

ECONOMÍA / POLÍTICA

GUÍA PARA INVERTIR EN LOCALES COMERCIALES

Portal de l'Angel y Preciados: los

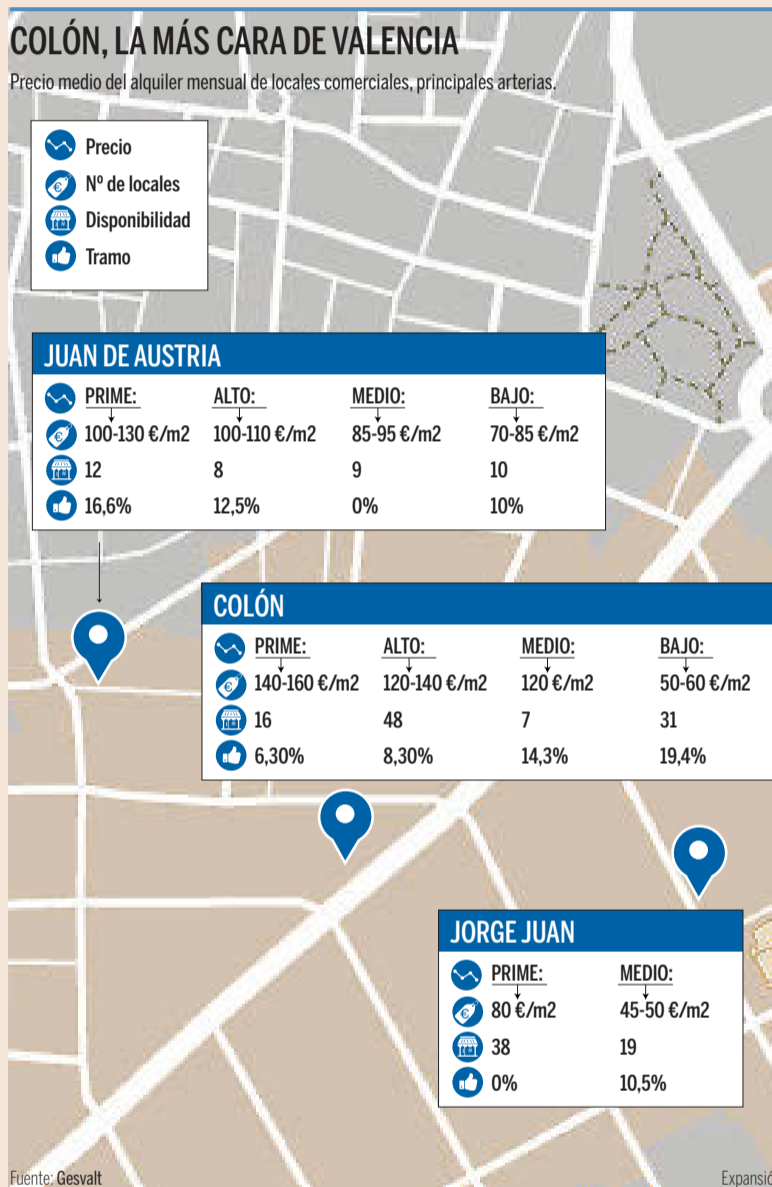
ALQUILER Y COMPRA/ Portal de l'Angel, en Barcelona, es la calle comercial más cara de España. Alquilar un local allí cuesta de media en torno a 255 euros al mes. Comprar un establecimiento en estas calles es todo un reto, debido a la escasa disponibilidad, pero

I. Benedito. Madrid

Invertir en locales comerciales de las principales capitales españolas se ha convertido en una opción más que atractiva por ser uno de los activos más rentables en el escenario actual. Al igual que ocurre con la vivienda o los garajes, los rendimientos que puede ofrecer alquilar un local comercial, en torno al 6% o 7%, según datos de Idealista, superan con creces la rentabilidad de otras opciones del mercado en un entorno de crecimiento económico y bajos tipos de interés.

