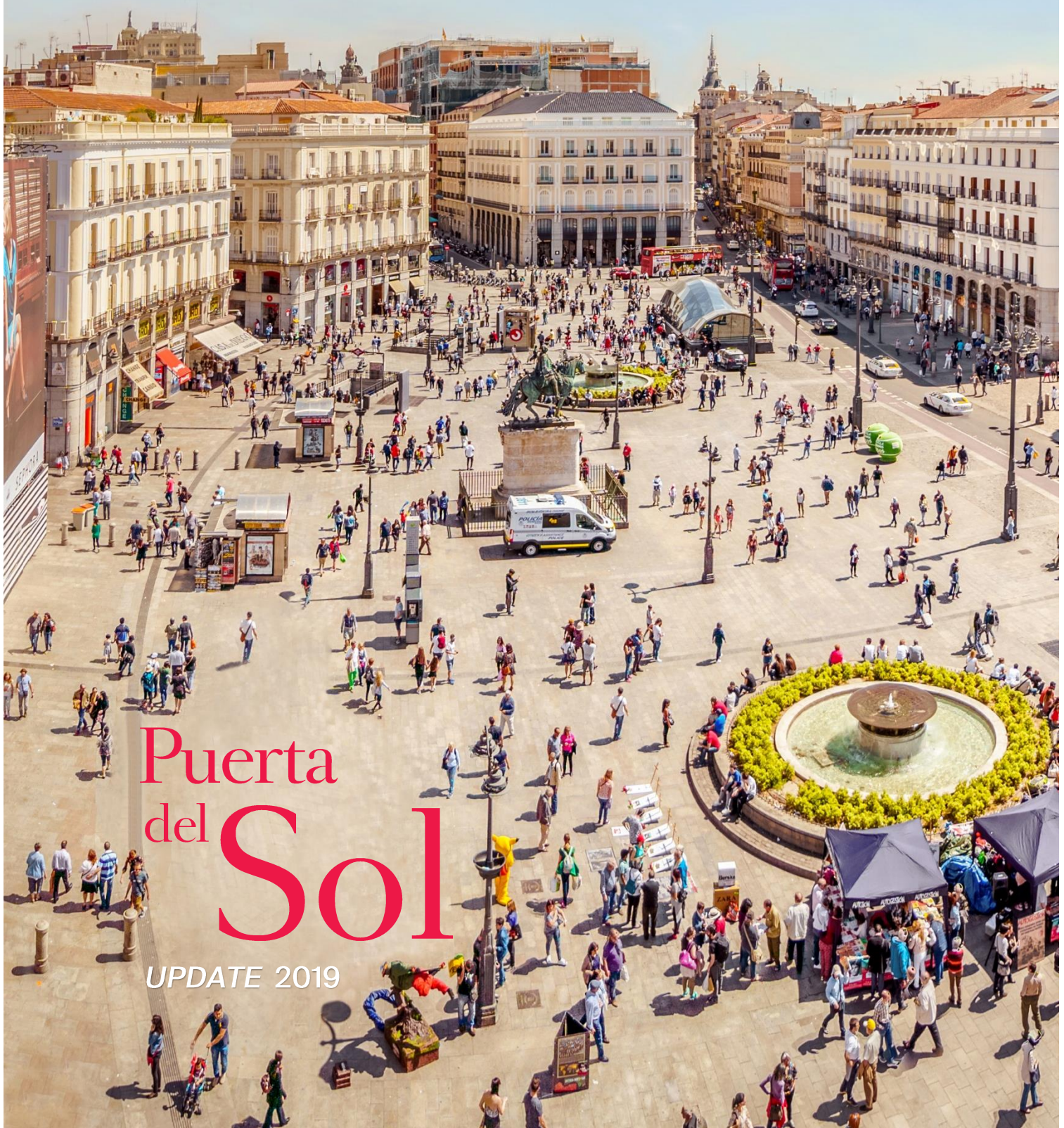


RESEARCH



# Puerta del Sol

UPDATE 2019

OCUPACIÓN



INVERSIÓN



PROYECTOS



TENDENCIAS



# LA NUEVA PUERTA DEL SOL

## El núcleo comercial más popular de Madrid recibe alrededor de 110 M de visitantes al año

Puerta del Sol es la localización más emblemática y visitada de la ciudad. En los últimos años ha vivido una gran renovación de sus locales comerciales que, junto con la peatonalización de calles cercanas y el gran número de turistas que recibe, la coronan como uno de los puntos comerciales claves de la capital. La nueva generación de marcas que se localizan en el icónico emplazamiento han formado un nuevo escenario. Además de la moda, empieza a cobrar protagonismo la restauración gracias a cadenas como VIPS, con la reciente apertura de su local y donde ha estrenado su servicio Take & Go, o McDonald's, KFC, Pans & Company, Rodilla y las clásicas La Mallorquina o Palazzo.

