

SEPTIEMBRE 2022

UNA PUBLICACIÓN DE RESEARCH & INSIGHT ESPAÑA

TRENDA SPARK ENERGY

PARQUES COMERCIALES

España



INDIGENE

INDUSTRIELLE

Nouvel

04

INTRO



08

INVERSIÓN



10

NUEVOS OPERADORES



11

LAST MILE



12

SOSTENIBILIDAD





Durante los últimos 2 años, marcados por la pandemia, el sector del retail ha acelerado su proceso de transformación a distintas velocidades.

Para los Parques Comerciales (Parques de Medianas incluidos), los meses del comienzo de la pandemia, marcados por los confinamientos y las restricciones, han tenido un menor efecto negativo en cuanto a la afluencia de visitantes, incluso se vieron beneficiados y la tendencia se ha mantenido hasta hoy.

Adicionalmente, la recuperación en este segmento del retail ha sido visiblemente más rápida que en el resto de los comercios minoristas, resultando ser el más resiliente.

¿Por qué los Parques Comerciales han sabido adaptarse?



Ubicaciones estratégicas en las afueras de las grandes ciudades o núcleos de población donde consolidarse como puntos de “click and collect” y “click and delivery”. De esta forma se fusionan los modelos de tienda online y tradicional y se apalancan las ventas de las tiendas físicas debido a la exposición al producto (comportamiento tipo: lo vi, me gustó, lo compré).

Las **rentas** que actualmente están pagando los inquilinos **son estables** y han permanecido en esa dinámica en los últimos años.

Competencia moderada entre proyectos, debido a la falta de oferta de superficie y la preferencia de los operadores en buscar ubicaciones comunes por zonas de influencia.

Aún hay recorrido para incrementar la oferta de Parques debido a la demanda activa de espacios por parte de los operadores incluso en tiempos en los que el consumo se está empezando a resentir por la situación económica general.

Las **tasas de disponibilidad se ha mantenido estables** y el impacto del Covid19 ha sido mínimo. La mayor parte de los principales parques en España siguen teniendo una tasa de disponibilidad muy baja, rozando el 0% en los más importantes en grandes ciudades.



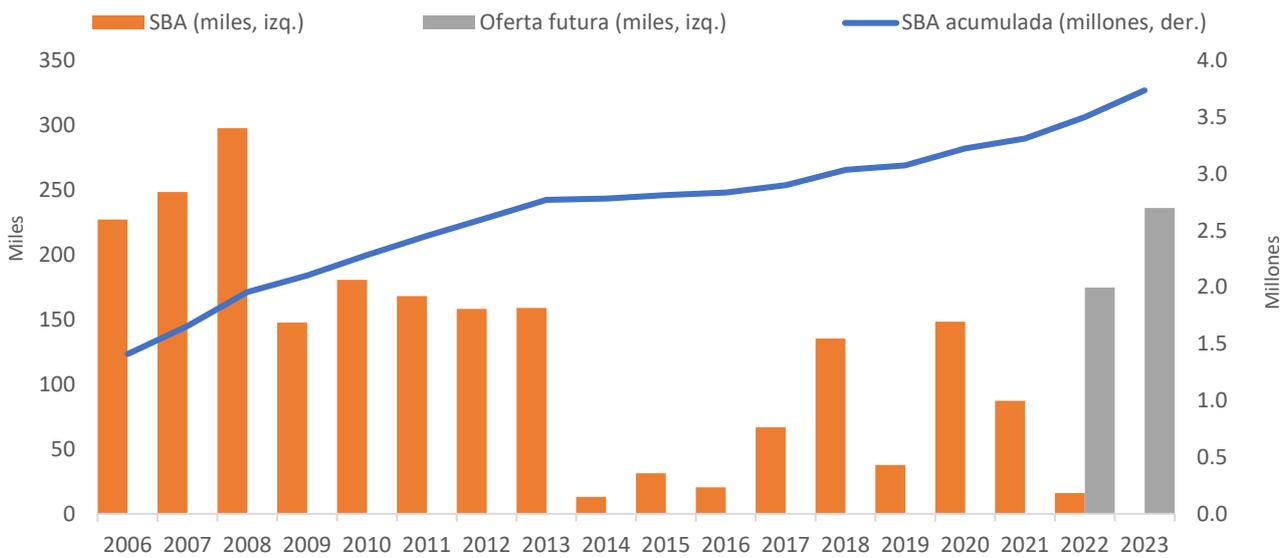
España cuenta con 114 Parques Comerciales con superficies superiores a 10.000 m² (siendo esta la superficie a partir de la cual los parques empiezan a contar con una gestión integrada) y acumulan alrededor de 3.2 millones de metros cuadrados de SBA (superficie bruta alquilable).

