergente entorno omnicanal, constituyen solo algunas de las corrientes que están definiendo las próximas iniciativas que se materializarán en los próximos tres años.

La expansión de las ofertas de entretenimiento y restauración se erige como otro componente clave, junto con la amalgama de diversos usos, tales como clínicas y espacios de coworking. Adicionalmente, algunos proyectos actuales y prospectivos están vinculados a la regeneración urbana, un ámbito que presenta un considerable potencial.

España es un gran referente en el segmento de los centros comerciales. De hecho, cuenta con 580 activos de este tipo y 16,6 millones de m² de superficie bruta alquilable. Una cifra que aumentará en 2023 y en 2025 en hasta 30 nuevos centros comerciales, según los datos de la **Asociación Española de Centros y Parques Comerciales**. Lo relevante de esta cifra es que más de la mitad de estos complejos se ubicarán en Madrid y en Andalucía.

En Andalucía, por ejemplo, en 2024 se abrirá un centro comercial en San Fernando (Cádiz); el **Parque Comercial Trocadero en Puerto Real**, también en Cádiz; el complejo **Salyt Parque Comercial**, que tiene más de 21.000 m² de superficie alquilable; un centro comercial en Sevilla, otro en Córdoba

y un último en **La Galería de Jaén Plaza**. En Madrid, por su parte, las aperturas son el **parque comercial Alcalá de Henares, El Escorial y Omo Arroyomolinos Park**.

De igual manera, el centro comercial más grande se encuentra en La Coruña, **Breogán Park en A Grela**, que contará con 60.000 m² de superficie alquilable. En Toledo, con la mitad de m², se estrenará el **Señoría Plaza de Illescas**. Otros centros comerciales de relevancia serán **el Bogaris** en Cáceres y **el Way**, también situado en la misma provincia.

Para 2025 se esperan otros 530.000 m² de SBA repartidos en 12 complejos. **Valdebebas Shopping**, en Madrid, con 124.000 m² emerge como el más grande todos los estrenos. Para ese ejercicio se espera también que abra sus puertas **Solia Live Center** ubicado en el Cañaveral (Madrid), aunque este desarrollo ya ha retrasado hasta en tres ocasiones su apertura. En Getafe (Madrid) abrirá **Imagina** y en Boadilla hará lo propio el **Hills Lifestyle & Gourmet**. En Andalucía habrá cuatro nuevos parques comerciales: **Marbella Plaza** en Málaga, **Entrenasas en Dos Hermanas** (Sevilla), el **parque comercial Córdoba** y el **Tres Caminos II** en Puerto Real (Cádiz).

En 2023 han abierto el centro comercial **La Finca Grand Café** en Pozuelo de Alarcón (Madrid); **La Rambla Shopping en Cartagena** (Murcia), promovido por General de Galerías Comerciales con 35.000 m²; **Oalmacenter** en León y la segunda fase del parque comercial **Adeje Shopping** en Tenerife.



Breogán Park



Valdebebas Shopping



Galería de Jaén Plaza



La Finca Grand Café





La industria española del entretenimiento crecerá un 4,6% hasta 2027, gracias a la publicidad y con el foco puesto en la IA

Este panorama resalta la capacidad de la industria para evolucionar y prosperar en un entorno de constante cambio.

La industria del entretenimiento y los medios de comunicación en España está en camino de experimentar un crecimiento sostenido en los próximos años, superando al ritmo general de la economía nacional. De acuerdo con las proyecciones de organismos internacionales, el sector se expandirá a un ritmo del doble de la tasa de crecimiento económico del país, estimada en alrededor del 2%. Según el informe *Entertainment and Media Outlook 2023-2027 España*, elaborado por PwC, se espera que los ingresos de la industria alcancen los 35.011 millones de euros para el año 2027, con un crecimiento del 4,6%.

Este pronóstico optimista contrasta con las expectativas a nivel mundial, donde se prevé que el sector de entretenimiento y medios crezca a una tasa media del 3,6% durante los próximos cinco años. Esta divergencia resalta la sólida posición de la industria española en el panorama global.

En un contexto de elevada incertidumbre, las empresas del sector se ven enfrentadas a la necesidad de reinventarse y ajustar sus estrategias para asegurar su éxito futuro.