Entre los actuales proyectos encontramos en el área de influencia, la cercana inauguración de Galería Canalejas, que trae un nuevo proyecto de tiendas de lujo y gastronomía al centro de la ciudad.

Respecto a las aperturas, la última ha sido la de la tienda de complementos Parfois en Puerta del Sol 4, que ocupa un local de más de 340 m<sup>2</sup>. Otras firmas que se han establecido en la plaza son la española Primor, que ha abierto su *flagship* con el propósito de afianzar su marca, la cadena de zapaterías Zapshop o la firma francesa de moda infantil Sergent Major (antigua Du Pareil au même). Por su parte, Apple representó el inicio de la nueva Puerta del Sol instalando su llamativo *flagship* en el que además de vender producto, ofrece innovación y experiencias únicas y que, actualmente se

encuentra en proceso de renovación para adaptarse a los nuevos estándares que con periodicidad dictan desde su sede.

La Comunidad de Madrid se une a la nueva generación de servicios en la icónica plaza, donde abrirá una nueva oficina de turismo en el número 5, que probablemente se convierta en una de las más representativas y con mayor número de visitantes.

La mayoría de los locales comerciales de Puerta del Sol tienen una superficie de entre 100 y 500 m<sup>2</sup> y la ocupación de la zona es muy alta. La escasez de superficie comercial disponible, actualmente representa tan sólo un 3%, unida a la alta demanda de marcas que buscan los mejores y amplios locales para ubicar sus *flagships*, la convierten en una de las zonas más codiciadas tanto para operadores como para inversores nacionales e internacionales.

Las rentas en Puerta del Sol se sitúan como unas de las más altas de la capital, las máximas se pueden encontrar por encima de los 300€/m<sup>2</sup>, seguidas por los también altos alquileres de otras calles emblemáticas como Serrano o la popular Gran Vía.

La inversión en esta calle comercial ha ido en aumento desde 2013. Entre los tipos de inversores interesados en esta zona predominan los fondos de inversión como Thor Equities, Kennedy Wilson, Invesco o Chenavari, que han adquirido locales comerciales en Puerta del Sol 5, 9 y 11.

## ACTUALES PROYECTOS EN PUERTA DEL SOL



GALERÍA CANALEJAS

El futuro Centro Canalejas Madrid, proyecto promovido por OHL Desarrollos y Mohari Hospitality, contará con 15.000 m<sup>2</sup> de espacio comercial dentro del complejo residencial y hotelero. Las grandes firmas de la industria del lujo tendrán un espacio de unas 40/50 tiendas y una zona de restauración gestionados por un mismo operador, que contará con 10/12 puestos gastronómicos.



PRIMOR

La perfumería malagueña, líder en el mercado español, ha llegado al centro de la capital ocupando uno de los locales estrella y más cotizados, el número 11 de la Puerta del Sol. El establecimiento que hace esquina con la calle Preciados, es el antiguo local de libros y discos de El Corte Inglés. Cuenta con 1.100 m<sup>2</sup> repartidos en tres plantas.



APPLE STORE

Apple ha comenzado con la renovación de sus tiendas más emblemáticas del mundo. La situada en Puerta del Sol 1, uno de los lugares principales de la plaza, ha comenzado sus reformas recientemente. Las últimas Apple Stores renovadas tienen como objetivo que sus tiendas se transformen en lugares de encuentro más que en una tienda en sí, donde el espacio cobra gran importancia.

