



INFORME LOCALES COMERCIALES 2010 / HIGH STREET RETAIL REPORT 2010

ascana.es

Barcelona 934 676 662
Madrid 915 614 478

INFORME LOCALES COMERCIALES *REPORT ON COMMERCIAL PREMISES*

2010

ÍNDICE

ascana.es

- 5- Índice ASCANA
- 7- Tipologías Locales / Mix Comercial
- 9- Situación económica: La lenta recuperación

BCN, una visión calle por calle

- 13- Portal de l'Àngel
- 15- Paseo de Gràcia
- 17- Pelai
- 19- Portaferrissa
- 21- Rambla de Catalunya
- 23- Diagonal

MAD, una visión calle por calle

- 27- Preciados
- 29- Serrano
- 31- Gran Vía
- 33- Ortega y Gasset
- 35- Goya
- 37- Fuencarral

ESP , calles comerciales España

- 41- Resto de España

Éxitos ASCANA

- 43- Rentas de la Primera Línea Comercial
de las principales ciudades de España



ASCANA es especialista en expansión e inversión de empresas en locales comerciales y hoteles.

ASCANA cuenta con oficinas en **Madrid** y **Barcelona**, delegados en **Valencia**, **Sevilla** y **Palma de Mallorca**, así como una red de colaboradores repartidos por **las principales ciudades**.

ASCANA se consolida año a año como la consultora independiente más importante del país, siendo **líder absoluto** en las operaciones de expansión realizadas en la primera línea comercial con una **cuota de mercado superior al 20%**.

ASCANA es responsable de las operaciones más importantes firmadas en 2010, como las futuras entradas de **APPLE** y **TIFFANY & Co** en Paseo de Gràcia, de **NATIONAL GEOGRAPHIC** en la Gran Vía de Madrid o las tiendas bandera de **VODAFONE** en la Puerta del Sol y Portal de l'Àngel. En inversión destaca las operaciones de compra de Gran Vía, 74 en Madrid y de Paseo de Gracia, 79 en Barcelona.

ASCANA es una empresa independiente cuyos socios trabajan en el día a día del negocio aportando valor estratégico a todos sus clientes y potenciando siempre una relación cercana a largo plazo.

ASCANA specialises in the expansion and investment of companies in commercial premises and hotels.

ASCANA has offices in **Madrid** and **Barcelona**, personnel in **Valencia**, **Sevilla** and **Palma de Mallorca**, as well as a network of collaborators spread out over the **main Spanish cities**.

ASCANA consolidates itself year after year as the most important independent consulting firm in the country, the **absolute leader** in expansion operations performed **in the leading commercial area with a market share over 20%**.

ASCANA is responsible for the most important operations performed in 2010, such as for example the future entry of **APPLE** and **TIFFANY & Co** into Passeig de Gràcia in Barcelona, of **NATIONAL GEOGRAPHIC** into Madrid's Gran Vía, or **VODAFONE**'s flagship in Portal de l'Àngel and Puerta del Sol.

ASCANA is an independent firm, whose partners handle everyday work, providing strategic value to its customers, and always favouring a close, solid long-term relationship.

Índice ASCANA ASCANA index

El Índice ASCANA analiza las principales calles comerciales de **Barcelona** y **Madrid**. Es una **herramienta útil** para guiar a los inversores y operadores a detectar cuáles son los tramos de la primera línea que presentan unas mejores condiciones para ofrecer el **retorno más seguro y rentable**.

El Índice ASCANA es una **valor econométrico** que tiene en cuenta distintas variables cuantitativas y cualitativas que afectan de manera directa a la salud comercial de los distintos tramos analizados. Las principales variables contempladas son: **el precio medio de las rentas, el número de operaciones firmadas, el porcentaje de locales disponibles** y la entrada de tiendas y marcas de referencia que implican una **mejora del tejido comercial**.

El Índice ASCANA es una **variable móvil** que se publica anualmente desde 2008 para comprobar, de manera detallada, la permanente evolución de las distintas zonas de la primera línea comercial, tanto de Barcelona como de Madrid.

Los valores absolutos proporcionados por el Índice ASCANA no son comparables entre ciudades.

The ASCANA Index analyses the main commercial streets of **Barcelona** and **Madrid**. It is a **useful tool** for guiding investors and operators to detecting which sections are in the best condition to offer **the safest, most profitable return**.

The ASCANA Index is an **econometric value** that takes into account different quantitative and qualitative variables that directly affect the commercial health of the different sections analysed. The main variables contemplated are: **the average price of rental, the number of operations carried out, the percentage of commercial premises available, and the entrance of significant shops and brand names that imply an improvement in the commercial network**.

