

Mercado de Centros Comerciales

España

2007: El endurecimiento del coste de la financiación lastra la actividad de inversión desde el segundo semestre del 2007

El objeto del informe elaborado por el Departamento de Análisis e Investigación de Mercados de Aguirre Newman y del que presentamos un breve resumen a continuación, es analizar las características principales de la evolución del mercado de Centros Comerciales en España durante el año 2007. En este período se ha podido observar un gran interés por el comportamiento de la economía española y especialmente por las consecuencias que la desaceleración económica y las turbulencias del mercado financiero internacional pueden tener en los distintos tipos de activos inmobiliarios.

El informe está organizado en 6 grupos de contenidos: la coyuntura general del mercado, conclusiones y perspectivas, evolución del mercado de centros comerciales durante el 2007, situación del mercado de centros comerciales, evolución prevista para el año 2008 y situación del mercado de inversión.

Igualmente se incluye información cuantitativa y cualitativa que ayudará a dar respuesta a las siguientes preguntas.

- **¿Qué volumen de nuevos proyectos saldrán al mercado en los próximos años?**
- **¿Cuáles son las zonas que presentan mayor volumen de nueva oferta?**
- **¿Qué tipologías de centros comerciales están mostrando un mayor dinamismo?**
- **¿Se mantendrá la tendencia alcista experimentada por los precios de alquiler en los últimos años?**
- **¿Cuál será el impacto de la nueva oferta en la desocupación y en los márgenes de negociación?**
- **¿Cuáles son los niveles de afluencia a centros comerciales y qué tendencia siguen?**



Contacto Aguirre Newman

Javier García-Mateo

Director de Análisis e Investigación de Mercados
(34) 91 319 13 14
jgm@aguirrenewman.es

Pelayo Barroso Olazábal

Analista de Mercado
(34) 91 319 13 14
pelayo.barroso@aguirrenewman.es

Resumen del Estudio del Mercado de Centros Comerciales en España

SITUACIÓN DEL MERCADO DE CENTROS COMERCIALES EN ESPAÑA

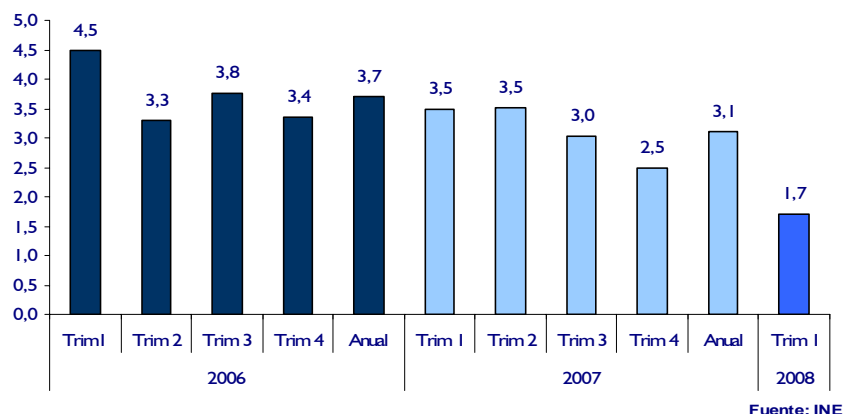
La inversión en el segmento de Centros Comerciales ha descendido durante el primer semestre del año. Mientras que en 2007 se han contabilizado un total de 17 operaciones, por un valor de 1.587 millones de euros, frente a las 24 operaciones registradas en 2006, en lo que va de año tan sólo se ha contabilizado una operación de inversión sobre un Centro Comercial y tres sobre Parques de Medianas.

Se observa un aumento de las operaciones en la segunda mitad de año atribuida al descenso experimentado en los primeros meses a la actitud prudente de los inversores ante la situación inmobiliaria española, al progresivo deterioro de las variables macroeconómicas y al endurecimiento del coste de la financiación.