# Puerta del Sol continúa brillando

## Key plan

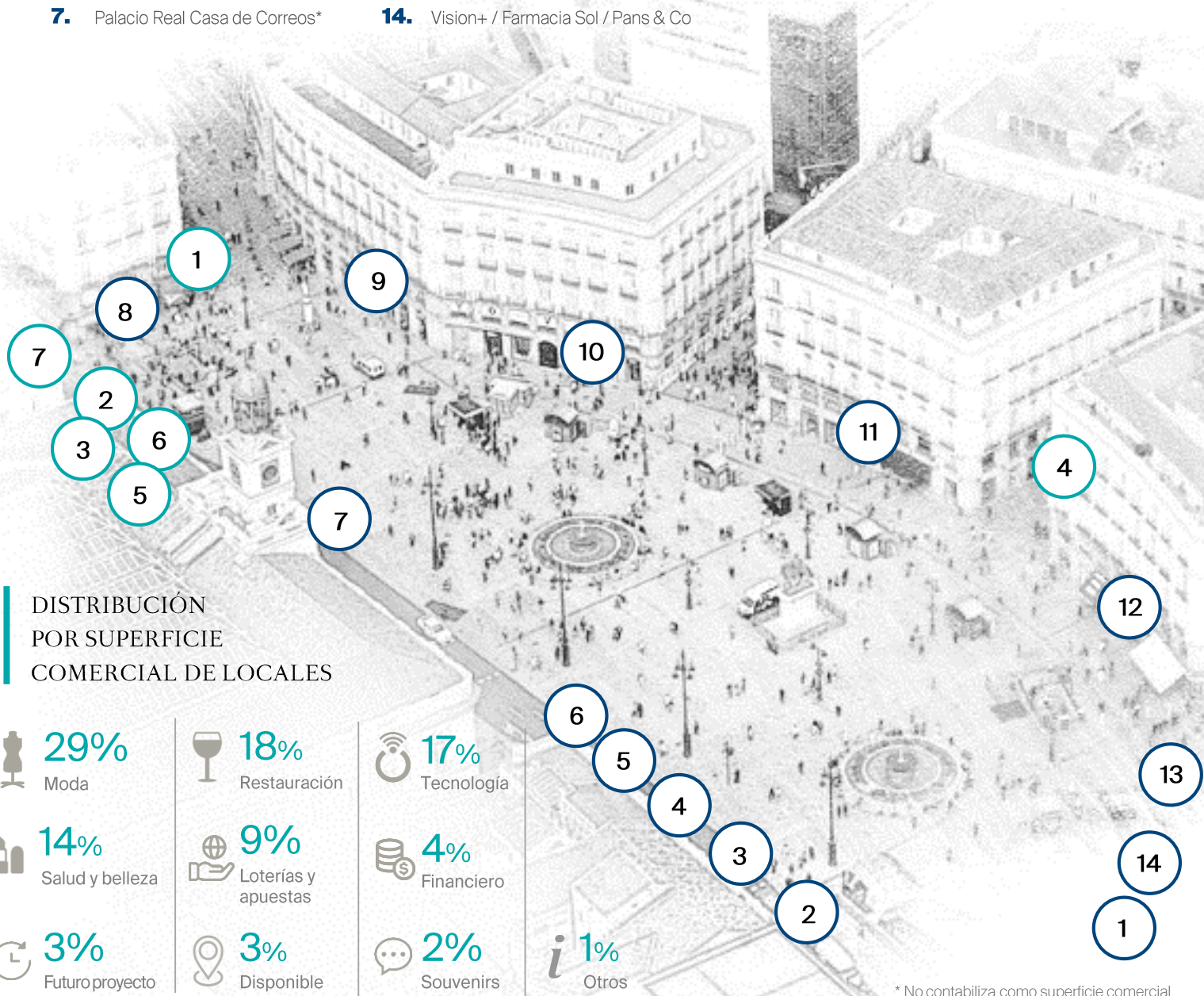
Puerta del Sol

- 1. Apple
- 2. Sol Souvenirs / Ria Money Transfer
- 3. Vips
- 4. Marypaz / Parfois
- 5. Local disponible / Proyecto Comunidad de Madrid
- 6. Sergent Major / Zap Shop
- 7. Palacio Real Casa de Correos\*

- 8. La Mallorquina / Ria Money Transfer
- 9. Futuro proyecto (3 locales)
- 10. El Corte Inglés
- 11. Sephora / Primor / Palazzo
- 12. Orange / Exact Change / Best and Fast Change / Loterías Sol / Casa de Diego
- 13. Vodafone / Rodilla / Lotería Aguilar
- 14. Vision+ / Farmacia Sol / Pans & Co