The ASCANA Index is a **mobile variable** published annually to follow the ongoing evolution of the different areas in the leading commercial districts in a detailed manner, both in **Barcelona** and in **Madrid**.

The absolute values provided by the ASCANA Index are not comparable between cities.

Índice ASCANA BCN

Calle	Tramo	Precio m ²	Locales	% Disponible	Operaciones*	Índice ASCANA 10	Índice ASCANA 09
Portal de l'Àngel	Único	240	71	0,0	11	1,97	1,85
Paseo de Gràcia	Alto	185	78	0,0	10	1,59	1,49
Paseo de Gràcia	Bajo	180	40	0,0	5	1,55	1,42
Paseo de Gràcia	Medio	195	57	4,5	11	1,34	1,22
Pelai	Mar	140	42	5,0	1	1,05	1,07
Portaferrissa	Único	140	62	2,4	8	1,13	1,07
Total		125	725	5,2		1,00	1,00
Pelai	Montaña	110	25	6,0	5	0,54	0,74
Rambla Catalunya	Medio	70	78	6,4	7	0,63	0,71
Rambla Catalunya	Alto	100	112	6,3	12	0,72	0,70
Diagonal	Montaña	74	75	7,3	7	0,42	0,50
Rambla Catalunya	Bajo	68	48	8,4	1	0,35	0,42
Diagonal	Mar	40	51	16,0	3	-0,20	-0,06

Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias y Oficina del Catastro
Estos porcentajes contabilizan número de locales.

*Operaciones: incluye aperturas y operaciones de inversión.

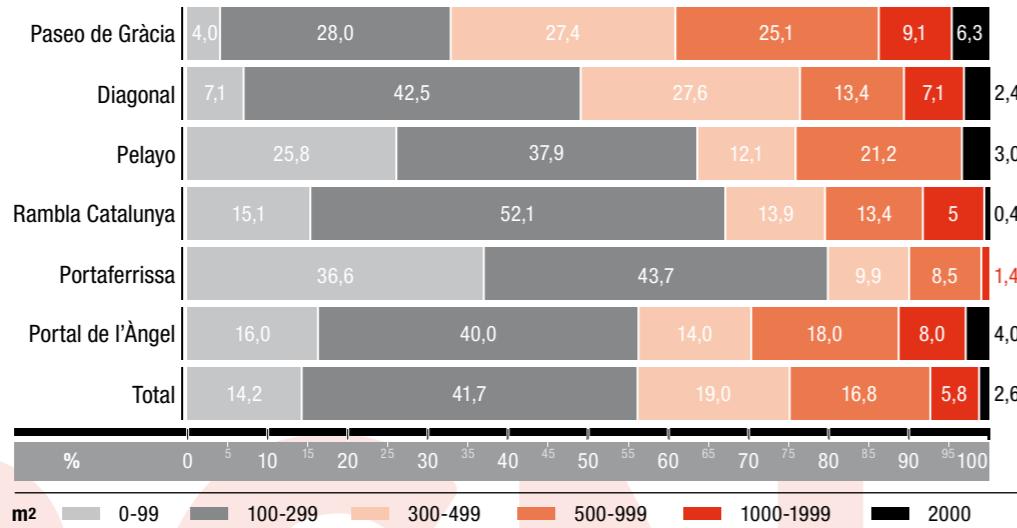
Índice ASCANA MAD

Calle	Tramo	Precio m ²	Locales	% Disponible	Operaciones*	Índice ASCANA 10	Índice ASCANA 09
Preciados	Único	240	55	10,4	3	1,60	1,67
Serrano	Par	230	113	8	16	1,55	1,45
Gran Vía	Impar	205	158	8,4	11	1,40	1,32
Ortega y Gasset	Único	165	61	8,3	4	1,17	1,20
Serrano	Impar	160	67	12	7	1,07	1,10
Total		164	774	11,4		1,00	1,00
Goya	Par	160	66	12,4	10	0,85	0,96
Fuencarral	Único	125	92	10,8	13	0,67	0,78
Gran Vía	Par	120	64	10,4	11	0,63	0,66
Goya	Impar	75	96	22,0	7	0,18	0,25

Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias y Oficina del Catastro
Estos porcentajes contabilizan número de locales.