Esta adaptación es especialmente crucial en un momento en que los hogares experimentan aumentos significativos en los costos debido a las recientes alzas en los tipos de interés y las tasas de inflación.

A nivel global, las empresas buscan nuevas fuentes de ingresos, centrándose en la publicidad y explorando oportunidades de crecimiento mediante la transformación digital. La Inteligencia Artificial (IA) se presenta como un elemento clave en estas estrategias, ofreciendo posibilidades innovadoras para aprovechar el potencial del sector. En este escenario cambiante, las compañías están evaluando cuidadosamente cómo capitalizar estas oportunidades y adaptarse a las demandas emergentes de un mercado en constante evolución.





Las tiendas físicas y las ubicaciones prime marcarán la inversión en Retail en 2024

En 2024, el sector retail en España mantendrá su trayectoria positiva, respaldado por el impulso generado por la mejora en el consumo privado, lo que se traducirá en la consolidación de ventas y afluencias, especialmente en áreas de alto tráfico y centros comerciales. Este fenómeno ha sido destacado en el informe "Real Estate Market Outlook 2024" de **CBRE**, el cual resalta el impacto positivo de estos segmentos en el mercado.

La creciente polarización entre productos de primera calidad y aquellos de categoría secundaria se intensifica, proyectando que esta dinámica seguirá impulsando el crecimiento de alquileres y la demanda por parte de los inquilinos. Además, se observa una manifestación de la preferencia de los consumidores por la experiencia offline de las marcas nativas digitales, lo que sugiere que los minoristas ampliarán su presencia en tiendas físicas, centrándose especialmente en ubicaciones prime.

Desde una perspectiva inmobiliaria, se proyecta un aumento de hasta un 10% en la inversión en el sector inmobiliario español para el año 2024. Este optimismo se fundamenta en la reactivación a largo plazo, particularmente durante la segunda mitad del año, sujeta a las condiciones geopolíticas y a las fluctuaciones en los tipos de interés.

Según Paloma Relinque, directora de Capital Markets en España de **CBRE**, se anticipa un crecimiento moderado en la inversión para este año, estimado entre el 5% y el 10%, con la posibilidad de alcanzar hasta los 12.500 millones de euros.



En cuanto a las rentabilidades prime, se prevé una estabilización gradual hacia el año 2024, después de los incrementos registrados en 2023, lo que abrirá oportunidades de inversión en áreas comerciales de alto perfil. **CBRE** pronostica que las estrategias de inversión se dirigirán hacia proyectos que involucren construcción, renovación y refinanciamiento, con un énfasis significativo en el papel desempeñado por el capital levantado.

El mercado inversor ha llegado a la conclusión de que el sector retail sigue siendo eficiente, ya no existe una amenaza por parte del comercio en línea, sino una alianza entre el mundo digital y la presencia física, y los inversores han reconocido el sólido rendimiento de las operaciones físicas.

Actualmente en España existe una ventana de oportunidad muy atractiva gracias a la calidad de los centros comerciales que se están introduciendo en el mercado y las atractivas tasas de rendimiento.



El aumento del consumo privado genera un impacto positivo en las ventas y en la afluencia de clientes, consolidando la tendencia de sólidos indicadores de rendimiento tanto en las áreas comerciales principales como en los centros comerciales.



© Copyright 2023. Todos los derechos reservados. Este informe ha sido preparado de buena fe, basado en las opiniones actuales, tanto anecdóticas como respaldadas por evidencia, de LRA sobre el mercado inmobiliario comercial. Aunque LRA considera que sus opiniones reflejan las condiciones del mercado en la fecha de esta presentación, están sujetas a incertidumbres y contingencias significativas, muchas de las cuales están fuera del control de LRA. Además, muchas de las opiniones de LRA son proyecciones basadas en análisis subjetivos de las circunstancias actuales del mercado. Nada en este informe debe interpretarse como un indicador del rendimiento futuro de los valores de LRA o del rendimiento de los valores de cualquier otra compañía. No debe comprarse o venderse valores, ya sean de LRA o de cualquier otra compañía, basándose en las opiniones aquí expresadas.

