

Puerta del Sol

Research, 2020-21

knightfrank.es/
investigación-de-mercados



Puerta del Sol

Research 2020-21

04

RESUMEN
EJECUTIVO

06

UNA NUEVA
PUERTA DEL SOL

08

RITMO DE VENTAS Y CONSUMIDOR
EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

10

UNA VIDA HOTELERA
DE 5 ESTRELLAS

12

MARKET OVERVIEW
EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

15

ARTERIAS COMERCIALES
INTERNACIONALES





Puerta del Sol, Linazasoro & Sánchez

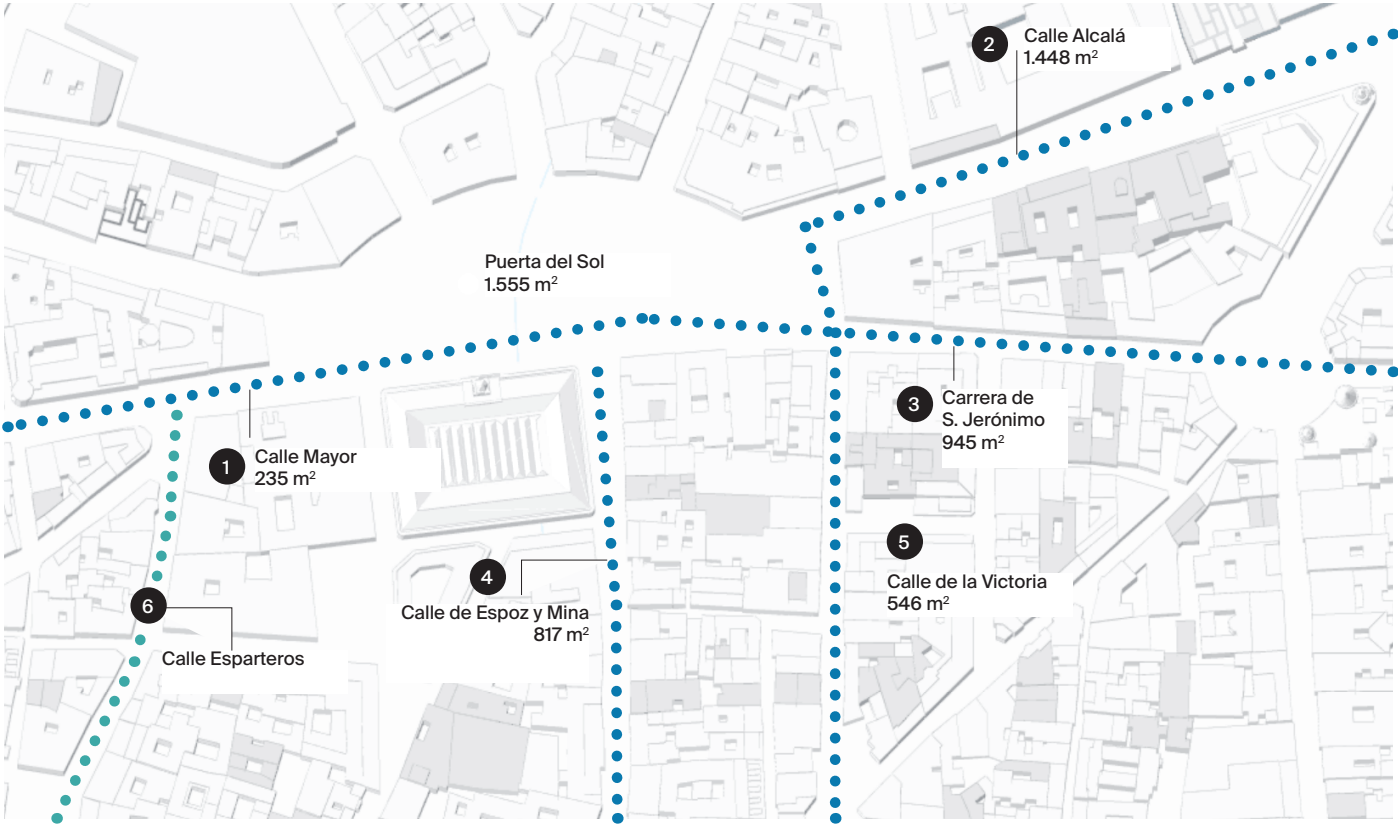
RESUMEN EJECUTIVO

SITUACIÓN ACTUAL Y FUTURA

Puerta del Sol es el corazón e insignia de Madrid, es el centro social de la ciudad y el área comercial por excelencia junto con la calle Preciados. En su plaza concurren varias de las calles mas auténticas y transitadas de la capital tales como la calle Preciados, la de Alcalá, Mayor o Arenal. En agosto de 2020, la Puerta del Sol fue peatonalizada por completo. Se trata de una de las medidas tomadas con el fin de mejorar la calidad del aire en la ciudad, según la Estrategia de Sostenibilidad Ambiental

Madrid 360, cumpliendo así con la directiva europea del 21 de mayo de 2008. Con esta peatonalización, los transeúntes de la zona ganan 5.500 metros cuadrados y los vehículos quedan desterrados del km 0. Así pues, la nueva Puerta del Sol es una muestra de cómo será el Madrid del futuro, una ciudad sostenible. Esta nueva medida va a favorecer de forma significativa el flujo de tráfico peatonal en la zona y despertará el interés de futuros inversores y operadores en la Puerta del Sol.