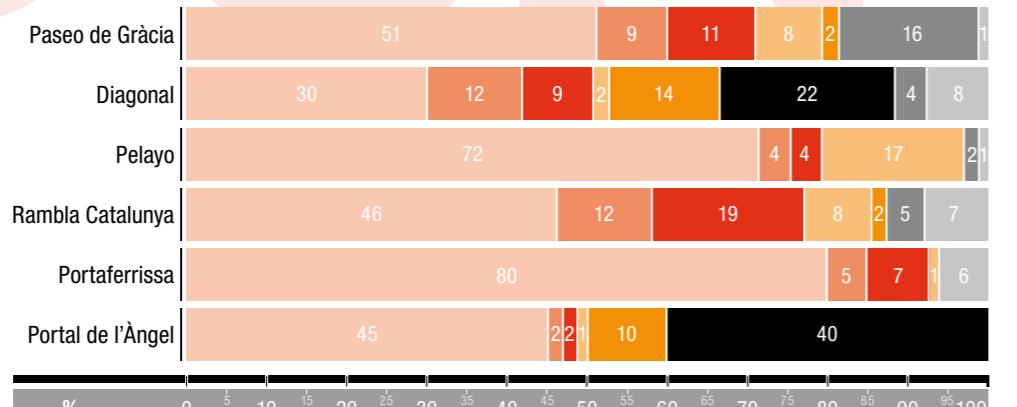
*Operaciones: incluye aperturas y operaciones de inversión.

Tipología de Locales BCN



Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias, Oficina del Catastro.
*Oficinas y Hoteles solo se contabiliza el metraje de la planta baja.

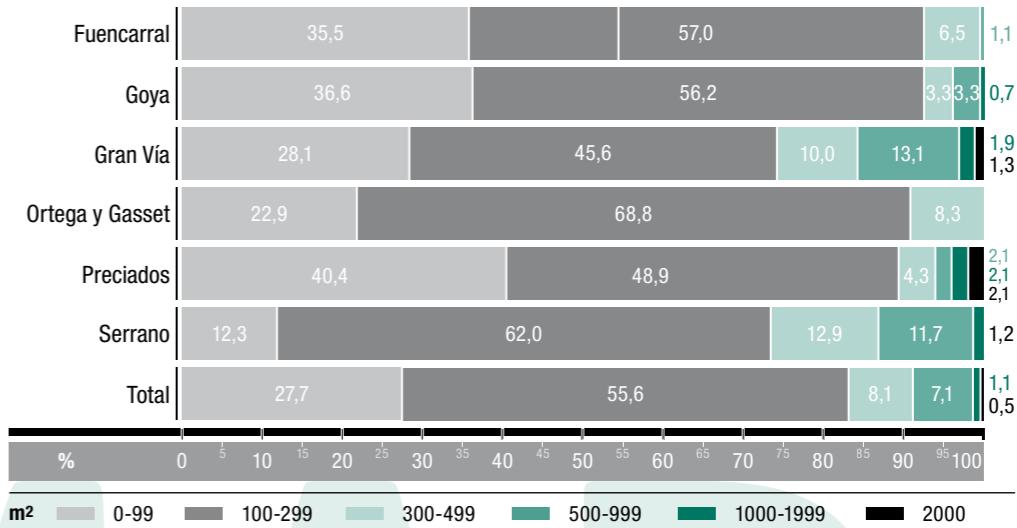
MIX Comercial BCN



MIX COMERCIAL POR M²

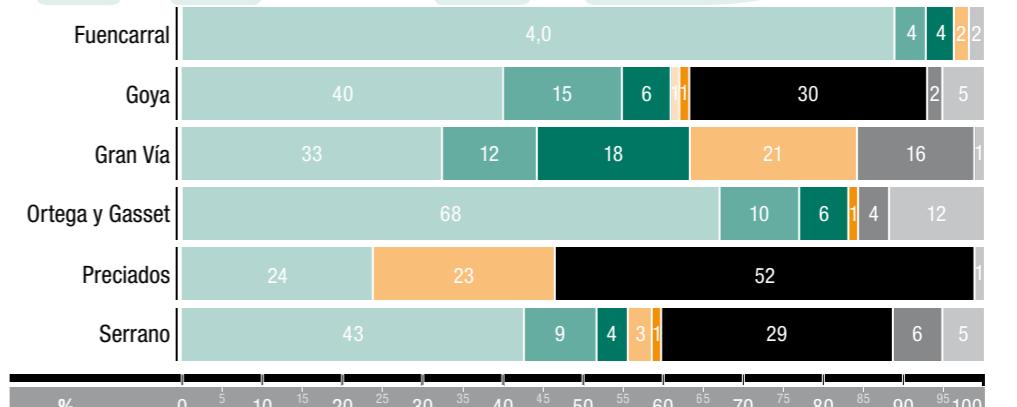
Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias, Oficina del Catastro.
*Oficinas y Hoteles solo se contabiliza el metraje de la planta baja.

Tipología de Locales MAD



Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias, Oficina del Catastro.
*Oficinas y Hoteles solo se contabiliza el metraje de la planta baja.

Mix Comercial MAD



MIX COMERCIAL POR M²

Fuente: ASCANA, Agencias Inmobiliarias, Oficina del Catastro.
*Oficinas y Hoteles solo se contabiliza el metraje de la planta baja.

