

Gran Vía

Madrid



2023

La Gran Vía vuelve a resurgir tras la pandemia con más fuerza que nunca, con marcas que han elegido la localización en los últimos meses para abrir sus flagships y con un tráfico peatonal que sitúan la zona entre las más transitadas a nivel europeo.

knightfrank.es/research



Contexto global

Impulso imparable en la Gran Vía, rentas recuperadas y rumbo ascendente

Esta arteria de la ciudad está viviendo en la actualidad un momento único en su historia. Aunque la pandemia trajo consigo consecuencias para el retail, la Gran Vía de Madrid se encuentra totalmente recuperada y continúa siendo una de las más demandadas por grandes marcas como Uniqlo, Wow Concept o Pull and Bear que en los últimos meses han instalado sus *flagship* en ella.

Entre las nuevas acciones que se han realizado en los últimos tiempos en la zona destacan las obras de ampliación de aceras, que han dado una mayor relevancia al peatón en detrimento del vehículo, con mayores restricciones al tráfico que han contribuido en un descenso de la contaminación entre otros factores. También la reciente renovación de Plaza de España, que se realizó con el fin de crear más zonas ver-

La famosa vía de Madrid brilla con fuerza, convirtiéndose en la primera calle comercial europea más transitada y la segunda con mayor incremento anual de peatones.

des, nuevos espacios peatonales y mejores conexiones con diferentes lugares del entorno, han ayudado a que la calle continúe siendo una de las más destacadas tanto del país como en Europa.

Respecto al turismo en Madrid, aunque ha habido una ligera disminución de viajeros internacionales en comparación con la época pre pandemia (-8%), los datos son muy positivos debido a que el gasto medio por turista internacional ha aumentado cerca del 40%, consolidando a Madrid como una de las capitales europeas del turismo de alta gama. La emblemática Gran Vía, repleta de hoteles de 4* y 5* y reconocidas firmas, contribuye significativamente a ello.



Calle Kalverstraat, Ámsterdam

Ranking calles comerciales europeas Junio 2022 - mayo 2023

| Posición | Calle | Incremento anual footfall | Media mensual footfall (delante de una tienda) |
|----------|------------------------------------|---------------------------|--|
| 1 | Kalverstraat Ámsterdam | +30% | 726.000 |
| 2 | GRAN VÍA MADRID | +26% | 1.923.000 |
| 3 | Av. Campos Elíseos París | +15% | 1.009.000 |
| 4 | Corso Vittorio Emanuele II Milán | +6% | 906.000 |
| 5 | Meir Amberes | +2% | 834.000 |
| 6 | Av. Kurfürstendamm Berlín | -12% | 688.000 |
| 7 | Oxford Street Londres | -18% | 1.014.000 |

Fuente: Mytraffic

Gran Vía sigue teniendo datos que avalan a esta calle como la más codiciada por las marcas en Madrid

13

Número récord de aperturas en solo 17 meses

29

Millones de peatones anuales

70.000m²

Espacio de retail

9

Nuevos hoteles de lujo

1^a

Calle europea con más tráfico peatonal

+38%

Incremento gasto medio por turista internacional en Madrid

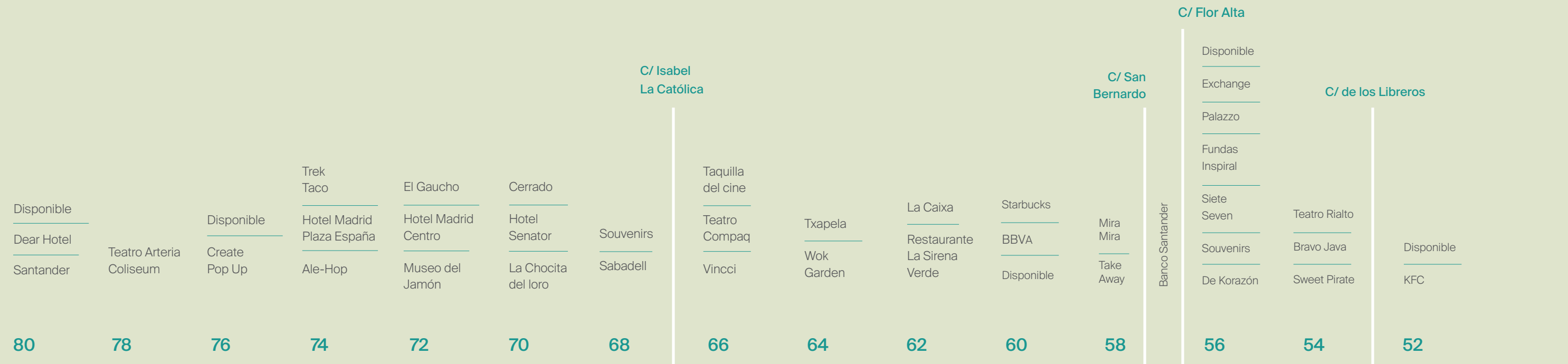
(INE, mayo 2023 vs mayo 2019)