La densidad a nivel nacional es de 67 m² por cada 1.000 habitantes, situándose lejos de otros países como Reino Unido (158 m²) o Francia (120 m²).

Para la zona de Europa Occidental la densidad es de 81 m² por cada 1.000 habitantes. Esto significa que el mercado español tiene recorrido aún para seguir creciendo e incrementar la superficie de Parques Comerciales.



Superficie total de Parques Comerciales España (m²)



Fuente: Cushman & Wakefield

Respondiendo a este margen, la superficie de Parques Comerciales se incrementará cerca del 12.5% hasta 2023 mediante 14 nuevas aperturas repartidas por todo el territorio español.

Pese a la pandemia, todos los desarrollos han seguido adelante. Durante 2020 y 2021 se inauguraron 8 parques comerciales, sumando alrededor de 236.000 m² de nuevo espacio de calidad.

En los primeros meses de 2022 ya se han entregado

16.000 m² de superficie de parques comerciales y otros 169.100 m² (repartidos en 5 proyectos) se esperan para antes de que finalice el año, con lo que finalizaremos el año con 3.360.600 m² de SBA.

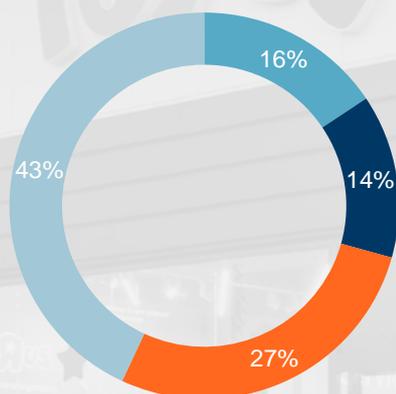
Con las nuevas aperturas, hasta finales de 2023, la SBA de Parques aumentará en aproximadamente 411.225 m². La nueva densidad pasará a ser de 76 m² por cada 1.000 habitantes, todavía muy por debajo de Francia o Reino Unido.



Las comunidades autónomas con mayor superficie de Parque comercial son las más pobladas: **Andalucía**, **Madrid** y **Valencia**, con una densidad media de 96 m². **Cataluña** es una excepción, con una densidad de 27 m²/1.000 habitantes se convierte en una de las CCAA con más oportunidades para nuevos desarrollos en el futuro. En cuanto a la oferta de Parques Comerciales actual, existe un potencial para la renovación y actualización de los conceptos ya que el 70% de la SBA tiene más de 10 años de antigüedad y el 42% supera los 15 años. Estos activos podrían mejorar su posicionamiento a través de reformas integrales o parciales, y también mediante la transformación del mix comercial, integrando nuevos conceptos de ocio/restauración, así como usos comprometidos con la sostenibilidad como ya estamos viendo en Europa con conceptos de moda circular, reutilización de productos de hogar, etc .