El mercado barcelonés de locales comerciales de primera línea se ha **reactivado** durante el año 2010, realizándose más de **66 operaciones de alquiler**, el doble de las firmadas en 2009. El mercado de **inversión** también se ha activado con **14 operaciones** firmadas durante 2010.

La renta media se sitúa en la primera línea de Barcelona en los **140 euros/m²**, prácticamente **sin variación** respecto al año pasado. De todas formas, esta cifra esconde un agudo proceso de **polarización** entre las diferentes calles que conforman el principal eje comercial de la ciudad.

Portal de l'Àngel y Paseo de Gràcia han vivido un **año intenso** con la realización de grandes operaciones tanto de **alquiler como de inversión**. La disponibilidad en estas calles sigue siendo prácticamente nula, hecho que provoca que se mantenga el traspaso y que las rentas suban ligeramente.

Por otro lado, en calles como **Pelai, Rambla Catalunya y Diagonal**, los propietarios se han visto obligados a **bajar las rentas un 10% de media** para así estimular la demanda y evitar el incremento de locales vacíos.

Esta caída de rentas ha permitido a marcas jóvenes en fase de expansión ubicarse en la primera línea comercial de la ciudad. Por otro lado, las grandes cadenas de moda de Gran Consumo, como INDITEX, se han dedicado a consolidar las posiciones de sus distintas marcas realizando operaciones internas.

The Barcelona market of leading commercial premises has been **reactivated** in 2010, with over 66 operations being performed, twice the number of operations performed in 2009. The **investment market** has been reactivated, with **14 operations** signed during the year.

The **average price** in the leading district of Barcelona is **140 euros/m²**, practically **unvarying** with respect to last year. In any case, this figure hides an acute process of **polarisation** between the different streets that make up the main commercial axis of the city.

Portal de l'Àngel and Passeig de Gràcia have had an **intense year**, with big operations being made both in **rental and in investment**. Availability on these streets continues to be practically non-existent, which means that lease continues to be the rule, and prices have risen slightly.

On the other hand, on streets such as **Pelai, Rambla Catalunya, and Diagonal**, owners have been forced to **lower rental prices an average of 10%** in order to stimulate demand and avoid an increase in the number of empty premises.

This fall in prices has allowed young, expanding companies to locate themselves in the leading commercial district of the city. On the other hand, large fashion chains for mass consumption, such as INDITEX, have dedicated themselves to consolidating the positions of their different brand names by carrying out internal operations.



UNA VISIÓN CALLE POR CALLE
STREET BY STREET APPROACH



Paseo de Gràcia

El Paseo de Gràcia ha sido el principal beneficiario de la reactivación del mercado de locales comerciales a partir del segundo trimestre del año. Las rentas, que sufrieron un importante ajuste durante 2009 y primeros meses de 2010, empezaron a recuperarse hasta cerrar el año con un ligero **incremento del 3% y un renta media de 18 euros/m²**.

Esta recuperación del pulso se debe a la **creciente demanda que empezó** a florecer a partir del ajuste de rentas de los últimos meses **y la ausencia de disponibilidad**. Durante 2010 se han realizado **15 operaciones** de alquiler, prácticamente el doble que el año anterior.

Entre las operaciones destaca, por encima de todas, la próxima apertura de **APPLE** en el local situado en Paseo de Gràcia 1, un local que ha sido vendido dos veces durante 2010. La entrada de **APPLE** convierte, de manera definitiva, **el tramo bajo de Paseo de Gràcia en una zona de comercio joven y urbano**.

El tramo medio de Paseo de Gràcia ha sido el más activo con **8 operaciones** nuevas. Destaca la entrada de la firma americana de joyas **TIFFANY & CO** en uno de los nuevos locales comerciales ubicados en los bajos del Hotel Mandarín. El reciente ajuste de rentas también ha permitido la entrada en el Paseo de marcas en clara fase de expansión como **GEOX, SWAROVSKY, BIMBA & LOLA**.

El mercado de **inversión** también ha sido extremadamente activo durante 2010. Hasta **11 operaciones** se han realizado durante el año en el Paseo de Gràcia, el 95% del total de las realizadas en la primera línea. La mayoría de estas operaciones han sido protagonizadas por familias patrimonialistas que han aprovechado la liquidez de estos activos. Las rentabilidades han alcanzado mínimos del 4,7% bruto anual.

Passeig de Gràcia has been the main beneficiary of the reactivating of the commercial premises market beginning in the second quarter of the year. Prices, which had dropped significantly during 2009 and the first months of 2010, began to recover, ending the year with a slight increase of 3% and an average price of 185 euros/m².

This recovery is due to the growing demand that began to flourish starting with the adjustment of prices in recent months and the absence of availability. In 2010, 15 rental operations have been carried out, practically twice the number carried out last year.