- Nuevas zonas peatonales**
- Cambio de sentido**
1. Calle Mayor a su paso por la Puerta del Sol
 2. Calle Alcalá entre Calle Sevilla y la Puerta del Sol
 3. C. de San Jerónimo entre Plaza de Canalejas y la Puerta del Sol
 4. Calle Espoz y Mina entre Calle de la Cruz y Carrera de San Jerónimo
 5. Calle Victoria entre Calle de la Cruz y Carrera de San Jerónimo
 6. Calle Esparteros



UNA NUEVA PUERTA DEL SOL

ESTABLECIMIENTOS Y PROYECTOS EN DESARROLLO EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

KEY PLAN

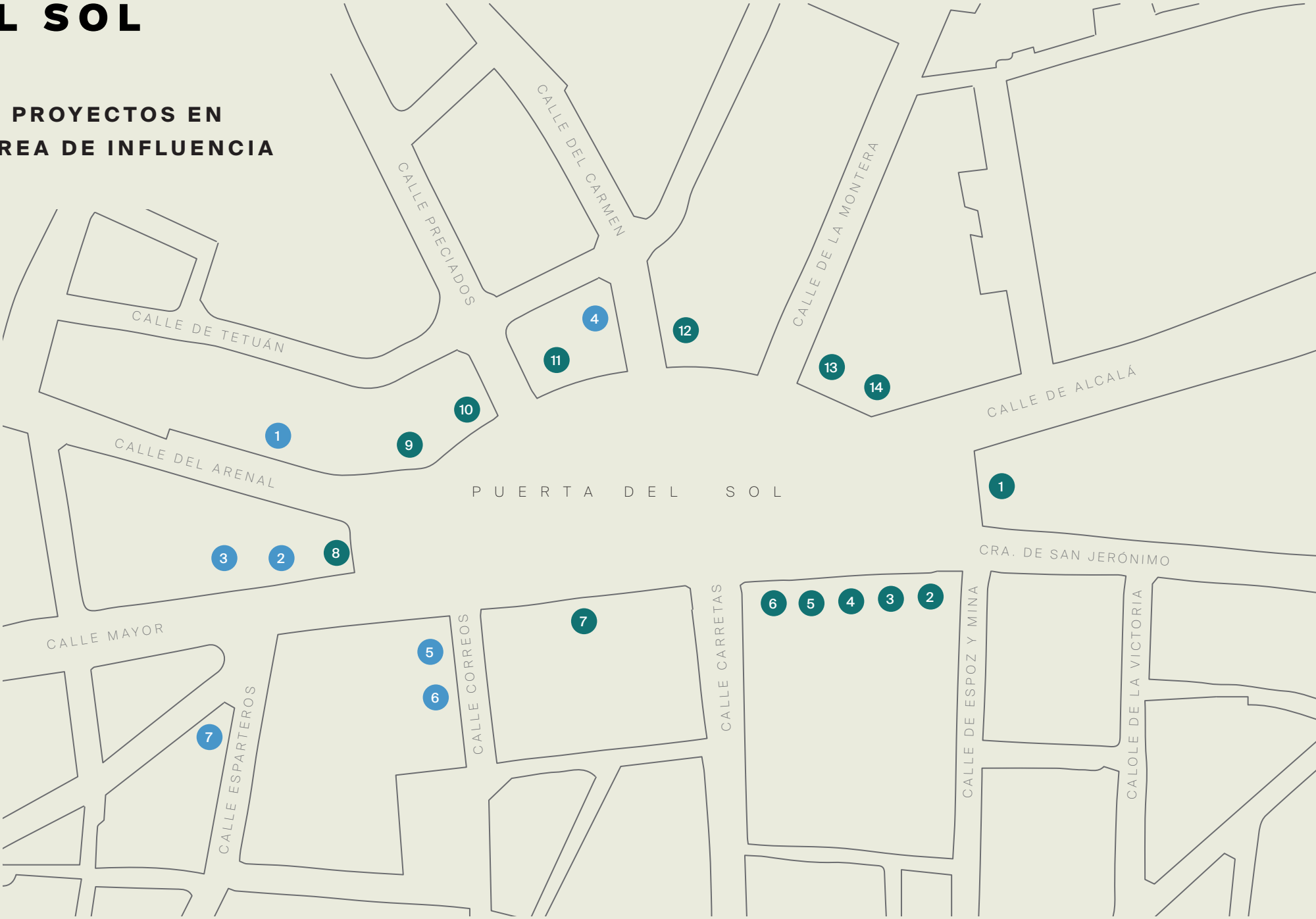
Puerta del Sol

- 1. Apple **
- 2. Sol Souvenirs / Ria Money Transfer
- 3. Vips
- 4. Marypaz / Parfois
- 5. Local disponible / Centro Turismo Sol
- 6. Sergeant Major / Zap Shop
- 7. Palacio Real Casa de Correos*
- 8. La Mallorquina / Ria Money Transfer
- 9. Disponible
- 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

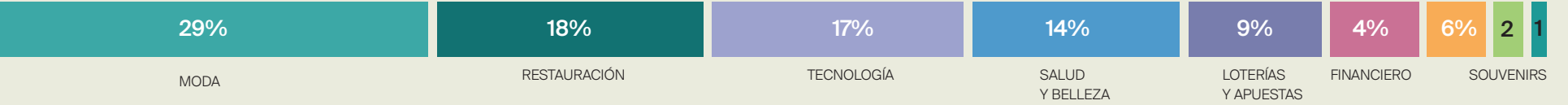
Calles adyacentes

- 1. Body Shop. 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

* No contabiliza como superficie comercial
** Debido a la crisis sanitaria estos locales permanecen cerrados

