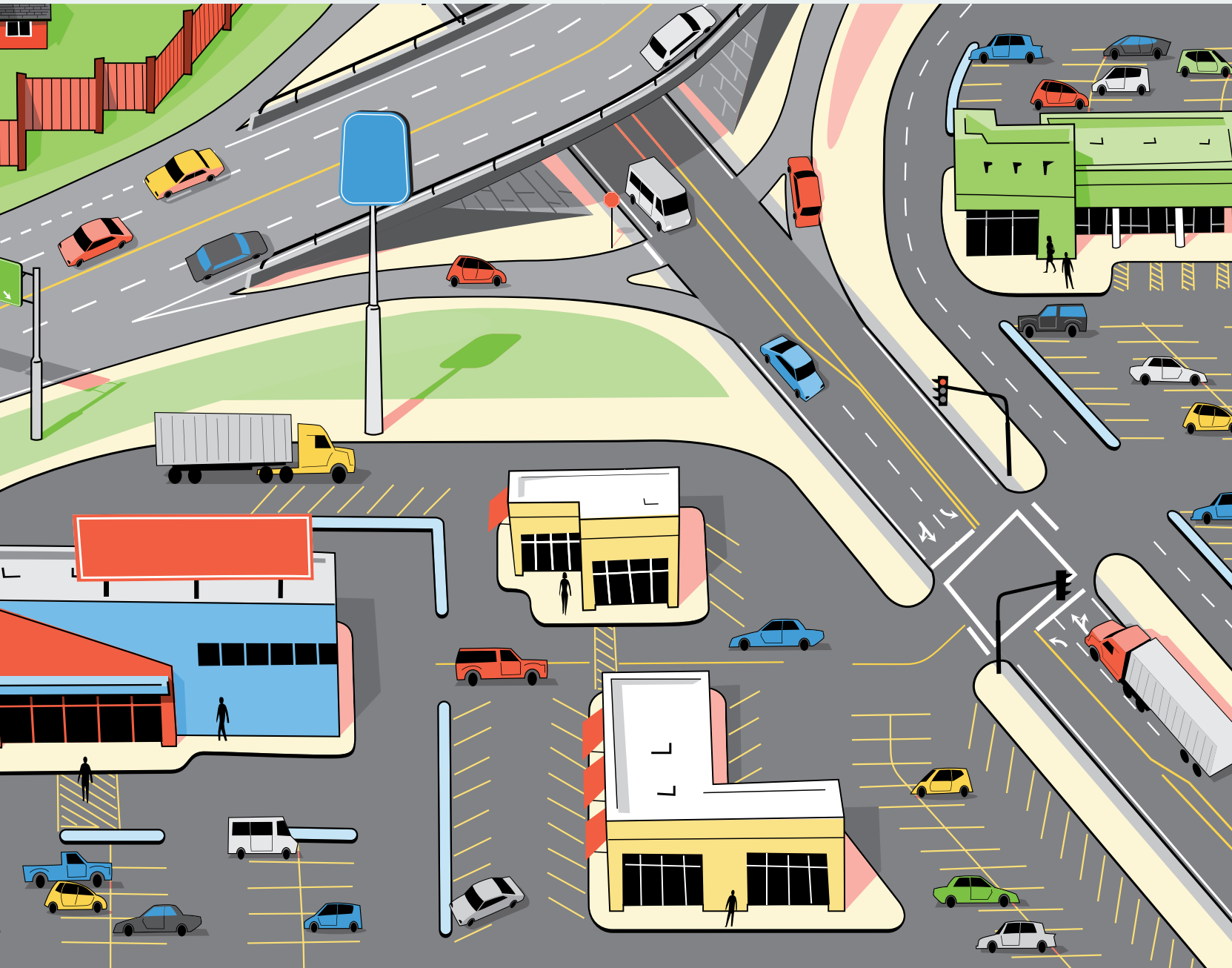
Situación actual | Stock | Rentas | Inversión | Logística & Retail

Knight Frank

Retail Parks

Market Outlook. 2021

knightfrank.es/investigación-de-mercados



DEPOT PACK

SITUACIÓN ACTUAL Y FUTURA

Los parques comerciales se posicionan como un activo muy atractivo tras demostrar su resiliencia ante la crisis sanitaria, esperando que su buena marcha y funcionamiento continúe reforzando el papel del retail en el sector inmobiliario.