*Among the operations, the coming opening of **APPLE** on the commercial premises located at Passeig de Gràcia 1 stands out; these are premises that have been sold twice in 2010. The arrival of **APPLE** definitely makes the lower section of Passeig de Gràcia into a youthful, urban commercial area.*

*The middle section of Passeig de Gràcia has been the most active, with 9 new operations. The arrival of the American jewelry company **TIFFANY & CO** in one of the new commercial premises located on the first floor of Hotel Mandarín stands out. The recent adjustment of prices has also allowed brand names that are clearly in a phase of expansion to enter, such as **GEOX, SWAROVSKY, BIMBA & LOLA**.*

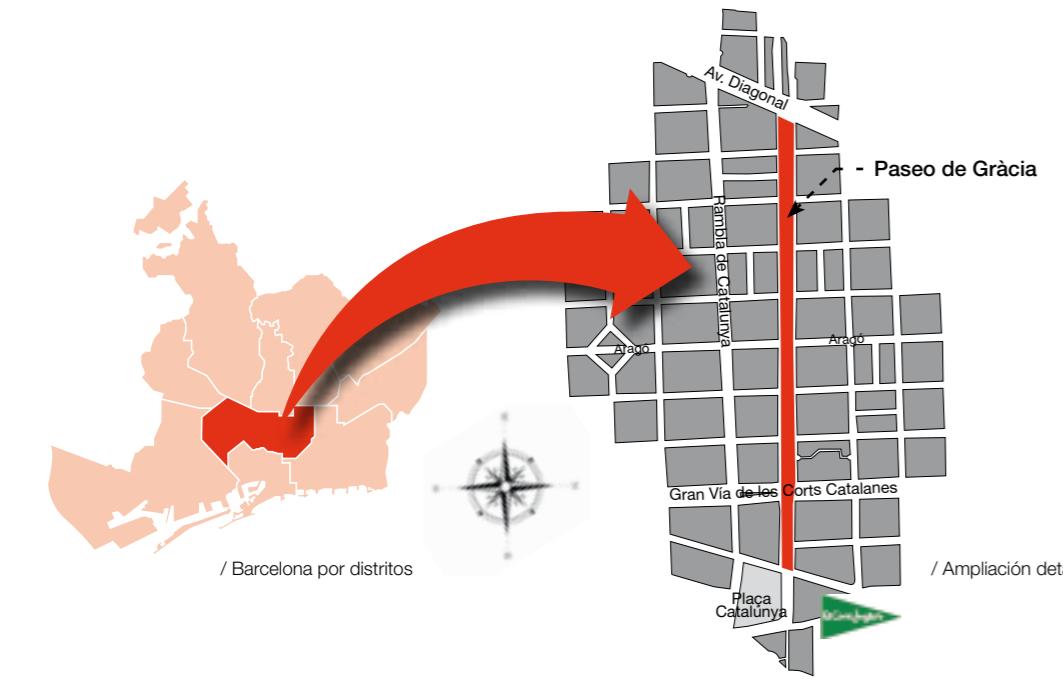
The investment market has also been extremely active in 2010. Up to 10 operations have been carried out during the year on Passeig de Gràcia, 95% of the total of those carried out in the leading commercial district. Most of these operations have been performed by families with properties who have taken advantage of the liquidity of these assets. Profits have reached minimums of 4.7% annual gross.

Pulso recuperado, gran número de operaciones, rentas al alza a partir de la segunda mitad del año y entradas significativas como **APPLE, Grupo PRADA, FERRARI y TIFFANY & CO.**

Gran actividad del mercado de inversión con 11 operaciones realizadas, con un rendimiento mínimo del 4,7% bruto anual.

Drive recovered, a large number of operations, prices on the rise in the second half of the year, and important entries such as **APPLE, Grupo PRADA, FERRARI, and TIFFANY & CO.**

A great deal of activity on the investment market, with 10 operations made, with a minimum profitability of 4,7% annual gross.



Leyenda

- Marca entrante
- Marca saliente
- Mismo grupo
- !-----! Operación de inversión
- Tramo alto
- Tramo medio
- Tramo bajo

Tramo	Precio m²	Nº Locales	Aperturas	Inversión	Disponibilidad	Índice ASCANA
alto	185	78	4	6	0,0%	1,59
medio	195	57	8	3	4,0%	1,34
bajo	180	40	3	2	0,0%	1,55

El mercado madrileño de locales comerciales de primera línea ha tenido una gran actividad durante el año 2010, con **59 nuevas entradas**, prácticamente **el doble de las firmadas en 2009**. El mercado de **inversión** también se ha activado con **8 operaciones** firmadas durante 2010.