1º TRAMO

7,5M - 10,2M
peatones anuales

CALLE GRAN VÍA



PLAZA DE ESPAÑA

CALLE GRAN VÍA

CALLE GRAN VÍA

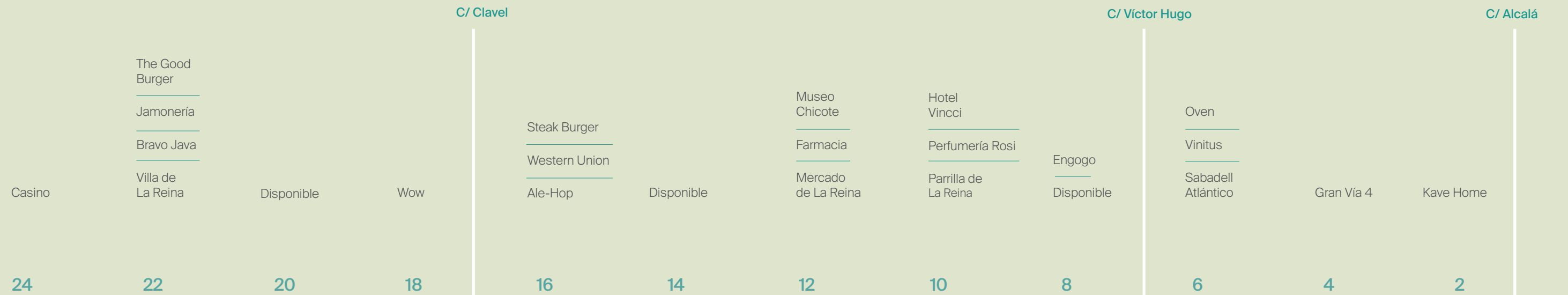
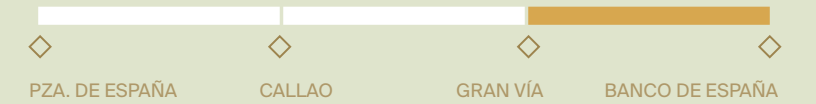
CALLAO



3º TRAMO

4,7M - 6,5M
peatones anuales

CALLE GRAN VÍA



GRAN VÍA

CALLE GRAN VÍA

CALLE GRAN VÍA

BANCO DE ESPAÑA



Evolución nuevas aperturas zona de influencias



Fuente: Knight Frank Research

NUEVOS OPERADORES COMERCIALES

La Gran Vía es una de las calles de Madrid más demandadas por los grandes operadores que quieren instalar en ella sus tiendas insignia o flagships. Su ubicación privilegiada, su ampliación de las aceras o el gran tamaño de sus locales son un reclamo perfecto para estas marcas.

Cabe destacar que el retail de la zona se ha transformado en los últimos años, ya que los retailers han desarrollado una oferta mucho más innovadora que atrae a una gran variedad de consumidores. Entre las entradas de las nuevas marcas más destacadas de los últimos años se encuentra la de WOW, que cuenta con ocho plantas y 5.500 m² y un nuevo concepto de compras "phygital" un mix entre lo digital y lo físico. También el Zara más grande del mundo en Plaza España, con cuatro plantas y una superficie de 7.700 m² ha sido una de las aperturas más sonadas en 2022. O la apertura de Uniqlo ubicada en Gran Vía 37 con más de 2.200 m² distribuidos en cuatro plantas, un espacio para personalizar camisetas y bolsas de algodón entre otras cosas.