Si bien el sector del retail ha sufrido las consecuencias de la pandemia, algunos de sus segmentos como el de los parques comerciales han visto reforzado el interés de los inversores sobre todo los más atractivos y orientados hacia el ocio y experiencias.

Durante los últimos meses, los consumidores se han decantado por realizar sus compras en sitios que ofrezcan sus servicios en zonas con mayor amplitud y espacios más abiertos. De hecho, tras el confinamiento, se observó como las compras en este segmento se recuperaron antes que en el resto de los espacios comerciales, mostrando así su fortaleza ante esta crisis sanitaria. También su sinergia con el sector logístico ha reforzado este mercado, gracias al auge del comercio electrónico y a su necesidad de adaptar sus servicios a la nueva demanda.

Las expectativas en cuanto a la situación económica española se encuentran ligadas tanto al ritmo de contagios y de vacunación como al conocimiento aprendido del comportamiento del virus, gracias a ello se espera que durante 2021 la recuperación vaya siendo un hecho.

Para el segmento de los parques comerciales se espera que su crecimiento continúe durante este próximo año y que el interés por parte de los inversores también sigan aumentando, ya que hoy en día existen muchas operaciones en marcha que auguran unas cifras positivas.

TOP MAYORES PARQUES COMERCIALES EN ESPAÑA

MEGAPARK BARAKALDO (VIZCAYA)

SBA: 127.772 m²
Nº de comercios: 76
Nº plazas de aparcamiento: 7.800
Locomotora de alimentación: Mercadona
Principales comercios: Ikea, Leroy Merlin, Decathlon, etc.

LUZ SHOPPING JEREZ (CÁDIZ)

SBA: 126.500 m²
Nº de comercios: 91
Nº plazas de aparcamiento: 6.000
Locomotora de alimentación: Alcampo
Principales comercios: Ikea, Decathlon, Outlet El Corte Inglés, etc.

MEGAPARK SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES (MADRID)

SBA: 108.470 m²
Nº de comercios: 44
Nº plazas de aparcamiento: 4.600
Locomotora de alimentación: Carrefour
Principales comercios: Ikea, Leroy Merlin, Media Markt, etc.

Fuente: Knight Frank Research | AECC

STOCK

Según la AECC actualmente en España existen 75 parques comerciales que suponen una superficie bruta alquilable de alrededor de 2,1 millones de metros cuadrados.

Los parques comerciales de mayores dimensiones en España superan los 100.000 m² situándose el mayor en Vizcaya (Megapark Barakaldo) con cerca de 130.000 m², seguido de Cádiz (Luz Shopping) con más de 125.000 m², y de Madrid (Megapark de San Sebastián de los Reyes) con casi 110.000 m².

Tanto por SBA como por número de centros, las comunidades españolas con más representación de parques comerciales son Andalucía y la Comunidad Valenciana seguidas de Madrid, Cataluña y País Vasco. Analizando la SBA por provincias, lidera Madrid, seguida por Valencia y Sevilla.

Respecto a la densidad comercial de las provincias españolas, es en Toledo donde se registra una mayor con 133 m² por cada mil habitantes. Esta ciudad registra una población de alrededor de los 700.000 habitantes, muy lejos de los casi 7 y 6 millones que registran Madrid y Barcelona, pero sólo Toledo cuenta con cerca de 95.000 m² de SBA en parques comerciales. Destaca el parque comercial Abadía con casi 55.000 m²

A pesar de que 2020 ha sido un año marcado por la pandemia, sobre todo para el mercado del retail, sí se han dado varias inauguraciones de parques comerciales en España. Espacios como La Torre Outlet Zaragoza, Bahía Real (Cantabria), Cemar (Almería) o Álcora Plaza (Madrid) se suman a la oferta nacional de parques comerciales. Esta tendencia continuará durante 2021, donde ya hay previstas varias aperturas a lo largo del año de esta tipología de centro.