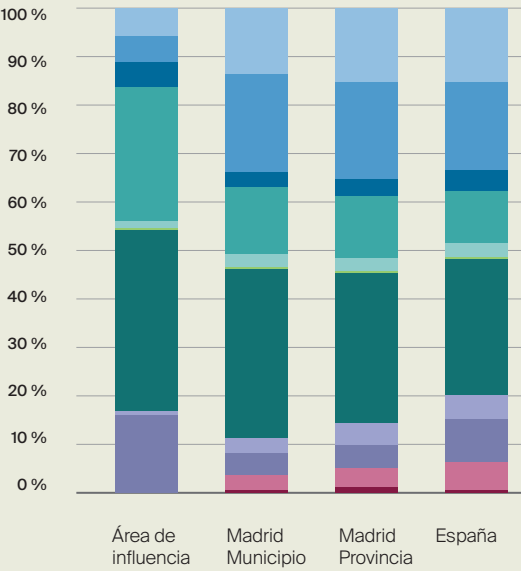


(Porcentajes basados en superficie comercial)



Comparativa por categorías de comercio en el área de influencia* en relación a Madrid municipio, Madrid provincia y España

- Academias
- Alimentación
- Alojamiento
- Automóvil
- Bares y restaurantes
- Centros comerciales
- Hogar y oficina
- Moda
- Ocio
- Salud y belleza
- Servicios



Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink.
*Área de influencia: un radio de 5 minutos andando desde Puerta del Sol.

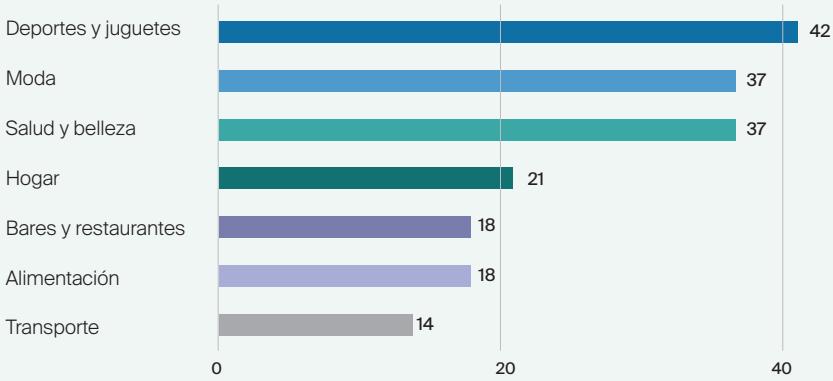
Analizando las diferentes categorías de comercios presentes, observamos como a nivel nacional, la restauración seguida de los centros de salud y belleza son los que predominan en España, con alrededor de un 30% y un 20% de la oferta respectivamente. El sector de servicios le sigue de cerca con un 15%, y en cuarto lugar se encuentran los comercios de moda, con más de un 10% de presencia en este área. Esta situación es bastante similar si analizamos los datos tanto en la provincia como en el Municipio de Madrid. Concretamente en el área de influencia de Puerta del Sol se observa que la restauración sigue siendo el sector con mayor oferta en la zona, con casi un 40%, seguido por los locales comerciales destinados a la moda con alrededor de un 30%. También existen varios alojamientos que representan un poco más del 15% de la oferta de la zona.

RITMO DE VENTAS

Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

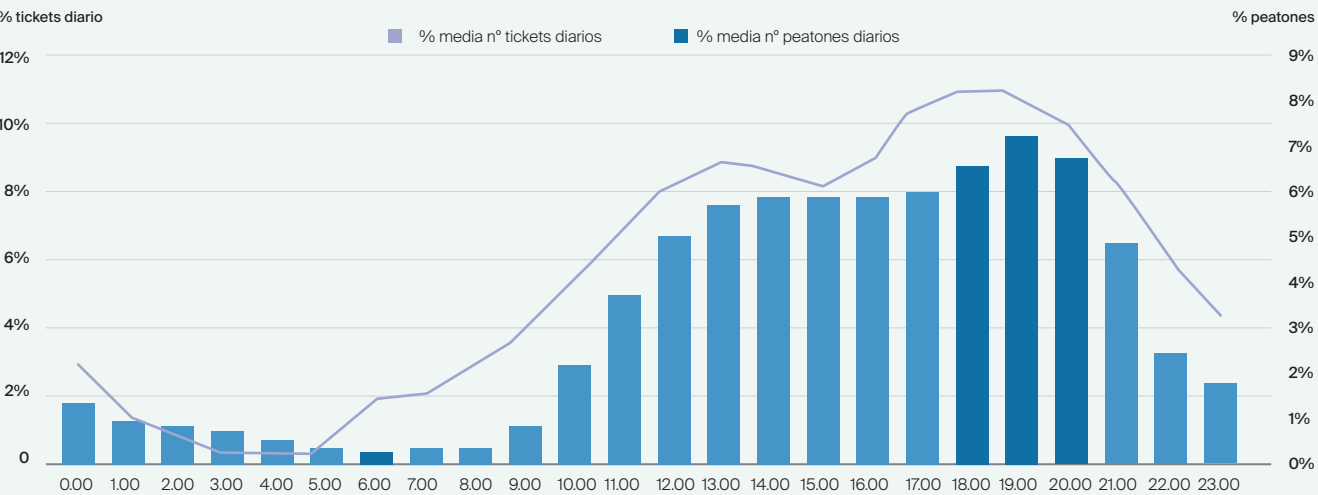
Con un tráfico peatonal diario de unas 25.000 personas de media en solo 11.000 m² de superficie, la Puerta del Sol y su entorno más cercano tienen una mayor actividad comercial en la franja horaria que abarca desde las 18h hasta las 20h, siendo de 19h a 20h donde se registra el pico más alto del día. La tendencia es muy similar en el análisis por número de peatones en la zona, como es natural, si bien es en la franja de 18h a 19h donde se sitúa el pico mayor. Este dato revela que por las tardes la zona se convierte en una zona para pasear y comprar de forma más relajada que por ejemplo a las 15h, donde se observa una bajada en la curva del tráfico peatonal a pesar de que no se refleja en el número de tickets. Esto parece indicar que se trata de una