■ Menos de 5 años ■ 5 a 10 años ■ 10 a 15 años ■ más de 15 años



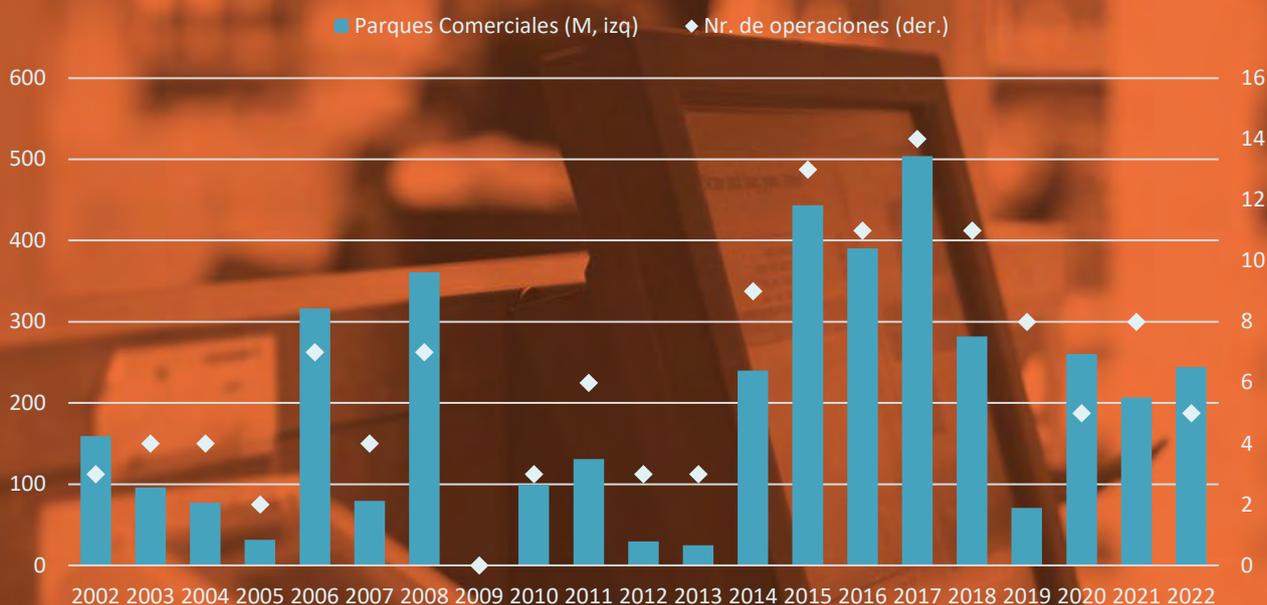
Fuente: Cushman & Wakefield

INVERSIÓN

La resiliencia de los parques comerciales ha hecho que los inversores hayan incrementado el interés por la adquisición de este tipo de activos desde el comienzo de la pandemia, aunque han sido pacientes en la toma de decisiones. A medida que la incertidumbre se estaba reduciendo, y las amenazas del Covid19 eran cada vez menores, se incrementaron los procesos de estudio para nuevas compras de Parques Comerciales.

Ha sido en la primera mitad de 2022 cuando se han materializado varias compras de proyectos significativos como es el caso de Parque Mediterráneo (Murcia), Bahía Real (Cantabria) y Álcora Plaza (Madrid). Desde este momento se están fraguando nuevas operaciones de inversión en este sector que culminaran al finalizar el presente año.

Volumen inversión Parques y Medianas Comerciales



Fuente: Cushman & Wakefield

¿Cuál es el atractivo de los Parques Comerciales para los inversores?



Demanda de espacio robusta por parte de retailers 'ganadores' durante la pandemia (hogar, bricolaje, deportes, electrónica).



Los alquileres a largo plazo y la solvencia de grandes operadores nacionales e internacionales.



Reducida rotación de los inquilinos y menores costes de servicio para los operadores.



Menor exposición al e-commerce, gracias al tipo de producto (muebles, bricolaje, electrodomésticos, etc) que se ofrece en los Parques Comerciales. El incremento del comercio electrónico tampoco ha impactado de manera significativamente negativa en los planes de expansión de los Parques Comerciales.