Frente a la vivienda, la ventaja que ofrece la inversión en estos establecimientos es que la solvencia y capacidad de financiación de las empresas que lo alquilan suele ser mayor que la de una familia que alquila una vivienda. Sin embargo, como advierten desde la tasadora Tinsa, hay que saber que "el mercado de locales es más profesional que el de la vivienda, y requiere una cierta experiencia". Para tener una idea global de este segmento en España, y notablemente en las principales capitales, EXPANSIÓN ofrece una guía para invertir en locales comerciales, poniendo el foco en los precios de zonas *prime* en Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca y Valencia, a partir de datos elaborados para este diario por varias consultoras inmobiliarias y tasadoras. El denominador común en las cuatro ciudades son calles peatonales, de tradición comercial, con establecimientos conocidos, muchos del sector *retail*, e importantes marcas.

La actividad en el mercado de locales comerciales está limitada a los ejes comerciales principales, explican fuentes de Tinsa. La calle más cara de toda España es, de hecho, Portal de l'Angel, en Barcelona. Alquilar un local de 40 metros cuadrados en esta calle podría costar unos 127.200 euros de media al año, según datos de la inmobiliaria Cushman & Wakefield para EXPANSIÓN. La vía peatonal barcelonesa es una de las principales arterias comerciales, con 58 establecimientos, entre los que



Colón y Jorge Juan aumentan las rentas

Tres calles dominan el mercado del alquiler de locales comerciales en Valencia. Colón es la más cara, aunque también es una de las más diversificadas en cuanto a precio medio. El valor del metro cuadrado, dependiendo del tramo, puede ir desde los 50 euros al mes, en el tramo bajo, donde hay un 19,4% de disponibilidad, hasta los 160 euros/m² del tramo 'prime', donde la disponibilidad desciende al 6,3%, según datos de Gesvalt. La tasadora prevé que las rentas en esta calle se

incrementen entre un 10% y un 15%, en parte gracias a aperturas como la de una tienda Primark. Otros locales presentes son varios bancos, como Santander o BBVA, y tiendas de textil como Massimo Dutti, Lacoste, Mango, y de bisutería, como Parfois o Aristocrazy. La calle Jorge Juan también experimentará esta evolución de rentas. En el tramo 'prime' el alquiler asciende a 80 euros/m² al mes, sin un solo local disponible, con tiendas como Bimba & Lola, Neck & Neck, El Ganso o Dolores Promesas.