Ticket medio por categoría (€)



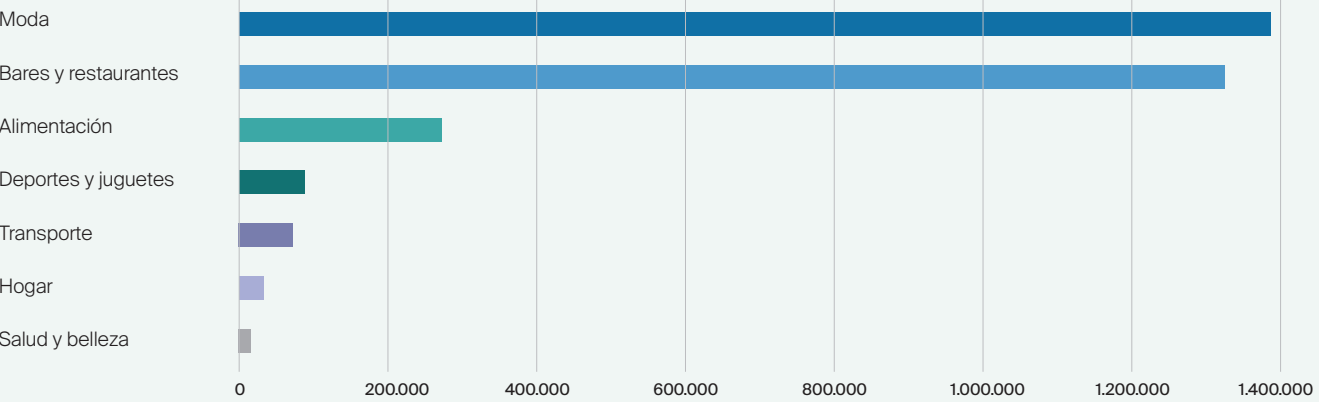
Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink. Estudio sobre área de influencia, desde el periodo comprendido entre el 1 de septiembre de 2019 y el 31 de agosto de 2020. Hay que tener en cuenta que la escasa actividad de los meses de marzo, abril y mayo debidos al confinamiento en España, hace que la gráfica pueda mostrar valores inferiores a los que se hubieran dado en un periodo normal.

Evolución nº de tickets y tráfico peatonal por hora en área de influencia



Fuente: INE. Los datos de 2020 son provisionales. El cierre de establecimientos hoteleros por la gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19, ha generado que 2020 no sea un año con cifras comparables a la tendencia normal de otros años, sobre todo desde el mes de marzo hasta junio de 2020, donde la actividad ha sido prácticamente nula debido al confinamiento.

Nº de tickets por categoría



Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink. Estudio sobre área de influencia, desde el periodo comprendido entre el 1 de septiembre de 2019 y el 31 de agosto de 2020. Hay que tener en cuenta que la escasa actividad de los meses de marzo, abril y mayo debidos al confinamiento en España, hace que la gráfica pueda mostrar valores inferiores a los que se hubieran dado en un periodo normal.

compra más pensada y menos impulsiva en ese momento del día. La mayor diferencia de ambos parámetros se observa por las mañanas y al cierre de los grandes comercios por la noche, registrando la zona un aumento peatonal más importante desde las 7h de la mañana y bajando de forma más leve a partir de las 21h.

El ticket medio diario por sectores refleja que la moda y las compras de artículos de salud y belleza, mantienen la media que se venía registrando en la zona de 37€. Por encima se sitúan los artículos deportivos y juguetes, que alcanzan los 42 € por ticket medio. La demanda en este tipo de artículos se ha visto fortalecida a raíz del confinamiento que ha fomentado el uso de estos productos.

A pesar de tener uno de los tickets medios más elevados de la zona en comparación con otras categorías, es también en la moda donde ha habido un mayor número de transacciones registradas durante los últimos meses, con cerca de 1,4 millones de transacciones, seguida de cerca por los bares restaurantes, con 1,3 millones de transacciones, aunque en este caso el ticket medio baja a 18 euros. Estas dos categorías lideran, por mucho, el número de transacciones que se realizan en la zona.