Recientemente ha abierto la Galería Canalejas muy cerca de la Puerta del Sol. Alberga marcas de lujo como Hermes, Louis Vuitton o Cartier, entre otras. Estas incorporaciones a la zona ha influido en el aumento del nivel adquisitivo y del perfil del consumidor.

Aperturas destacadas



Operador: Zara. Ubicación: Plaza de España



Operador: Uniqlo. Ubicación: Gran Vía 37



Operador: WOW. Ubicación: Gran Vía 18

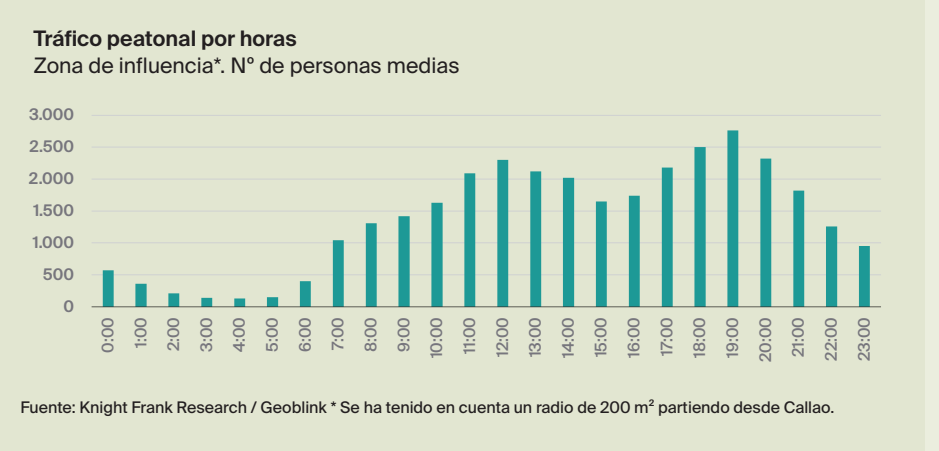
Actualmente, la Gran Vía está experimentando un fuerte impulso lo que se refleja en una tasa de disponibilidad muy baja. Desde 2022 se han abierto más tiendas en la zona que en los años 2018 y 2019, donde se abrieron seis nuevos locales frente a trece tiendas de nueva apertura durante 2022 y los primeros meses de 2023.

FOOTFALL

Gran Vía se encuentra en el primer puesto en cuanto a tráfico peatonal en el ranking europeo elaborado por Mytraffic. Esta vía siempre ha sido una de las más transitadas en nuestro país llegando a tener los tramos máximos, contabilizando alguno de ellos entre los 65.000 y los 90.000 peatones diarios.

Analizando este dato por horas en la zona de influencia se puede observar como durante la tarde se producen los máximos movimientos, en concreto entre las 18:00 y las 20:00 donde se llegan a alcanzar unas 2.800 personas por hora.

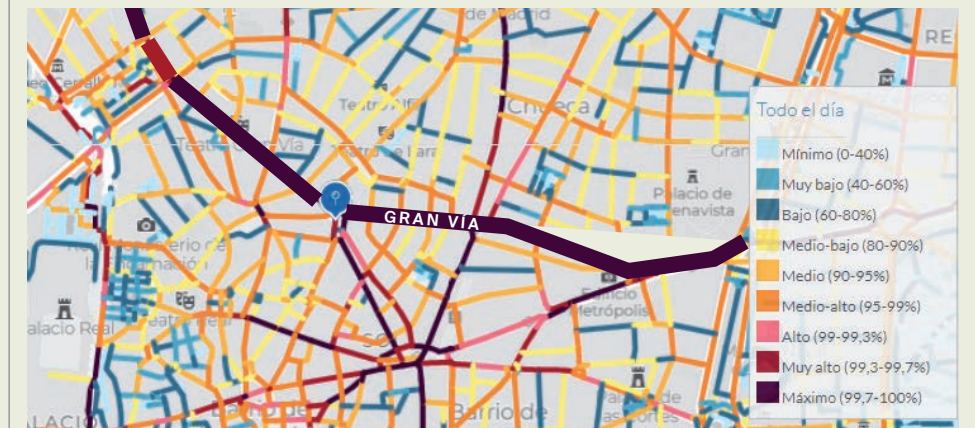
Un indicador que también deja ver la potencia de la zona es la utilización del metro de Madrid. Entre el ranking de las 20 estaciones que más usuarios han tenido duran-