Las inauguraciones de espacios comerciales en 2020 las han protagonizado los parques comerciales, un auge que continuará durante 2021, y seguramente durante los próximos años dadas las características principales de estos centros: zonas al aire libre y una oferta acorde con la demanda actual

Parques comerciales por superficie SBA. (%)
2020

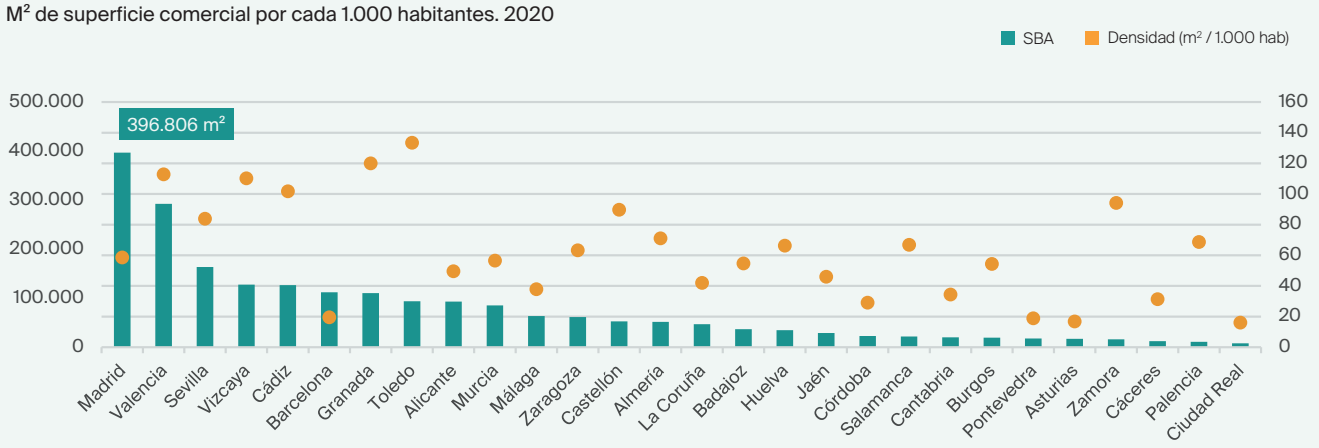
Fuente: Knight Frank Research | AECC
*Resto de superficies comerciales incluye Centros Comerciales, Hipermercados, Outlets y Centros de Ocio.

RENTAS

La renta media prime en Madrid se ha mantenido estable en el segmento de los parques comerciales registrando unos 13 €/m²/mes, frente a los 50 €/m²/mes de los centros comerciales y a los 290 €/m²/mes de high street.