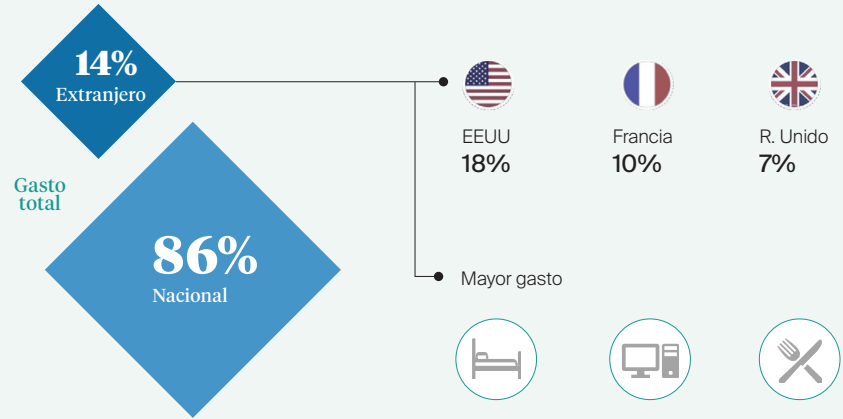
El perfil del consumidor de la zona es un cliente nacional principalmente, representan un 86% del total de consumidores. Dentro

Moda y artículos de salud y belleza, mantienen la media en el ticket medio diario que se venía registrando en la zona, 37€. Por encima se sitúan los artículos deportivos y juguetes, que alcanzan los 42 € por ticket medio.

del 14% que representa al cliente internacional, la principal nacionalidad es la estadounidense, con un 18%, seguida de los compradores de Francia y de Reino Unido, con un 10% y un 7% respectivamente.

Analizando el consumo por nacionalidades, son los estadounidenses quienes invierten mayor cantidad de dinero en alojamiento, mientras que los franceses lo hacen en tecnología y los británicos en restaurantes y bares.

Origen de los consumidores

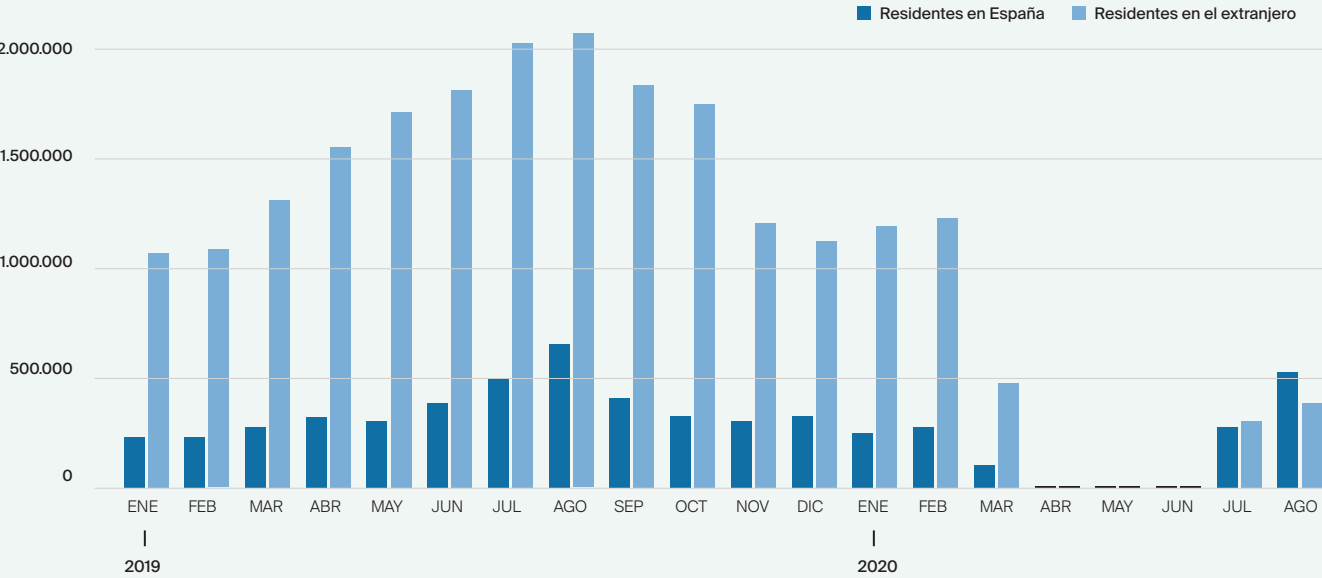


Fuente: Knight Frank Research a partir de datos de Geoblink. Estudio sobre área de influencia, desde el periodo comprendido entre el 1 de septiembre de 2019 y el 31 de agosto de 2020. Hay que tener en cuenta que la escasa actividad de los meses de marzo, abril y mayo debidos al confinamiento en España, hace que en la gráficas puedan variar los datos que se hubieran dado en un periodo normal.