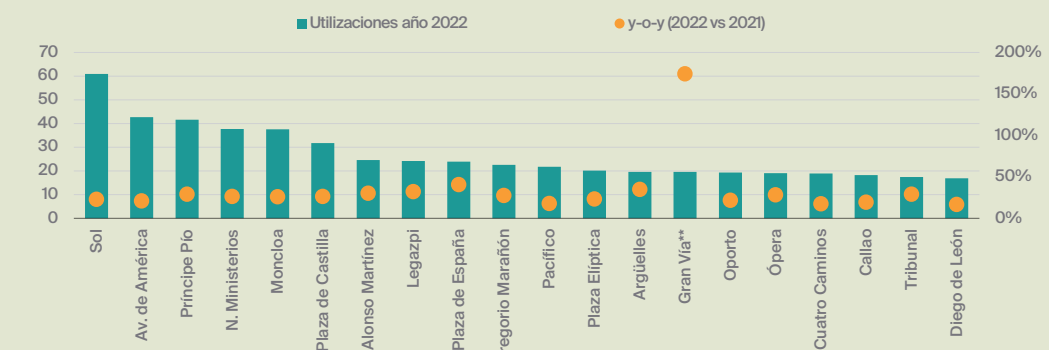
te el 2022 se encuentran las estaciones que recorren la Gran Vía, como son las de Plaza España, con casi 32 millones de personas, Gran Vía, con cerca de 20 millones o la de Callao que registró más de 18 millones. Cabe destacar que tras la pandemia, la gente ha ido volviendo poco a poco a usar este

medio de transporte y aunque aún no se ha llegado a registrar los datos de 2019, en el último año las estaciones más cercanas a la Gran Vía han experimentado aumentos interanuales como es el caso de Plaza de España, con un 41% más, Sol con un 23%, o Callao con un 19%.

Tráfico peatonal



Utilizaciones metro Madrid* Top 20 2022. Millones de personas



Fuente: Knight Frank Research / Geoblink

*El término "Utilizaciones" se refiere al número de movimientos por el interior de una estación. Para su cálculo se contabilizan las entradas y las salidas por las barreras de peaje de los vestíbulos y se añaden los cambios entre líneas (transbordos) si se trata de estación múltiple con acceso a más de una línea de Metro.
** La estación de Gran Vía permaneció cerrada gran parte del 2021.

DISTRIBUCIÓN TICKETS ZONA DE INFLUENCIA

Desglosando los tickets medios por categoría de los locales disponibles de la zona, en cuanto al número de tickets, destacan los destinados a la tipología de bares y restaurantes con casi 3 millones de transacciones, seguidos por la moda que supera el millón y medio de tickets.

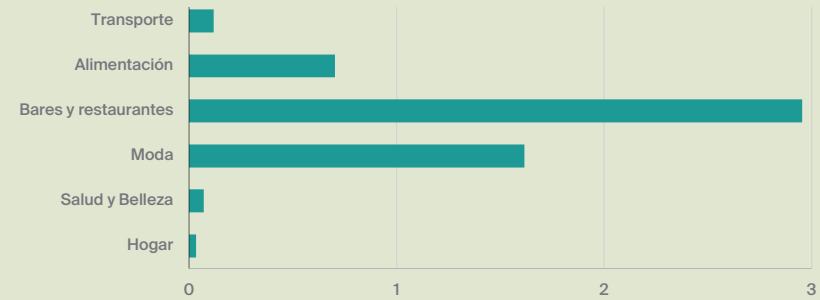
En cuanto al mayor importe del gasto medio por categoría, destaca en primer lugar los representados como salud y belleza, con un ticket medio de 53€, seguido por la tipología de deportes/juguetes, con 42€, y en tercer lugar la moda, con 41€.