Área de influencia

- 1. BodyShop. c/ Arenal, 1
- 2. Souvenirs. c/ Mayor, 1
- 3. Luckia apuestas. c/ Mayor, 1
- 4. Julia perfumería. c/ Carmen, 2
- 5. BBVA. c/ Correo, 2
- 6. KFC. c/ Correo, 2
- 7. McDonald's. c/ Esparteros, 1



### DISTRIBUCIÓN POR SUPERFICIE COMERCIAL DE LOCALES



29%  
Moda



18%  
Restauración



17%  
Tecnología



14%  
Salud y belleza



9%  
Loterías y apuestas



4%  
Financiero



3%  
Futuro proyecto



3%  
Disponible



2%  
Souvenirs



1%  
Otros

\* No contabiliza como superficie comercial

# Stock

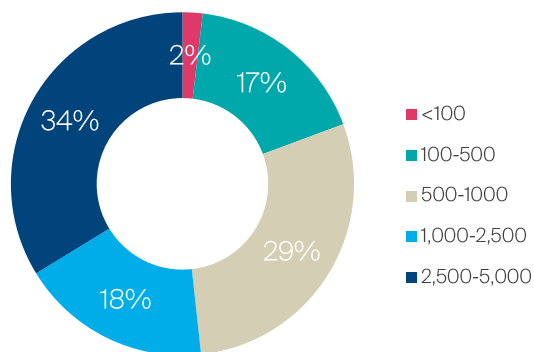
Puerta del Sol cuenta con 37 locales comerciales, predominando los de superficies más reducidas, sobre todo los que tienen entre 100 y 500 m<sup>2</sup>. Esta zona es una de las más demandadas de la capital española con más de un 94% de superficie comercial ocupada actualmente.

Entre los tipos de sectores que se encuentran en estos locales, por superficie ocupada, lidera el de la moda, en segundo lugar el sector de la restauración, debido a la

última incorporación del grupo VIPS, y seguidos por los establecimientos de tecnología, ocupados por Apple, Vodafone y Orange.

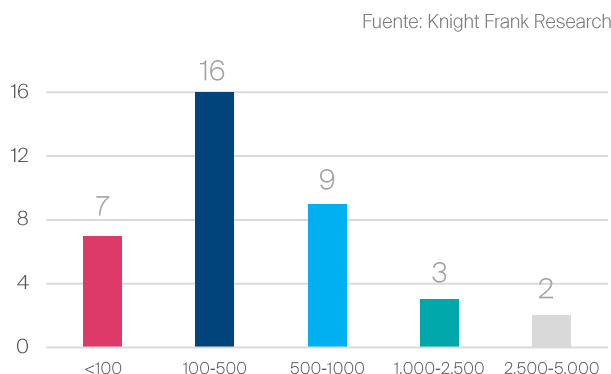
El sector de la salud y la belleza ha visto incrementada su presencia en Puerta del Sol debido a la apertura de firmas como Sephora y Primor, que han inaugurado recientemente una superficie comercial de 1.000 m<sup>2</sup> aproximadamente cada una de ellas.

## % superficie bruta retail | Puerta del Sol (2019)



Fuente: Knight Frank Research

## Nº locales por rango de tamaño | Puerta del Sol (2019)



# Rentas

Durante los últimos años las rentas en Puerta del Sol se han mantenido estables, en general, aunque se han registrado ligeros incrementos en algunos de los mejores locales, manteniendo el liderazgo de ser una de las calles con las rentas más elevadas de Madrid.

La calle de Serrano, conocida por concentrar las tiendas de firmas y marcas más exclusivas de moda, joyería y complementos, es en la que más han crecido las rentas y se sitúa junto con Puerta del Sol entre las que poseen los alquileres más altos de la capital.

También destaca la evolución de las rentas en la histórica calle de Gran Vía, ya que en la actualidad sus alquileres se encuentran cerca de los máximos de Madrid.