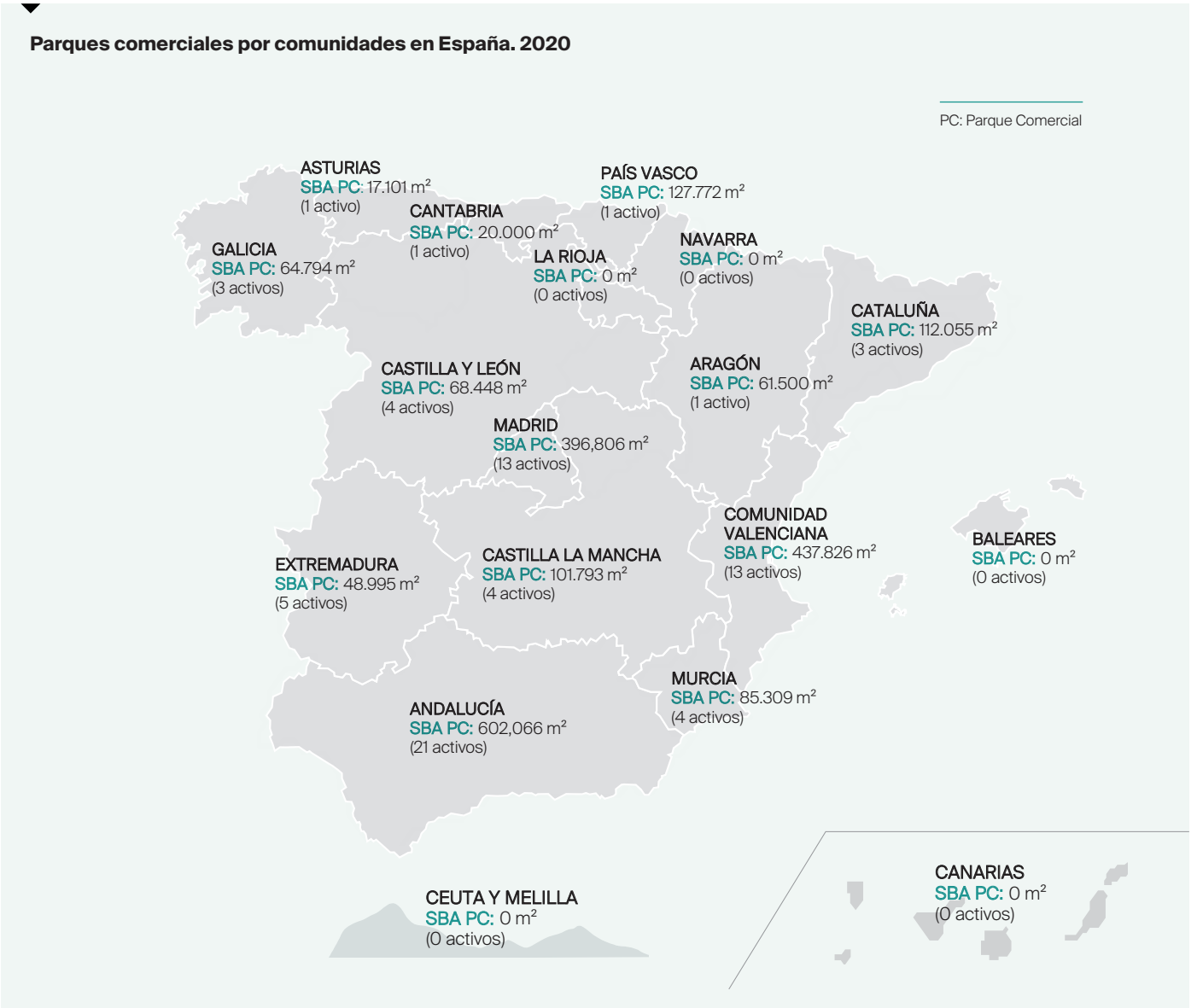
Hasta la fecha no se ha producido un impacto drástico que haya variado los niveles de rentas como resultado de la reciente crisis sanitaria, aunque algunos propietarios han tenido que ofrecer bonificaciones, carencias y aplazamientos de rentas a algunos operadores. Si bien, la colaboración entre propietarios y operadores ha sido un punto clave que ha hecho que la forma de actuar fuera más dinámica dentro de la incertidumbre y ha ayudado también a que a que la adaptación a la nueva situación haya sido más fácil.

Parques comerciales España – Densidad comercial por provincias
M² de superficie comercial por cada 1.000 habitantes. 2020



Fuente: Knight Frank Research | AECC | INE

Parques comerciales por comunidades en España. 2020



Principales aperturas recientes o futuros parques comerciales - 2021

PLAZA COSLADA (MADRID)

Recientemente inaugurado, el edificio comercial que ocupa los terrenos de la antigua fábrica de Industrias Garaeta, cuenta con más de 28.000 m² y dispone de seis salas de cine.

LOS PATIOS DE AZAHARA

Se retoma el proyecto comercial que comenzó en 2008 con el desarrollo de dos edificios para completar un complejo que ya cuenta con Leroy Merlin, Decathlon y McDonald's.

WAY OURENSE

Se prevé su inauguración a finales de 2021 o principios de 2022. Con una superficie comercial proyectada de 18.000 m², será un referente comercial en la ciudad gallega.

INVERSIÓN

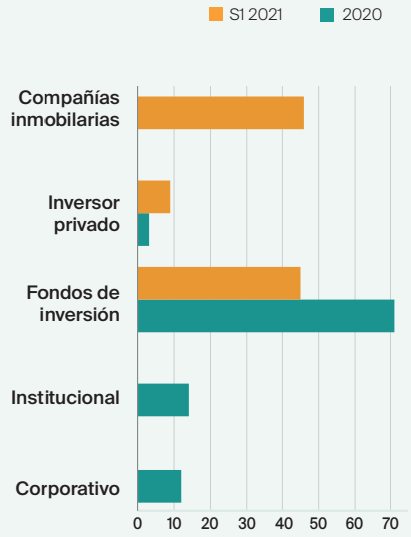
VOLUMEN DE INVERSIÓN

Los parques comerciales cerraron 2020 con una inversión total de alrededor de 300 millones de euros, casi un 120% más si lo comparamos con 2019 y un 35% superior a 2018. Se observa un aumento de interés en este tipo de activos por su resiliencia y la sinergia con el sector logístico.