Los niveles de afluencia a centros comerciales durante el año 2007 han tenido un comportamiento positivo superando mes a mes los datos de afluencia presentados en el año 2006. Sin embargo, y aunque los datos de afluencia en 2008 indican que hasta el mes de mayo esta ha crecido un 0,7% respecto al mismo periodo del año anterior, por primera vez desde mediados de los años 90, se han registrado cuatro descensos en el índice de venta al por menor en 5 meses consecutivos (diciembre 2007 – abril 2008). Únicamente el mes de febrero ha registrado un incremento del 0,5% respecto al dato del año anterior.

La fuerte escalada de los precios, el incremento de los tipos de interés y la situación del mercado laboral están llevando al límite la capacidad de endeudamiento de muchos hogares, lo que afecta directamente a la capacidad de ahorro y consumo.

Evolución Consumo Final Hogares (Variación Interanual)



En este sentido, existe una clara correlación entre tamaño del establecimiento y ventas registradas. Así, los establecimientos de menor tamaño son los que más intensamente están viendo bajar las ventas, y solo las grandes cadenas, aquellas con más de 25 locales, registran incrementos en las mismas.

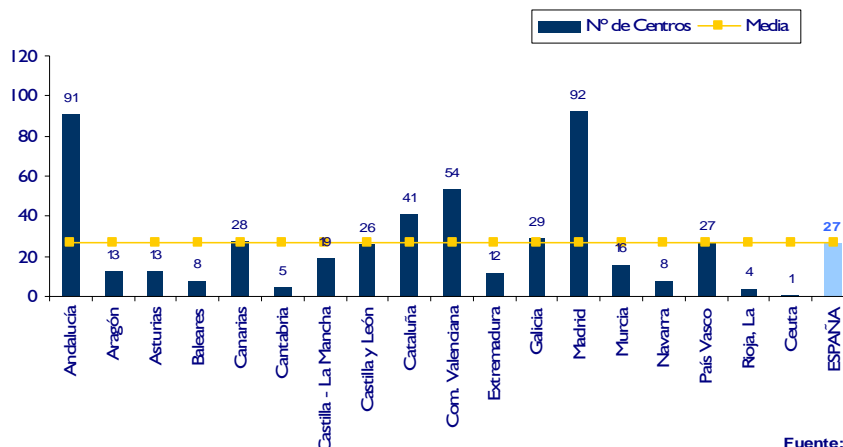
NUEVAS SALIDAS AL MERCADO

La salida al mercado de nueva superficie por Comunidades Autónomas y la previsión de contratación de estos espacios en 2008, en parte vienen condicionados por la tendencia al ahorro y al control en el consumo de los hogares españoles.

Por lo que respecta a la salida al mercado de nueva superficie, para 2008 está previsto que salga un 20% más de SBA que en el 2007; esto es 800.000 m2 repartidos en un total de 25 nuevos centros. Además, a medio-largo plazo existen 154 proyectos de centros comerciales que si se llevasen a término sumarían un total de 4.800.000 m2 de SBA.

Las tres comunidades que más proyectos de centros comerciales tienen en marcha son Andalucía (40), Valencia (19) y Madrid (16). Dentro de la futura oferta destaca el importante volumen destinado a la apertura de centros comerciales pequeños (5.001 m2 – 20.000 m2 de SBA) dado el amplio recorrido que hay para este mercado en poblaciones de menos de 100.000 habitantes.

Distribución de los Centros Comerciales por CCAA



Fuente: AECC

En cuanto a las aperturas de centros comerciales, también en 2007 se produjo un descenso en relación al ejercicio previo. En total, las aperturas registradas en el pasado ejercicio – 25 nuevos centros y cuatro ampliaciones – han aportado 664.325 m2 de nueva Superficie Bruta Alquilable (SBA), cifra un 24% menor a la SBA incorporada el año anterior.