UNA VIDA HOTELERA DE 5 ESTRELLAS

ESTABLECIMIENTOS Y PROYECTOS EN DESARROLLO EN PUERTA DEL SOL Y ALREDEDORES

Pernotaciones en establecimientos hoteleros 5* en España por lugar de residencia



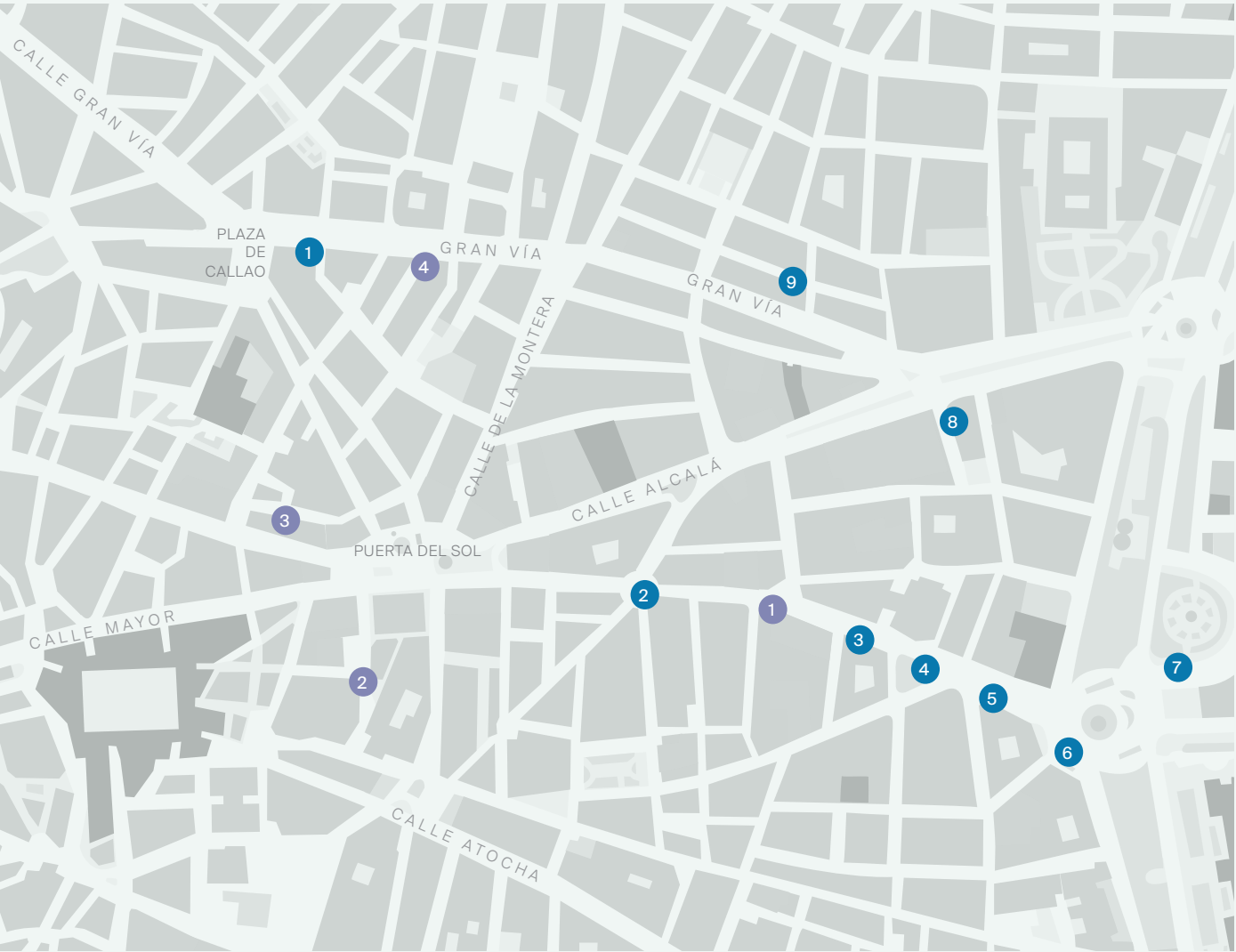
Fuente: INE. Los datos de 2020 son provisionales. El cierre de establecimientos hoteleros por la gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19, ha generado que 2020 no sea un año con cifras comparables a la tendencia normal de otros años, sobre todo desde el mes de marzo hasta junio de 2020, donde la actividad ha sido prácticamente nula debido al confinamiento.

La Puerta del Sol se caracteriza por ser el punto más representativo por excelencia del turismo nacional y a su alrededor se encuentra un escenario comercial, de ocio y hotelero mucho más desarrollado, y de mayor nivel, que el que había hace algunos años. En las últimas décadas, la zona centro de Madrid ha vivido una gran transformación que ha posicionado a la capital como una de las ciudades europeas con un centro neurálgico más atrayente para el turismo internacional.

Debido a este gran atractivo, a la remodelación comercial y a las últimas actuaciones y mejoras urbanísticas en la zona, grandes inversores del sector hotelero de lujo han apostado por ella y a día de hoy se puede encontrar una amplia oferta de hoteles de cinco estrellas. Hyatt o Urban están presentes en la zona, así como los históricos Palace y Ritz (ahora Mandarin Oriental Ritz) a tan solo un paseo de unos 15 minutos desde la Puerta del Sol. Sin duda uno de los establecimientos hoteleros

más destacados es el recientemente inaugurado, Hotel Four Seasons de Madrid. Además de pasar a ser el hotel de lujo más cercano a la misma plaza de la Puerta del Sol, el complejo también alberga una galería comercial con 45 tiendas selectas, siendo Hermés la primera firma en inaugurar, y 22 lujosas viviendas con los servicios 5* del hotel. Con una impresionante remodelación de un conjunto de edificios históricos, el Four Seasons Madrid forma parte de una etapa mar-

Hoteles 5* en Puerta del Sol y alrededores



*El Mandarin Oriental Ritz se encuentra en obras por remodelación.

cada por las inauguraciones de hoteles de alta gama en el corazón de Madrid que continuarán durante los próximos meses en la capital con algunos como el hotel Marriott, que abrirá en la Carrera de San Jerónimo o The Madrid Edition en la Plaza de Celenqueo. También se inaugurará un nuevo CR7 en plena Gran Vía, que si bien se tratará de un establecimiento de lujo, aún no se ha comunicado el número de estrellas que tendrá. En la mayoría de los casos, para la creación de estos nuevos hoteles se apuesta por la rehabilitación de antiguos edificios, siendo necesario

realizar un cambio de uso. Siendo este el caso del antiguo Teatro Albéniz transformado en Iberostar Teatro Albéniz, otro de los hoteles de 5* inaugurados en la zona y el segundo en Madrid de esta cadena hotelera. El proyecto contempla la conservación del antiguo teatro. A pesar de la crisis sanitaria, y la inevitable ralentización económica a nivel mundial, Madrid tiene todo el potencial para retomar con fuerza su vida turística y esta transformación de su modelo hotelero y de ocio dará respuesta a una demanda que es cada vez más exigente.