Asset management simplificado y de fácil control por tratarse de proyectos con un número más reducido de operadores.

NUEVOS OPERADORES

Varios han sido los operadores que han abierto nuevas tiendas y sobre todo hay que destacar la reciente expansión de los conceptos de “bajo precio” :

- **Action**, cadena holandesa de productos no alimenticios, con más de 2.000 tiendas en Europa, abrió sus primeras tiendas en el mercado español en febrero de 2022 inaugurando un total de 4 tiendas hasta abril del mismo año, con una superficie total de 3.672 m².
- **Mr. DIY**, marca asiática especializada en artículos de ferretería, entró en el mercado europeo con varias aperturas en España a principios de 2022. Entre enero y mayo de 2022 inauguró 9 tiendas, cada una con una superficie de alrededor 900 m².

- **Tao Kids**: cadena francesa de moda infantil inauguró su primera tienda en España a mediados de abril de 2022.
- **Pepco**: la cadena polaca de moda y hogar low cost abrió a finales de abril 2021 su primera tienda en España con un espacio de 660 m². Actualmente cuenta con 47 establecimientos repartidos por todo el territorio español.

Además, otras marcas como las Alemanas KIK o Müller también están apostado por la expansión dentro de España.



LAST MILE

Con el aumento del comercio electrónico, los operadores han intensificado la búsqueda de eficiencias en su red de distribución logística.

La logística de “última milla” (que es la última parte del proceso de entrega de un pedido al cliente final) tiene un rol vital para el comercio electrónico moderno y las cadenas de suministro omnicanal. Al mismo tiempo, plantea varios desafíos a los operadores logísticos y es por ello que se buscan las mejores soluciones para minimizar su impacto en los costes de reparto.

La compra de bienes físicos se ha incrementado desde el comienzo de la pandemia y los operadores se plantean alternativas a las naves logísticas para las entregas de última milla, como podrían ser los parques comerciales.

Este modelo de distribución ya se viene observando en Reino Unido y surge la pregunta si es aplicable también para España. A principios de 2020 Prologis adquirió Ravenside Retail Park en Edmonton (al norte de Londres) para convertirlo en punto de distribución on-line y Amazon hizo lo mismo con otro parque comercial, Pentavia, ubicado muy cerca de Londres.



Para el caso de España no hay evidencias de que este modelo se esté implementando. Las zonas logísticas cercanas a las grandes ciudades españolas siguen siendo las encargadas de la distribución last mile de paquetería y mercancías.

Adicionalmente, hay un diferencial entre las rentas que se pagan en las naves logísticas y los parques comerciales. Como referencia, para los parques comerciales en ubicaciones secundarias de **Madrid** y **Barcelona** se pagan rentas alrededor de 10 €/m²/mes, mientras que las naves logísticas que se presentan como alternativas, tienen rentas entre 5.5 y 6.25 €/m²/mes para Madrid y 6.00 y 6.50 €/m²/mes para Barcelona.

SOSTENIBILIDAD

Los Parques Comerciales han podido adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, adoptando la transformación como parte de la evolución del propio sector. La resistencia a la crisis demostrada por el sector se ha traducido en una clara apuesta por la mejora de la experiencia del cliente en los espacios, añadiendo zonas de esparcimiento familiar, restauración y ocio.

La apuesta por la sostenibilidad es clave en cuanto al compromiso ya que, independientemente del año de construcción del parque, todos están implantando políticas de sostenibilidad que tienen que ver con la generación de energía renovable para el autoconsumo, la reducción de residuos, reducción de la huella medioambiental, reciclaje, recarga de vehículos eléctricos, etc.

Estas tendencias de sostenibilidad en el sector responden a los cambios de hábitos por parte del consumidor, la eficiencia energética se ha convertido en una de las claves, donde la percepción del usuario y la experiencia del gestor se unen para ser piezas importantes en el análisis de la medición del factor riesgo por parte de un potencial inversor.