Se pone de manifiesto que el reparto de la nueva superficie bruta no ha sido homogéneo. Concretamente, las Comunidades Autónomas de Madrid, Castilla la Mancha, Aragón y Andalucía han acaparado el 76% de la SBA. Entre los proyectos inaugurados el pasado año destacan, Feria Plaza en Guadalajara (55.814 m2), y H2 Ocio (50.000m2) y La Gavia (43.000m2) en la Comunidad de Madrid.

Tras las aperturas de 2007, el parque de centros comerciales en España ha alcanzado los 11,9 millones de m2 de SBA, que se reparten en 487 complejos. Por Comunidades Autónomas, Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña representan más del 60% de la Superficie Bruta Alquilable.

Por otra parte, hay que destacar la situación de teórica saturación en Comunidades Autónomas como Madrid, Asturias, Murcia, Canarias, Valencia y País Vasco, donde el porcentaje de SBA es superior a la capacidad de consumo y a la población. El caso contrario lo presenta Cataluña, debido a las importantes restricciones legales a la hora de conseguir nuevas licencias para la promoción de centros comerciales.

PREVISIONES

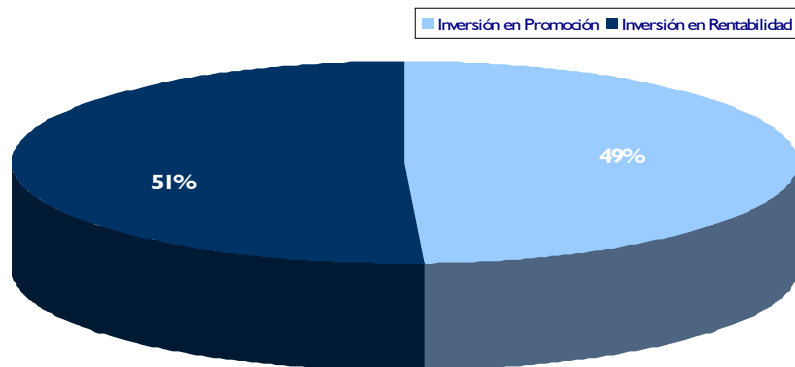
Por lo que respecta a la tasa de desocupación, que a finales de 2007 se situaba en el 4% en los centros comerciales Prime, se incrementará un punto porcentual durante 2008. Mientras, las previsiones apuntan a un incremento superior en los centros secundarios, que con una tasa de desocupación del 9% en 2007, podrían alcanzar el 12% en el presente año.

En lo que se refiere a las rentas medias globales en 2007, el incremento en la zona prime ha alcanzado el 5,20%, y el 3,60% en centros secundarios. Para el año en curso, y como consecuencia de la menor actividad de la demanda, se esperan incrementos mucho más moderados que se situarán en torno al 2% en centros prime y no superarán el 1,6% en secundarios.

MERCADO DE INVERSIÓN

En términos generales se observa un incremento en la calidad del producto que está saliendo al mercado de inversión. El perfil del inversor seguirá siendo extranjero si bien los fondos alemanes u oportunistas ganan terreno frente a los fondos o instituciones británicos. Si nos centramos en el área de promoción, la situación es inversa, siendo el promotor nacional el más activo.

Inversión en Centros Comerciales (2007)



La disminución en la absorción de espacios comerciales por parte de algunas cadenas se va a ver compensado por la proliferación de negocios en franquicia. En cualquier caso, la mayoría de los proyectos para los próximos años, están confirmados, por lo que en todo caso se pueden prever algunos ligeros retrasos en su ejecución.

Si desea ampliar esta información, o está interesado en el *Estudio del Mercado de Centros Comerciales en España*, póngase en contacto con nosotros a través de los contactos que le facilitamos.

Le recordamos que el Departamento de Análisis e Investigación de Mercados de Aguirre Newman realiza Estudios de Mercado por encargo a la medida de sus necesidades. Si desea más información acerca de este servicio, puede contactar con:

Javier García-Mateo

Director de Análisis e Investigación de Mercados

T. (+34) 91 319 13 14

E. jgm@aguirrenewman.es