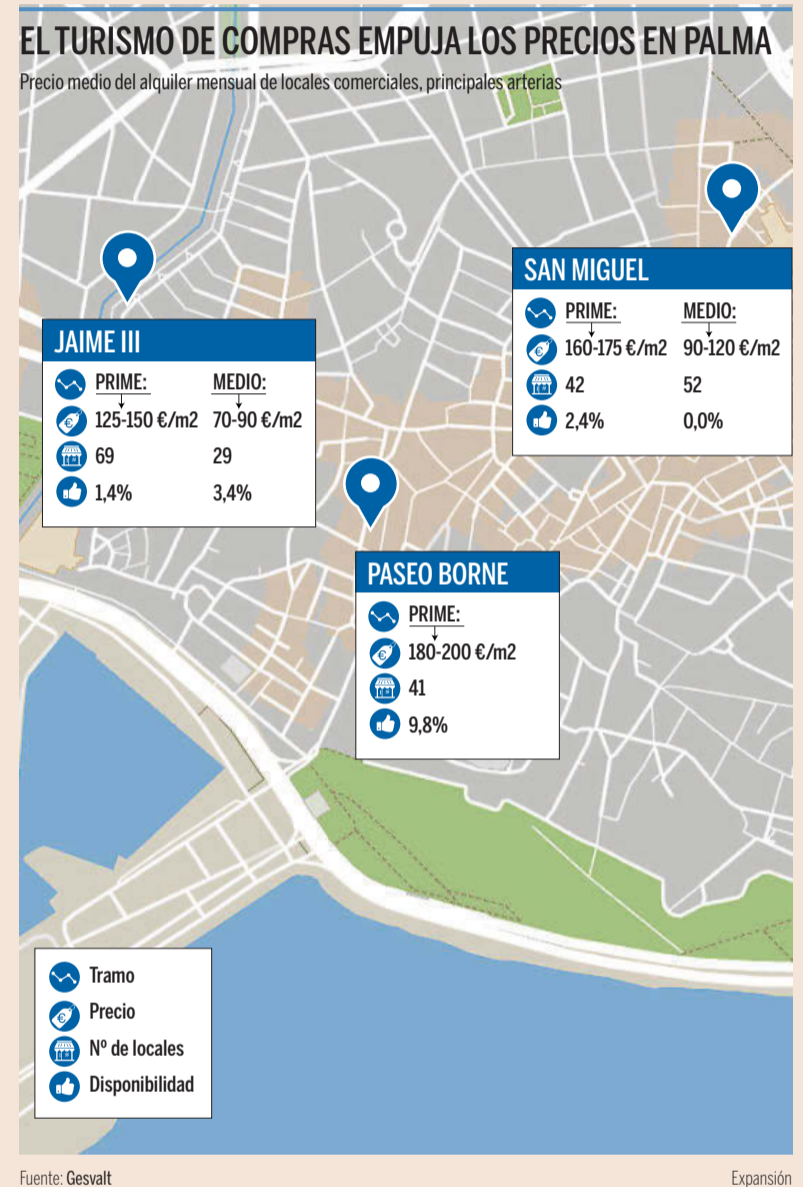
destaca El Corte Inglés y varias tiendas de Inditex, entre otros, según refleja el informe sobre locales comerciales elaborado por la tasadora Gesvalt.

Las compras de locales en zonas *prime* de Barcelona se

han concentrado en el último año en las calles Diagonal, Rambla y paseo de Gracia, con una decena de ventas entre los 3.000 euros/m² y los 11.000 euros/m², según datos de la consultora R.R. de Acuña.

Preciados es la segunda calle más cara de España y lidera los precios en Madrid, con un metro cuadrado para el alquiler valorado en 3.180 euros al año.

En Madrid se ha notado la entrada en mercado de loca-



Paseo del Borne lidera precios en Palma

El paseo peatonal del Borne encabeza el valor del alquiler en Palma de Mallorca. Con un tramo único valorado en 180-200 euros por metro cuadrado al mes, la calle cuenta con 41 locales y una disponibilidad del 9,8%. Entre las tiendas que se pueden encontrar en la misma, hay varias de 'retail', como Zara home y Oysho, y otros establecimientos de alto 'standing', como Louis Vuitton o Carolina Herrera. Debido a la alta afluencia de turistas en la isla, los locales comerciales de Mallorca

gozan, en general, de buenas rentas. El estudio de Gesvalt, sin embargo, indica que está habiendo un desplazamiento de la demanda hacia los tramos medios, debido a que las firmas no consideran conveniente desembolsar las cantidades de las zonas 'prime' y deciden finalmente ubicarse en zonas menos emblemáticas "pero que acaban siendo igual de efectivas". En San Miguel, por ejemplo, la disponibilidad del tramo medio es del 0%, frente a un 2,4% en el tramo 'prime'.