Aunque aumentando día a día , ya tenemos ejemplos en España de Parques Comerciales y medianas superficies con sello de sostenibilidad BREEAM y otros en proceso de obtención. Estos activos se enfrentan a distintos retos y complejidades por lo que a certificaciones se refiere, ya que en la actualidad la tendencia es la de velar por la certificación de los espacios comunes.

Los Parques Comerciales tienen, por lo general, escasa superficie destinada a zonas comunes y muy a menudo éstas no están climatizadas, unos de los prerrequisitos clave para poder certificarlas BREEAM, por ejemplo.



El sector se está centrando en introducir innovaciones que acerquen los parques comerciales al concepto de centros comerciales abiertos donde convivan medianas superficies, locales, restaurantes y elementos asociados al ocio y el tiempo libre, todo ello con el foco puesto en la sostenibilidad y la eficiencia energética. Uno de los retos de los Parques Comerciales es la producción de energía renovable y autoconsumo para los operadores.

El hecho de no sumarse a este tipo de cambios e iniciativas hará difícil la alineación de estos inmuebles con los objetivos de neutralidad climática para 2050 y de la mayoría de los inversores internacionales.

PARQUES COMERCIALES APUESTA DE FUTURO

Los parques comerciales son actualmente el segmento del retail que mayor interés genera

Definitivamente los Parques Comerciales son un formato de éxito que seguirá desarrollándose durante los próximos años. Es un mercado joven que actualmente crece en torno a un 8-10% anualmente.

Existe una demanda creciente por parte de operadores nacionales e internacionales que buscan sinergias comerciales agrupándose en torno a grandes núcleos de población en ubicaciones estratégicas. Especialmente las actividades relacionadas con el hogar, deportes y alimentación, sin olvidar los nuevos formatos de restauración y ocio que están complementando la oferta comercial, tanto como Free Standing como integrados en el retail.

Hay que destacar la entrada de nuevos operadores internacionales “multiproducto de bajo precio” que junto con los usos relacionados con la salud, servicios y responsabilidad social, están empezando a

instalarse en este formato siguiendo la tendencia del resto de Europa en países como Francia, Suecia, UK o Alemania.

Desde el punto de vista del inversor, los Parques Comerciales son una apuesta segura ya que concentran grandes operadores, contratos de arrendamiento de larga duración, estabilidad en rentas, menor rotación y una gestión más fácil.

El atractivo tanto para el consumidor como para el inversor, viene dado por el formato que presentan que ha venido evolucionando desde los últimos años y especialmente durante y post pandemia. Presenta una menor exposición al e-commerce ya que facilita la compra experiencial e integra perfectamente la Omnicanalidad, Click&Collect y Delivery por su formato de espacio abierto de fácil acceso y aparcamiento.

Carlos Alonso
Socio
Responsable Retail Parks
Cushman & Wakefield



Para ampliar la información:

Carlos Alonso

Partner - Retail Spain
carlos.alonso@cushwake.com

Yola Camacho

Partner - Retail Capital Markets Spain
yola.camacho@cushwake.com

Daniel Caprarin

Senior Research Analyst - Spain Research & Insight
daniel.caprarin@cushwake.com

Marta Esclapés

Associate Director - Spain Research & Insight
marta.esclapes@cushwake.com

Contactos medios:

Jenny Pizarro

Head of Business Development Spain
Marketing, Comms & Research
jenny.pizarro@cushwake.com

Alessandro Di Costanzo

Graphic Designer
Marketing, Comms & Research
alessandro.dicostanzo@cushwake.com

cushmanwakefield.es

[@CushWakeSPAIN](https://www.instagram.com/CushWakeSPAIN)



©2022 Cushman & Wakefield. Todos los derechos reservados El contenido de este informe se obtiene de múltiples fuentes que se consideran fiables. La información puede incluir errores u omisiones y se publica sin ninguna garantía o representación con respecto a la exactitud de la misma