## Rentas y tendencia\* | Zonas centro (T2 2019)

	T2 2019	TENDENCIA
PRECIADOS	290	=
<b>PUERTA DEL SOL</b>	<b>300</b>	=
SERRANO	300	▲
GRAN VÍA	290	▲
FUENCARRAL	200	▲

Fuente: Knight Frank Research  
\* Estimación basada en un local de 200 m<sup>2</sup> en planta baja

# Inversión

La inversión en locales comerciales dentro del área de influencia ha experimentado un aumento desde 2013. Destaca el año 2015 con el mayor volumen de inversión y de superficie adquirida debido a la operación de Primark en Gran Vía 32.

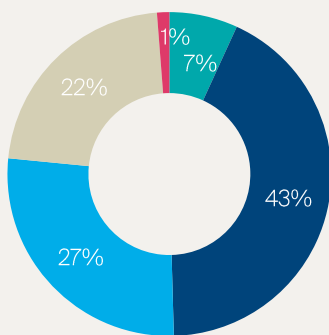
Sin embargo los años posteriores han mantenido la tendencia alcista en comparación con 2013, situándose el volumen de inversión de 2018 en *high street* cerca de 230 M€.

En cuanto al tipo de inversor continúan predominando la figura de los fondos de inversión, con más del 40% del volumen. Le siguen los privados, siendo estos los que mayor superficie adquirida han contratado.

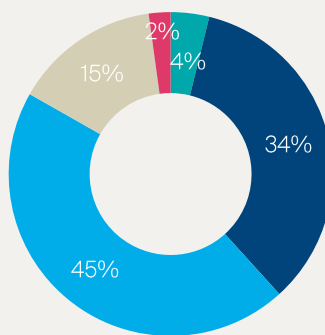
Desde el año 2013 predominan los fondos de inversión con más de la mitad del número total de operaciones. Durante el primer trimestre de 2018 destaca la compra de Generali Real Estate a IBA Capital de Preciados 9 por 100 M€, donde se ha instalado el mayor *flagship* de Pull & Bear.

## Tipo de inversor y rentabilidades | Área de influencia (acumulado 2013 - 2018)

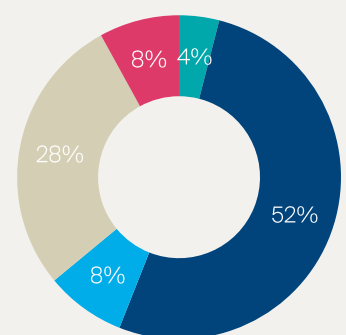
VOLUMEN DE INVERSIÓN



SUPERFICIE ADQUIRIDA



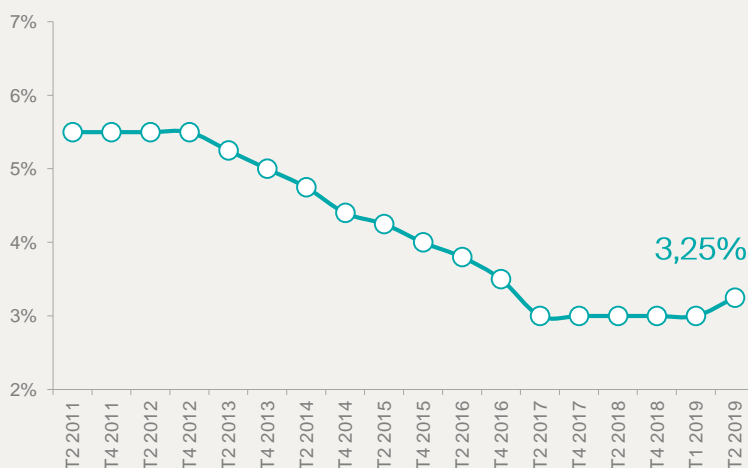
NÚMERO DE OPERACIONES



■ Institucionales ■ Fondos de inversión ■ Privados ■ Compañías Inmobiliarias ■ SOCIMIs

Fuente: Knight Frank Research

## Evolución yields | High Street (2011 - 2019)



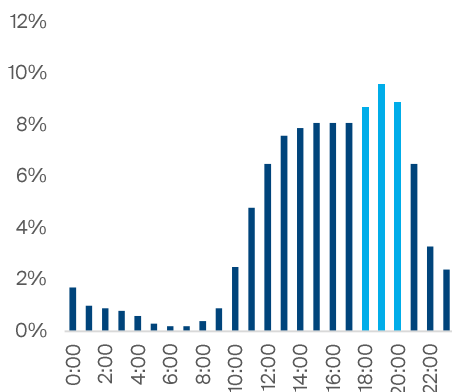
Fuente: Knight Frank Research

Los *flagships* siguen atrayendo tanto a inversores como a operadores especialistas. El volumen de inversión en el área de influencia en *high street* de 2018 se cerró cerca de los 230 M€.