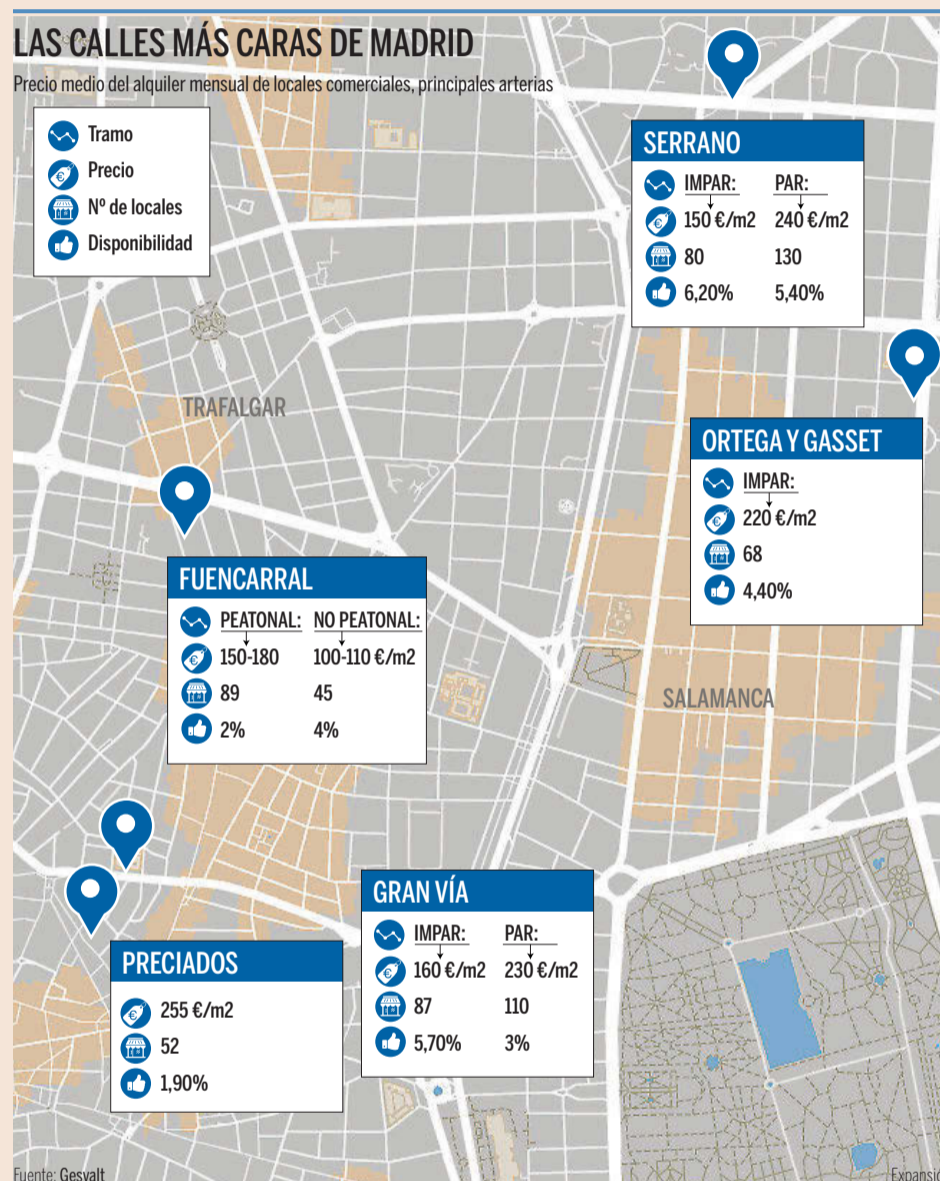
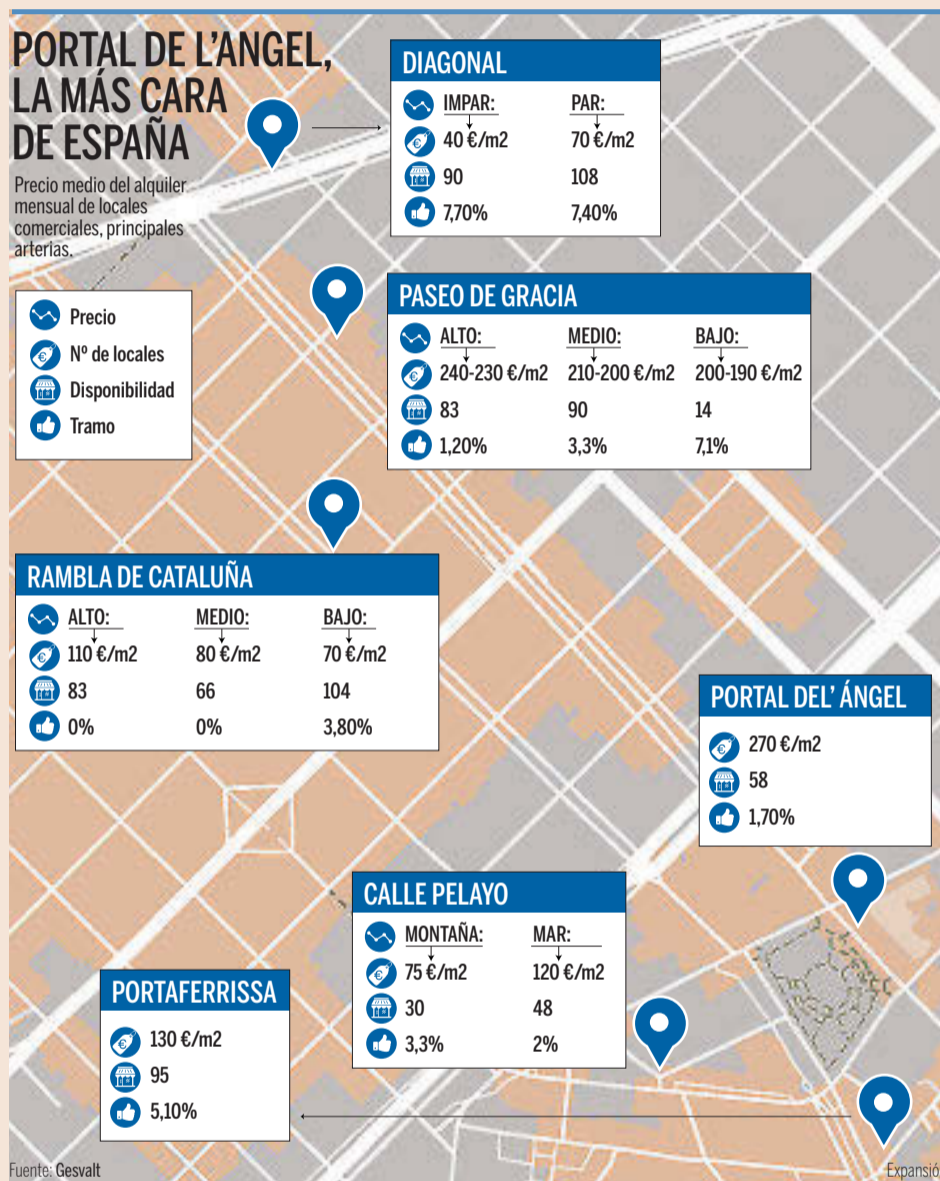
les que estaban ocupados por sucursales bancarias y que se han cerrado con motivo de la concentración bancaria o la digitalización, explican desde Tinsa. "Se trata de oficinas bien ubicadas con niveles de renta o precio que no están al