En la primera línea de Madrid **la renta media** se sitúa en los **170 euros/m²**, lo que implica un descenso del **4%** respecto al año pasado. A pesar de la creciente demanda de locales, la caída de rentas se explica por la **amplia oferta de locales disponibles**: el 4% de los locales de la primera línea comercial están vacíos y el 7%, en situación de disponibilidad latente.

Serrano y Gran Vía han sido las dos calles que se han mostrado más activas durante 2010 y las únicas donde las rentas han obtenido ligeros incrementos, sobre todo concentrados en la segunda parte del año.

Entre los hechos más relevantes del año destacan la **finalización de la obras de Serrano**, la aperturas de la primera tiendas en España de **NATIONAL GEOGRAPHIC** en Gran Vía 74, así como la poca actividad que han tenido las grandes cadenas de moda de gran consumo.

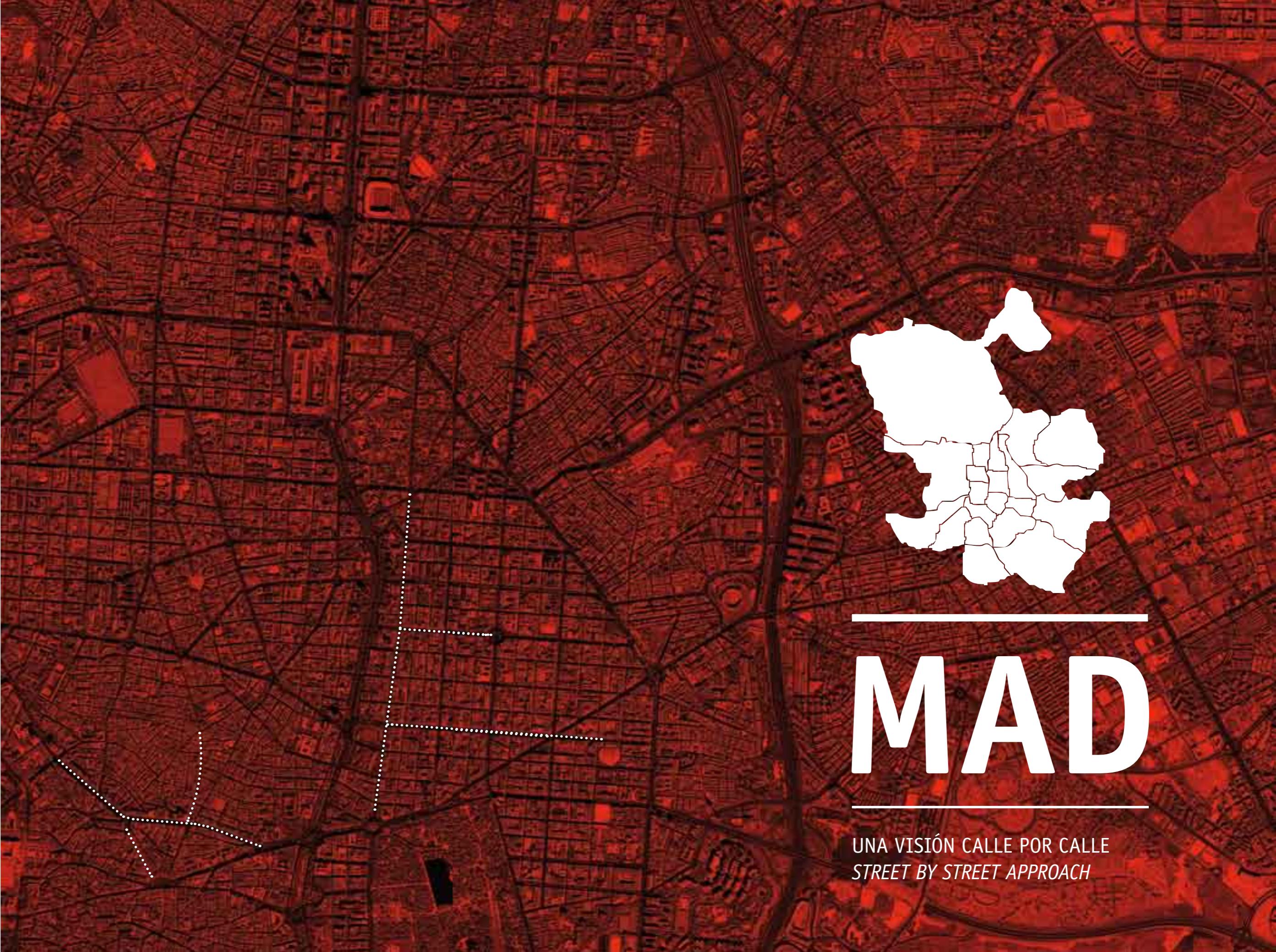
Madrid's top commercial premises market has shown great activity in 2010, with **59 new entries operations**, almost doubling the number in 2009. The investment market has been reactivated, with 8 operations signed during the year.