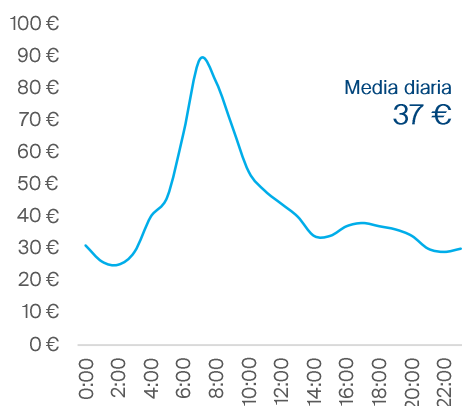
# RITMOS DE VENTAS COMERCIALES EN ÁREA DE INFLUENCIA

## Distribución del nº de tickets diario\* Evolución por hora



Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink

## Ticket medio\* Evolución por hora



Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink

La Puerta del Sol ha experimentado un cambio radical en cuanto al sector del retail con la llegada de grandes franquicias comerciales, esto contribuye al gran tránsito de personas, aproximadamente entre 20.000 y 30.000 transeúntes diarios de media por sus calles adyacentes que se dirigen a un punto común como es la Puerta del Sol, en su mayoría turistas, y a su correspondiente gasto en los locales comerciales que representan un papel importante para la capital.

El mayor número de compras realizadas en la zona de Puerta del Sol se realiza desde las diez de la mañana hasta las diez de la noche, efectuándose el máximo entre las seis y las ocho de la tarde.

El ticket medio diario de las ventas en los establecimientos de la zona se sitúa en 37€, superior al de por ejemplo, la popular calle Fuencarral que se sitúa en 35€. A primera hora de la mañana se observa el valor más alto, de unos 90€ de media, coincidiendo con el pago a la salida de los turistas de los hoteles ubicados en el área de influencia como el Hyatt Centric, Pestana CR7 o Riu Edificio Plaza de España. Este ticket medio podrá verse incrementado con las próximas aperturas de nuevos hoteles de 5\* en la zona como Four Seasons Canalejas o Plaza de las Descalzas. Es durante la tarde cuando el importe medio de las compras se ajusta al ticket medio de la zona, contribuyendo a ello el elevado número de compras que se realizan durante esa franja horaria.

RESEARCH COMERCIAL



**Elaine Beachill**  
Director of Retail Capital Markets and Flagships  
Elaine.Beachill@es.knightfrank.com  
+34 600 919 016



**Brynn Evans**  
Head of Flagships Capital Markets  
Brynn.Evans@es.knightfrank.com  
+34 600 919 129



**Tamara Sánchez**  
Head of Flagships Leasing  
Tamara.Sanchez@es.knightfrank.com  
+34 600 919 073



**Rosa Uriol**  
Director of Research  
Rosa.Uriol@es.knightfrank.com  
+34 600 919 114



Aviso importante

© Knight Frank España, S.A.U. 2019  
El presente informe se publica a efectos meramente informativos, sin por ello animar al lector a confiar en la información contenida en el mismo. Si bien se han observado los parámetros más estrictos a la hora de preparar la información, el análisis, las opiniones y las previsiones presentadas en este informe, Knight Frank España, S.A.U. no asume responsabilidad alguna por los posibles daños que se deriven del uso, dependencia o referencia al contenido de este documento. Cabe señalar que, en calidad de informe general, este documento no refleja necesariamente la opinión de Knight Frank España, S.A.U. sobre un proyecto o inmueble determinado. No se permite la reproducción de este informe -ni en su totalidad ni en parte- sin el consentimiento previo por escrito de Knight Frank España, S.A.U. en relación con la forma y el contenido en el que se presenta el informe. Knight Frank España es una Sociedad Anónima Unipersonal inscrita en el Registro Mercantil de Madrid con C.I.F. A-79122552.



Snapshot Retail España  
T2 2019



Hoteles de Lujo y Retail  
2019



Active Capital  
2019



Global Outlook  
2019