HOTELES 5*

- Hyatt Centric Gran Vía
- Four Seasons Hotel Madrid
- Urban Hotel GL
- Villa Real
- The Westin Palace
- NH Collection Madrid Paseo del Prado
- Mandarin Oriental Ritz*
- NH Collection Madrid Suecia
- The Principal Madrid Hotel

FUTURAS APERTURAS 5*

- Marriot W
- Iberostar Teatro Albeniz
- The Madrid Edition
- CR7 Gran Vía (por determinar calificación de estrellas)

MARKET OVERVIEW

ÁREA DE INFLUENCIA

RENTAS

En una situación normal, gracias a la peatonalización de Puerta del Sol las rentas de los locales comerciales de la zona experimentarían un aumento. Sin embargo, debido a la pandemia vivida en la actualidad y aunque aun no existen suficientes comparables para corroborarlo con seguridad, se estima que las rentas de las principales arterias comerciales de la capital se estarían viendo reducidas entre un 10 y 20%. Se prevé que el impulso de la peatonalización en las rentas de Puerta del Sol comience a ser notable en el medio plazo, ya que se espera un crecimiento de la demanda de grandes marcas que querrán ubicar sus establecimientos en este área tan privilegiada.

INVERSIÓN

Teniendo en cuenta la inversión en el área de influencia durante los últimos cinco años y el primer semestre de 2020, analizando los datos referentes al volumen de inversión, lideran los

fondos de inversión con alrededor del 40% del total. En cuanto al número de operaciones realizadas en este periodo, también son éstos los líderes, representando más del 45% del total.

Los inversores privados lideran en cuanto al análisis realizado de superficie adquirida, con casi un 45% y ocupando la segunda posición en cuanto al volumen de inversión, registrando casi un 30%.

Las compañías inmobiliarias ocupan el segundo lugar en cuanto al número de operaciones, con cerca del 30% del total de las operaciones firmadas durante 2015 y mitad del 2020.

Con la peatonalización de la zona el aumento de los viandantes será evidente. Con ello se convertirá en un lugar mucho más transitable y con menor contaminación, entre otros cambios, lo que hará que sean muchos los inversores que tengan puesto su foco en este área. Así mismo, los propietarios de activos en la zona verán como éstos se van revalorizando.

Rentas y tendencia*

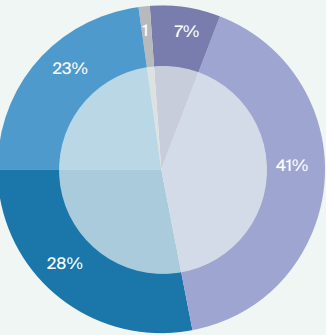
Zonas centro (T3 2020)

	T3 2020	TENDENCIA
Preciados	290	▼
Puerta del Sol	300	▼
Serrano	300	▼
Gran Vía	290	▼
Fuencarral	200	▼

Fuente: Knight Frank Research
*Estimación basada en un local tipo de 200 m² en planta baja.

Volumen de inversión

Área de influencia. 2015 - T2 2020

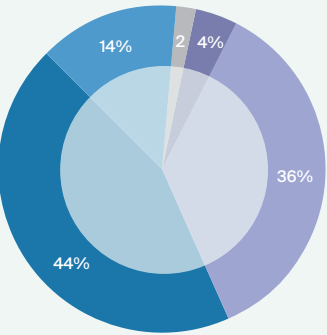


Fuente: Knight Frank Research

Institucionales

Superficie adquirida

Área de influencia. 2015 - T2 2020

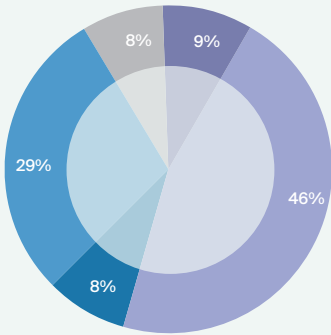


Fondos de Inversión

Privado

Número de operaciones

Área de influencia. 2015 - T2 2020



Compañías inmobiliarias

Socimis





Gran Vía, Madrid

ARTERIAS COMERCIALES A NIVEL INTERNACIONAL

Incluso en la situación actual, con la pandemia de la Covid-19, la ubicación de las tiendas físicas continúa siendo una pieza clave para el mercado del retail. Las grandes firmas demandan cada vez más que la situación de sus locales sea la mejor ayudando así a maximizar sus beneficios y compensando las altas rentas que se llegan a pagar en el centro de las ciudades.