Una de las grandes operaciones que se registraron en 2020 fue la compra, en concepto sale & leaseback, de 15 activos en España y Portugal (42 a nivel europeo) por más de 200 M € por parte del fondo Batipart. La cartera se encuentra arrendada en su totalidad a las marcas especialistas de bricolaje Leroy Merlin, Bricomart, Weldom y Aki.

En el primer semestre del 2021 el volumen de este segmento ha representado más del 15% del total, registrando alrededor de 110 millones de euros. En este periodo de 2021 también han destacado operaciones como la compra por parte de la sueca Sagax del Ikea de Palma de Mallorca por unos 50 millones de euros.

Tipo de inversor de parques comerciales



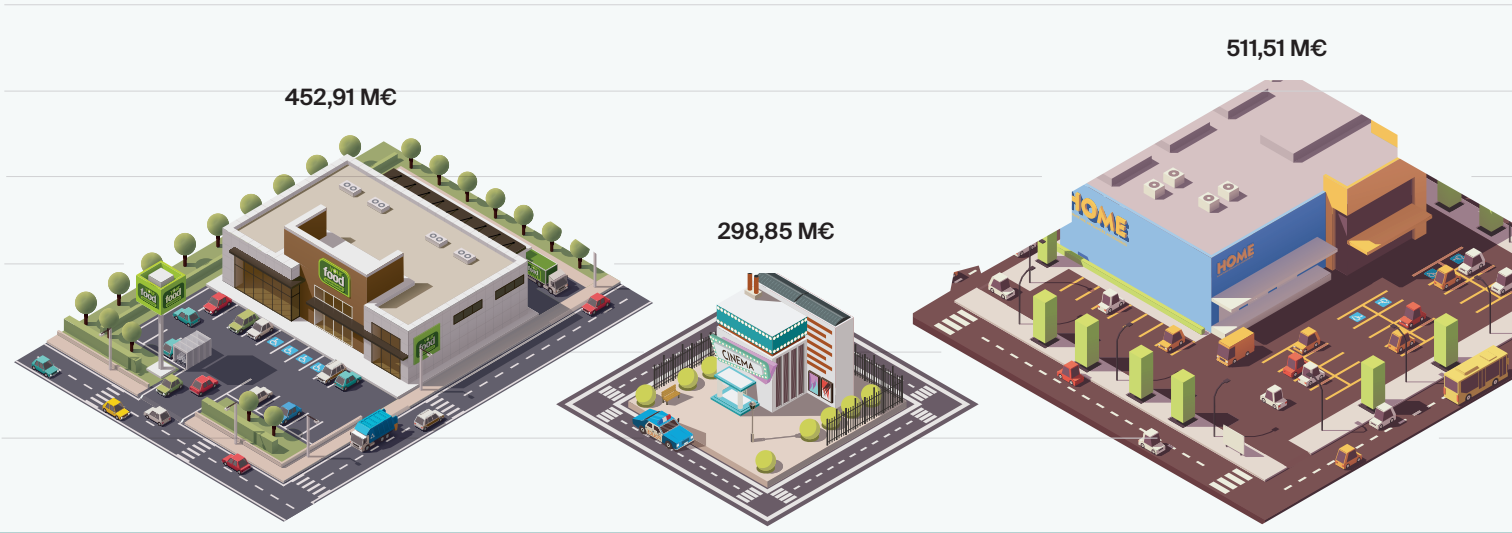
Fuente: Knight Frank Research

TIPO DE INVERSOR Y RENTABILIDADES

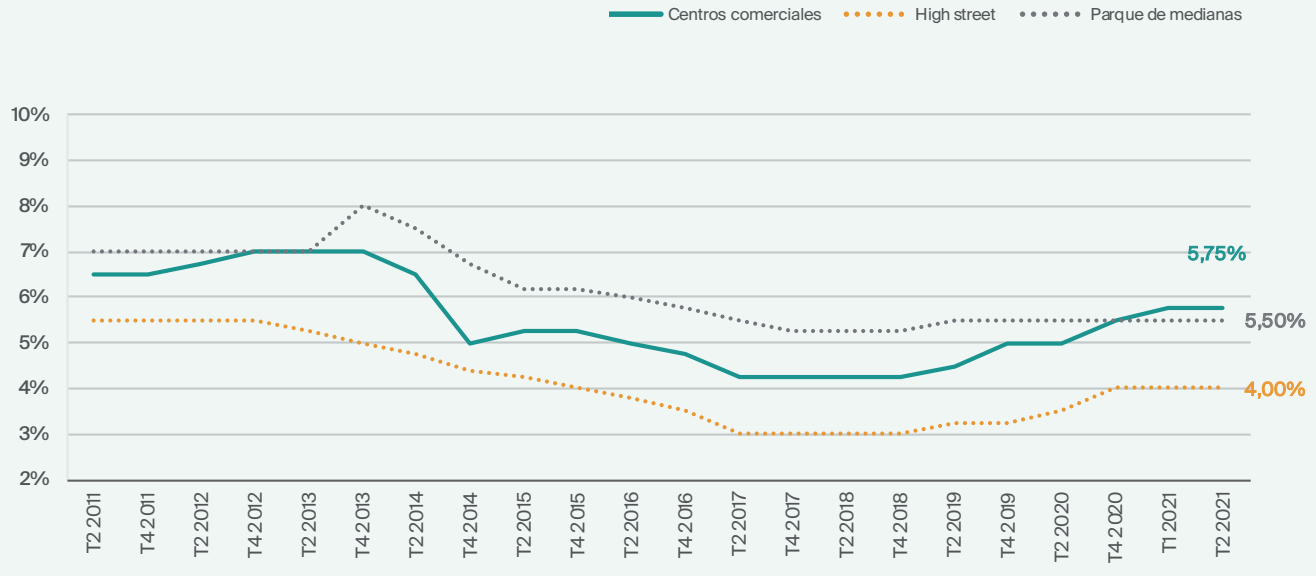
Analizando los tipos de inversores que apostaron por los parques comerciales durante el 2020 prevalecen los fondos de inversión, con alrededor de un 70% del volumen. Los institucionales y los inversores corporativos también representan buena parte de los compradores, con alrededor de un 15% y un 12% respectivamente. Durante el primer semestre del 2021 los más destacados han sido las compañías inmobiliarias seguidas muy de cerca de los fondos de inversión con alrededor de un 45% respectivamente.

La rentabilidad media prime de parques comerciales se ha mantenido estable desde 2019, situándose en un 5,50% en el segundo trimestre de 2021, mientras que las rentabilidades de high street han experimentado una ligera subida a cierre de 2020 hasta posicionarse en un 4% y en el caso de los centros comerciales han ido aumentando ligeramente durante los últimos años hasta situarse en un 5,75%. Esto refleja que los parques comerciales mantienen un sentimiento de seguridad frente al potencial riesgo vislumbrado en high street y centros comerciales.