The **average price** in Madrid's leading commercial district stands at **170 euros/m²**, decreasing by 4% compared to last year. Despite the growing demand for premises, the decrease in prices responds to a **large supply of available premises**: 4% of the premises in the leading commercial district are vacant and 7% show a latent availability.

The fact that there is greater availability of premises in Madrid than in Barcelona explains the lower usage of lease payments in the capital in comparison with the Catalan city.

Serrano and Gran Vía have been the two most active streets in 2010 and the only ones where prices have experienced slight increases, mainly in the second half of the year.

Among the most significant events of the year, it is worth highlighting the **completion of remodeling in Serrano**, the opening of the first stores in Spain of **National GEOGRAPHIC** in Gran Vía, as well as the little activity that the top-selling fashion chains have shown.





Gran Vía

Gran Vía es una de las arterias que más se han beneficiado de la reactivación de la actividad durante 2010. Con **16 nuevas entradas** es la calle más activa de 2010.

Empujada por la creciente demanda, Gran Vía es la calle de Madrid que presenta un **mayor incremento de rentas**, con un crecimiento del **3,1%** respecto a 2009, situándose la renta media en los **165 euros/m²**.

La disponibilidad en Gran Vía se sitúa en el 9% de los locales, en línea con la media del resto de ejes comerciales de primera línea. Buena parte de esta disponibilidad es de tipo latente, ya que **Gran Vía es la calle con menos locales vacíos**, 1,3%, de toda la zona prime.

Entre las operaciones realizadas destaca la apertura de la primera tienda en España de **NATIONAL GEOGRAPHIC** en un local de 1.200 m², en el número 74. Otra de las operaciones destacadas es la entrada de PULL & BEAR en el local ocupado previamente por el café ZAHARA. De todas formas, en un tramo de calle que va desde la calle San Bernardo a la Plaza de España **el sector de la restauración y la alimentación** incrementa su cuota de mercado gracias a las aperturas de establecimientos como ALL U CAN EAT, 1000 MONTADITOS o RODILLA.

Gran Vía is one of the arteries that has benefited from the reactivation of activity over the course of 2010. With **16 new entries** it is the most active street in 2010.

Driven by an increase in demand, **Gran Vía is the street in Madrid which shows the greatest increase in prices**, with 3.1% growth over 2009 and an average price of **165 euros/m²**.

Availability in Gran Vía stands at 9% of the premises, in line with the average figures for the rest of the most important shopping districts. Most of this availability is latent, since **Gran Vía is the street with the lowest number of vacant premises** in the whole prime area, 1.3%.