Via Montenapoleone, Milán



Entre las grandes arterias comerciales de las principales ciudades destacan ejemplos tales como **Londres** con calles comerciales de gran importancia como Oxford Street o Knightsbridge, encontrándose en esta última tiendas tan famosas como Harrods. Muchas firmas de lujo como Versace o Chanel se sitúan en Bond Street. Y por último destacar la animada zona de Covent Garden así como la famosa calle en la que se sitúa la gran tienda de juguetes Hamleys, Regent Street. La zona comercial más famosa y exclusiva de **París** es la avenida de Los Campos Elíseos donde se encuentra el llamado “triángulo de oro”. También Rue de Rivoli es una de las más destacadas por poder encontrar de todo gra-

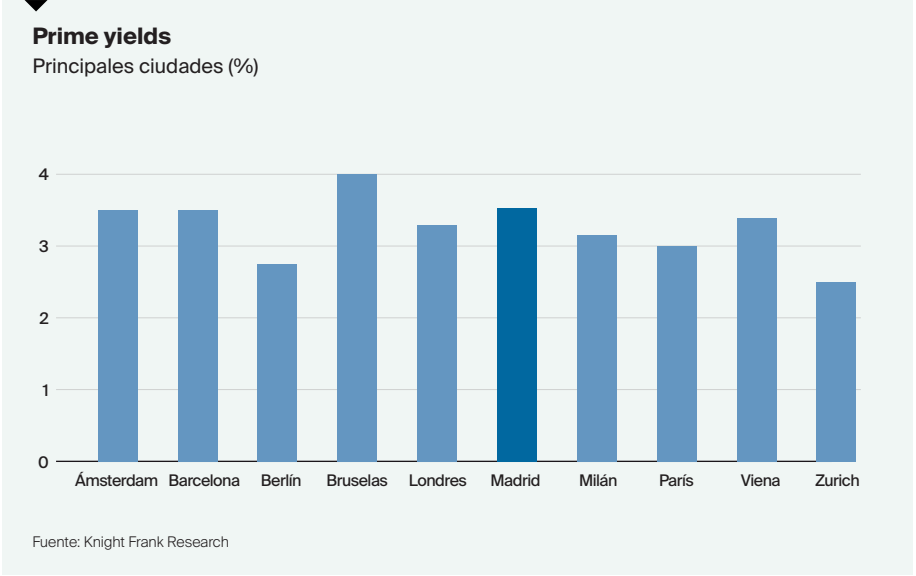
cias a su gran número de tiendas. O una pequeña calle, Avenue Montaigne, que cuenta con las tiendas más sofisticadas de la ciudad, como Gucci o Louis Vuitton. **Milán**, una de las capitales mundiales de la moda, posee la emblemática calle Via Montenapoleone, una de las más lujosas del mundo con grandes firmas de lujo como Dior o Cartier. Otra de las vías más comerciales, pintorescas y exclusivas de esta ciudad es la de Corso Venezia que cuenta con marcas tanto nacionales como internacionales o el Corso de Buenos Aires, que además es la calle más larga de Europa. Situada en pleno corazón de **Bruselas** se encuentra su calle comercial más grande,



Oxford Street, Londres

Rue Neuve, en la cual el número de turistas diarios es elevado y donde se alojan numerosas marcas internacionales. Las avenidas de Louise y Toison d’Or que se cruzan entre ellas son de las más exclusivas de la ciudad, donde se encuentran conocidas firmas de moda así como famosas chocolaterías.

En la capital de nuestro país destacan las calles comerciales como la peatonalizada y muy animada Preciados o la arteria principal del barrio de Salamanca, Serrano, como una de las más exclusivas de España. Pero sin duda la calle más conocida y transitada de la ciudad de Madrid es la Gran Vía, donde aparte de la cantidad de tiendas que posee alberga un gran número de restaurantes, cafés e históricos cines y teatros.



Rue Neuve, Bruselas

En cuanto a las rentabilidades prime en retail, Madrid ocupa una de las primeras posiciones situándose en 3,50%.



Campos Elíseos, París

Analizando diferentes ciudades emblemáticas por sus famosas calles con gran atractivo para el turismo de compras y comparándolas con la capital española, observamos como las rentas prime de los locales comerciales de París cuentan con el liderazgo, llegando a alcanzar los 20.000 €/m²/anuales, seguidas de Milán y Londres con rentas prime anuales cercanas a los 10.000 €/m²/anuales.

Entre las dos principales ciudades españolas, Madrid se encuentra por encima de Barcelona y en el sexto puesto de esta comparativa, registrando unos 3.600 €/m²/anuales.

En cuanto a las rentabilidades prime en retail, Madrid ocupa una de las primeras posiciones situándose en 3,50%, siendo sólo superada por Bruselas, con una yield de un 4,00%, e igualada por Ámsterdam o Barcelona que registran la misma rentabilidad de un 3,50%. Un dato que refleja que Madrid es en estos momentos una de las ciudades más competitivas del mercado europeo.

Retail

Elaine Beachill

Head of Alternative Asset Classes & Retail

+34 600 919 016

Elaine.Beachill@es.knightfrank.com

Research

Rosa Uriol

Head of Research

+34 600 919 114

Rosa.Uriol@es.knightfrank.com

Las publicaciones de Knight Frank Research están disponibles en
español: knightfrank.es/investigacion-de-mercados y en
inglés: knightfrank.com/research



Knight Frank Research proporciona asesoramiento estratégico, servicios de consultoría y previsiones a un amplio abanico de clientes en todo el mundo, incluidos promotores, inversores, organismos financieros, instituciones corporativas y cualquier otra tipología de cliente con necesidades inmobiliarias específicas. Aviso importante: © Knight Frank España, S.A.U. 2020. 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. Nuestro domicilio social se sitúa en Suero de Quiñones 34, 28002 Madrid.