Inversión parques comerciales
Millones €. 2015 – S1 2021

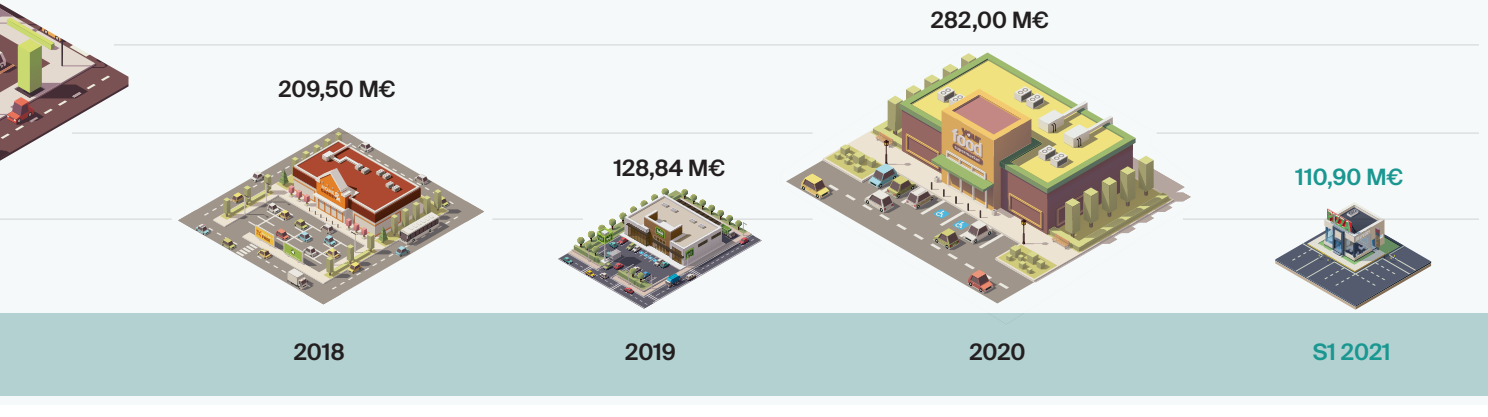


Evolución de la rentabilidad prime Madrid
2011 – T2 2021



Fuente: Knight Frank Research

Fuente: Knight Frank Research



LOGÍSTICA & RETAIL

Cuando se trata de satisfacer a un consumidor de forma inmediata, que demanda más y que reclama una atención completamente ajustada a sus necesidades sin que ello suponga un mayor coste para él, el aumento de traslados, necesario para satisfacer esta demanda, hacen que el tráfico y la contaminación de las grandes urbes se conviertan en un gran quebradero de cabeza. Se trata solo de un recorrido de unos pocos kilómetros desde el centro de distribución hasta el domicilio de entrega, los que presentan la dificultad, pero este inconveniente puede trastocar cualquier intento de entrega eficaz por parte de los operadores logísticos, y el compromiso de entrega en un breve espacio de tiempo que ya ofrece la mayoría de los retailers si quiere ser competitivo. Además del problema existente en este tramo y la gestión de las entregas en momentos de alta demanda, durante el periodo de confinamiento el canal online puso sobre la mesa los aspectos a mejorar como la necesidad de tener un stock adecuado.

Durante todo el año 2020, el e-Commerce en España creció un 6% más que en el año anterior, que fue un año excepcional habiendo facturado un 200% más en comparación con el volumen alcanzado hace 5 años

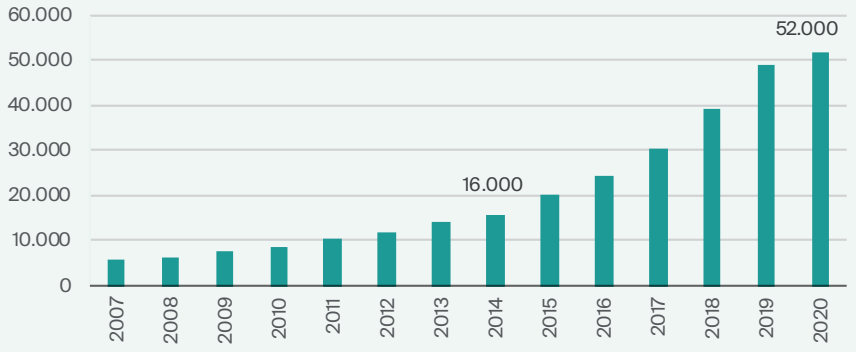
LA PAREJA IDEAL EN TIEMPOS DE ECOMMERCE

Con un objetivo común, la logística y el retail se unen para crear estrategias que permitan solventar el problema. Por ejemplo Grupo Tier y Movilges, han creado Retailware, para poder dar diferentes soluciones tecnológicas, tanto al sector fashion como al de la alimentación, haciendo que los retailers puedan optimizar al máximo su entorno logístico y de movilidad.

Otra de las soluciones podría venir dada estando más cerca del consumidor y creando una cadena de almacenamiento y reparto conveniente con un formato mixto logístico-comercial. Para ello se está trabajando en diferentes modelos de colaboración, como la reconversión de parques comerciales, que en la actualidad se encuentran obsoletos, a hubs logísticos, ayudando con ello a la necesidad de almacenamiento y dando salida así a este tipo de activos que se encontraban perdidos antes de la crisis sanitaria ante el aumento de flagships u otro tipo de tiendas que se centraban en ubicaciones céntricas.