En la distribución de tickets por edad y sexo, el porcentaje de mujeres se encuentran por encima del de los hombres en casi todas las franjas de edad, destacando sobre todo en la que va de los 25 a 34 años, con una representación de casi el 15% del total. En cuanto a los hombres, también destacan mayoritariamente en esta franja de edad, con alrededor del 14%.

Aunque el gasto total nacional representa más del 85% del total, entre los consumidores extranjeros destacan los procedentes de Estados Unidos y Francia en la zona, con un 21% y un 10% respectivamente del total de los consumidores extranjeros.

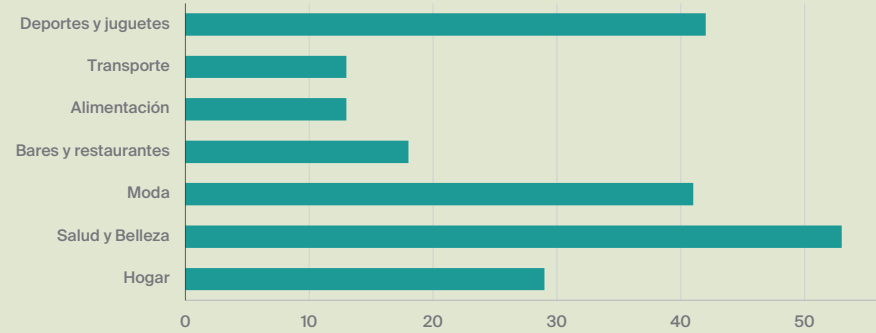
En la distribución de tickets por edad y sexo, el porcentaje de mujeres se encuentran por encima del de los hombres en casi todas las franjas de edad, destacando sobre todo en la que va de los 25 a 34 años, con una representación de casi el 15% del total

Nº de tickets
1 jun 2022 - 1 jun 2023. Millones



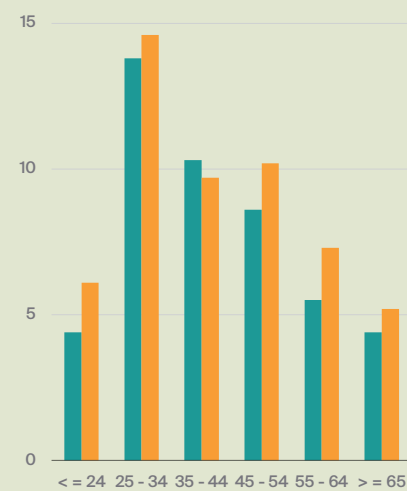
Fuente: Knight Frank Research / Geoblink

Ticket medio
jun 2022 - 1 jun 2023. €



Fuente: Knight Frank Research / Geoblink

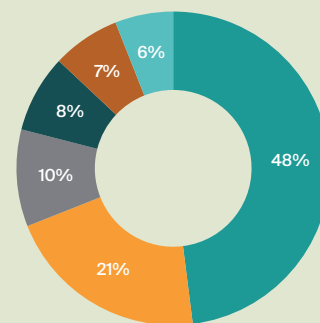
Distribución tickets por edad y sexo
1 jun 2022 - 1 jun 2023. %



Fuente: Knight Frank Research / Geoblink

Origen de los consumidores extranjeros
1 jun 2022 - 1 jun 2023. €

Resto del mundo Estados Unidos
Francia Reino Unido
México Italia



Fuente: Knight Frank Research / Geoblink



INVERSIÓN

La demanda en el segmento de locales comerciales en Madrid siempre ha estado muy latente, si bien es cierto que desde 2015 a 2018 la media del volumen de inversión llegó a registrar alrededor de los 500 millones de euros respectivamente, se produjo un fuerte descenso en el año previo a la pandemia. Si bien en los últimos dos años y tras las consecuencias que trajo consigo el confinamiento, este volumen ha ido aumentando hasta superar la cifra registrada en 2019. El año 2022 finalizó con un volumen de inversión de casi 200 millones de euros, lo que representa casi un 40% más de lo registrado en 2021 y alrededor de un 95% más en comparación con 2019.