alcance del todo el mundo", añaden.

En algunas zonas de la capital, como Carabanchel o Coslada, se está produciendo un incremento del cambio de uso de local comercial a vivienda, apuntan desde Tinsa,

locales más caros de España

270 euros al mes por metro cuadrado. Le sigue la calle Preciados, en Madrid, donde el metro cuadrado para el alquiler se sitúa los precios parten de los 3.000 euros por metro cuadrado y pueden superar los 20.000 euros por metro cuadrado.



El procés eleva la tasa de disponibilidad de Barcelona

Aunque la Ciudad Condal lidera el precio del alquiler de locales, con la calle Portal de l'Angel, el informe de Gesvalt observa "un leve incremento de la tasa de disponibilidad en la práctica totalidad de las calles analizadas". Esto podría estar motivado por "el comportamiento del inversor frente a la incertidumbre política", matiza el informe. Para este año se espera una estabilización en los mercados 'prime'. La avenida Diagonal es la que cuenta con más locales disponibles, un 7,70% en el tramo impar y un 7,40% en el par. En el segundo, mucho más cotizado, hay establecimientos como Hugo Boss, Michael

Kors o Comptoir de Cottonniers. Por otro lado, la Rambla, al tratarse de un emplazamiento muy turístico, la disponibilidad en su mayoría es nula. Aunque en el tramo bajo sí hay una disponibilidad del 3,8%, con un precio medio de 70 euros/m², en los tramos medio y alto la disponibilidad es del 0%, con precios por encima de los 80 euros/m². La diferencia por tramos entre los locales es patente, e influye en la disponibilidad: Mientras que en el tramo bajo hay numerosas franquicias de comida, como 100 montaditos o Pans & Company, en los tramos medio y alto se encuentran tiendas como Lacoste o L'Occitane en Provence.

explicando que "puede ser una salida para locales con malas perspectivas comerciales". En estos casos, de todas formas, la demanda potencial es menor que para una vivienda convencional.

Observando los precios de

compra, R.R. de Acuña apunta a Preciados, Serrano, Gran Vía, José Ortega y Gasset, Fuencarral, Goya y Princesa como las más caras. Sin embargo, Luis de Acuña, consejero delegado de la consultora, explica que "en estas calles

apenas encontramos una veintena de operaciones", con un precio medio de 11.000 euros/m² y una horquilla que va de 4.500 euros/m² a más de 20.000/m².

En Valencia son tres arterias las que dominan el precio

Gran Vía y Ortega y Gasset reducen vacantes

Las calles madrileñas de Ortega y Gasset y Gran Vía son las que más reducen su disponibilidad de locales. La primera experimenta un descenso del 9%, con sólo seis vacantes, mientras que en Gran Vía los nuevos locales alquilados dejan una disponibilidad del 5,7% en la acera impar y del 3,6% en la par. El caso de la Gran Vía es un buen ejemplo para observar la diferencia existente en el precio de un local de una acera a la de enfrente en una misma calle. La acera par de la gran arteria madrileña cuenta con 110 locales y una de las disponibilidades más reducidas, con un precio medio de 230

euros/m² al mes para el alquiler, con locales como Loewe, Steak burger, Casino de Madrid o Telefónica. Cruzando la acera, el número de locales se reduce a 87, y la disponibilidad sube al 5,7%. Además, el precio cae a 160 euros/m² al mes. Este tipo de diferencias también existen entre las zonas peatonales y con calzada de una misma calle. En el caso de Fuencarral, el precio de la zona peatonal se encuentra en una horquilla entre 150 y 180 euros/m² al mes, con 89 locales y una disponibilidad del 2%, con locales como Custo Barcelona, Victoria's Secret o Desigual, con una mayor demanda que el tramo no peatonal.

del alquiler de los locales. La Calle Colón es la más cara, con precios que ascienden a los 1.680 euros/m² al año, mientras que en Palma de Mallorca la calle más cara para alquilar un establecimiento es el paseo del Borne, también peatonal,

donde el metro cuadrado cuesta unos 1.920 euros al año.

Los cambios en los hábitos de consumo en la última década, con la entrada del comercio electrónico en la rutina, está dejándose notar en este mercado. "El futuro invi-

ta a pensar en una concentración de la actividad en grandes ejes y en los centros comerciales", señalan fuentes de Tinsa, mientras que en zonas secundarias muchos locales tendrán más dificultades para encontrar inquilino.