A cierre de 2020 se ha batido un nuevo récord, habiendo alcanzado los casi 52.000 M€ y reflejando algunos cambios en los hábitos de consumo que ya se venían observando

Volumen de negocio e-commerce en España (M€)



Fuente: CNMC Data. Contempla todas las transacciones realizadas a través de internet mediante el pago con las principales tarjetas bancarias que operan en España (Sermepa, 4B y Euro 6000).

Comparativa por sectores de negocio antes y después de la crisis sanitaria

2019

Ramas de actividad con mayor volumen de facturación

- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Transporte aéreo
- Prendas de vestir
- Hoteles y alojamientos
- Juegos de azar y apuestas
- Transporte terrestre de viajeros
- Marketing directo
- Espectáculos artísticos, deportivos y recreativos
- Suscripción canales tv
- Administración pública, impuestos y seg. Social
- Intermediación financiera
- Grandes almacenes
- Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación

2020

Mayor y menor aumento de demanda online durante la pandemia

- Supermercados / hipermercados
- Material deportivo
- Ropa y productos de autocuidado
- Suscripción canales TV
- Farmacias y parafarmacias
- Vino, cerveza y bebidas espirituosas
- Material de oficina y escolar
- Video games

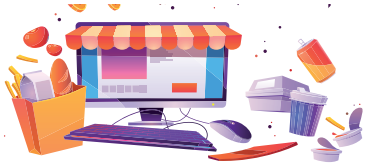
- Agencias de viajes y operadores turísticos
- Hoteles y alojamientos similares
- Transporte aéreo
- Transporte Terrestre de viajeros

Fuente: CNMC Data | Minsait (Indra) "El impacto del COVID-19 en el e-commerce"

La unión de los dos sectores cobra ahora más fuerza que nunca redefiniendo la logística y los parques comerciales con modelos mixtos de distribución. En ambos se está trabajando en estrategias que se complementan entre sí, incluso se fusionan, para ofrecer la mejor experiencia de compra. Partiendo de la base de que se trata con un cliente exigente al máximo, y sabiendo que la experiencia online exige mínimos fallos, logística y retail trabajan de la mano con el objetivo de fidelizar a un público omnicanal, que hace un consumo muy superior frente al cliente solo presencial.

Logística

- Mayor desarrollo de puntos de entrega como las taquillas en zonas públicas o los buzones inteligentes en comunidades o edificios de oficinas.
- Más importancia a la sostenibilidad con nuevos modelos como la repercusión del coste logístico al cliente si la entrega es en su domicilio.
- Mejoras importantes en tecnología que permitan un control más exacto del inventariado así como mejores predicciones de demanda y de tiempos de entrega.
- La micromovilidad con vehículos pequeños sostenibles como coches eléctricos, bicicletas y patinetes, o el reparto nocturno permite entregas eficaces en zonas urbanas.
- Nacen alianzas de retailers con empresas de envíos para ofrecer posibilidades de entregas hiperpersonalizadas, ofreciendo la posibilidad de entregar todos los días del año a cualquier hora gracias a la unión de la red de tiendas y a los métodos de transporte.
- Más importancia a las plataformas de e-commerce y a su equipación que permita una mayor agilidad y versatilidad en los procesos de distribución.



Retail

- El click and collect cobra mayor relevancia y los operadores y las tiendas se reorientarán más hacia él.
- Los pure-players , dedicados sólo al comercio on-line, demandan más espacio físico y hay que estar preparados para ofrecerles el producto adecuado.
- Mayor importancia a los canales propios de distribución que permiten un manejo más accessible y una mayor adaptación a la demanda.
- Un análisis avanzado y una tecnología que recabe el comportamiento de los clientes, permitirá una adaptación rápida ante imprevistos además de una oferta de producto ad-hoc y entregas optimizadas.
- Apoyo de los parques de medianas a otras tiendas para dinamizar las entregas reconvirtiéndose en almacén, aunque sin olvidar su principal papel, y a la vez, en algunas tiendas físicas se elimina el almacén que era poco eficiente para convertirlo en espacio comercial.
- El rol de la tienda física se potencia por el efecto multiplicador de las ventas online. Aproximadamente un tercio del comprador que va a recoger a tienda acaba comprando. Los flagships continúan siendo un valor seguro.

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. 2021. 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.