En cuanto a la rentabilidad prime de Madrid, se encuentra entre las ciudades más competitivas a nivel europeo, por encima de París y a la par de Berlín o Barcelona, con un 4%.

RENTAS

La renta media prime de Madrid se ha situado durante el primer semestre de 2023 en los 275 €/m²/mes, por encima de ciudades como Berlín, Barcelona o Praga. A la cabeza se encuentra Milán, que encabeza la lista llegando a los casi 1.300 €/m²/mes, seguida por París con 1.250 €/m²/mes.



Vía estarían impulsando un crecimiento de estas cifras. Sin embargo, aunque las previsiones económicas comienzan a ser mucho más positivas para lo que resta de año y del 2024, esperamos una tendencia de estabilización de rentas medias en estas localizaciones.

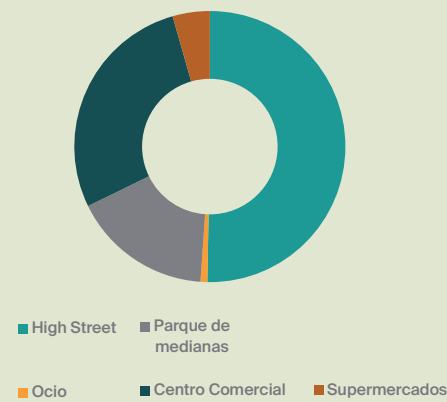
Gran Vía seguirá siendo una ubicación en las que las marcas quieran verse representadas, más ahora que el turismo ha vuelto con más ganas y la vida en la calle sigue atrayendo a la población.

Renta media locales comerciales* Principales calles Madrid. €/m²/mes

| | T2 2023 | TENDENCIA |
|-----------------|------------|-----------|
| PRECIADOS | 275 | ↑ |
| PUERTA DEL SOL | 280 | ↑ |
| SERRANO | 280 | ↑ |
| GRAN VÍA | 275 | ↑ |
| FUENCARRAL | 180 | ↑ |

Fuente: Knight Frank Research
*Basado en un local de 200 m² de planta baja.

Volumen de inversión retail
Por subsectores. Madrid. últimos 5 años. %



Fuente: Knight Frank Research

A la tendencia actual es muy positiva, con indicios sólidos de un crecimiento ascendente en el futuro cercano. Gran Vía iguala el nivel de renta registrado en la calle Preciados, y además supera a calles cercanas como Fuencarral y los primeros meses de 2023.

Poniendo el foco en Madrid y sus principales calles comerciales, Gran Vía registra una renta media de 275 €/m²/mes, mostrando una completa recuperación del impacto de la pandemia y alcanzando niveles similares a los de la época previa al covid-19. Asimismo, la tendencia actual es muy positiva, con indicios sólidos de un crecimiento ascendente en el futuro cercano. Gran Vía iguala el nivel de renta registrado en la calle Preciados, y además supera a calles cercanas como Fuencarral.

En una situación económica estable, las nuevas aperturas de marcas tan relevantes, así como las mejoras que se han hecho en estos últimos años en la zona de Gran

Evolución volumen de inversión
High Street Madrid. Millones de €



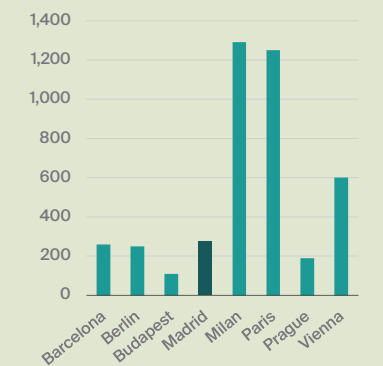
Fuente: Knight Frank Research

Yields medias prime europeas
High Street. T1 2023. %



Fuente: Knight Frank Research

Rentas medias prime europeas
High Street. T1 2023. €/m²/mes



Fuente: Knight Frank Research

**Retail**

Tamara Sánchez

Head of Retail

+34 600 919 129

tamara.sanchez@es.knightfrank.com**Research**

Daniel Caprarin

Head of Research

+34 600 919 087

daniel.caprarin@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.