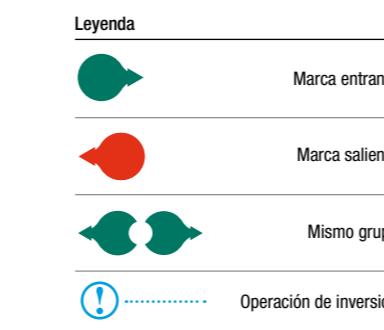
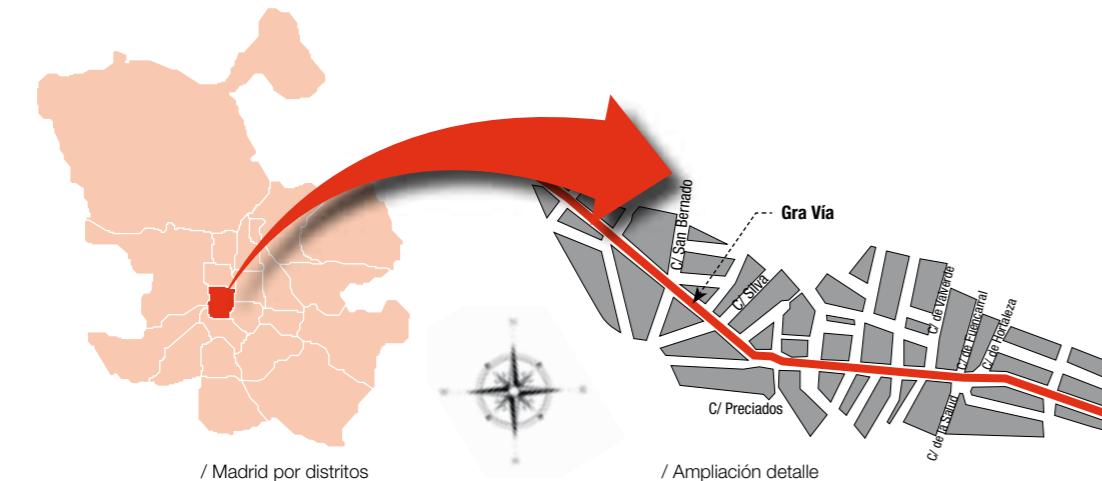
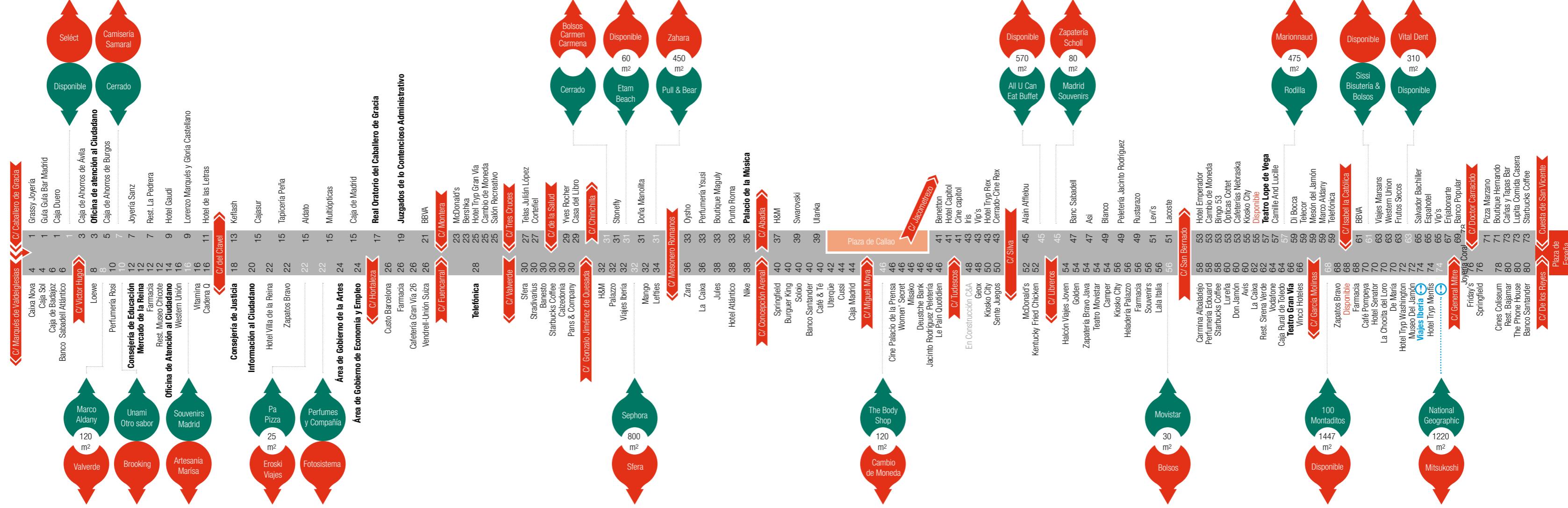
Among the operations carried out, one that stands out is the opening, at number 74, of the first **NATIONAL GEOGRAPHIC** store in Spain in 1,200-m² premises. Another outstanding operation is the entry of Pull & Bear into the premises previously occupied by Zahara café. However, in a section of the street running from San Bernardo to Plaza de España **the hospitality industry is increasing its market share** thanks to the opening of stores like ALL U CAN EAT, 1000 MONTADITOS or RODILLA.

Subida de rentas del 3,1%, la mayor de toda la primera línea comercial.

Gran número de operaciones, entre las que destaca la apertura de la primera tienda de NATIONAL GEOGRAPHIC en España.

A 3.1% increase in prices, the greatest in the leading shopping district.

A large number of operations, among which the opening of the first NATIONAL GEOGRAPHIC store in Spain stands out.



Tramo	Precio m ²	Nº Locales	Aperturas	Inversión	Disponibilidad	Índice ASCANA
Este	205	158	8	0	8,4	1,40
Oeste	120	64	8	2	10,4	0,63

ascana.es

ASCANA BARCELONA

Paseo de Gràcia, 12 Ppal 2º
08007 Barcelona
Tel. +34 934 676 662
barcelona@ascana.es

ASCANA MADRID

Velázquez, 117 6º
28006 Madrid
Tel. +34 915 614 478
madrid@ascana.es

**Informe Locales Comerciales
Barcelona, Madrid y principales calles comerciales España 2010**

Fuentes consultadas para la elaboración del Informe ASCANA 2010: ASCANA, Cushman&Wakefield, Aguirre Newman, CB Richard Ellis, Jones Lang Lasalle, Expansión, Oficina del Catastro, FMI, Gobierno de España, Centre de Estudis de Caixa Catalunya. La nomenclatura de las calles de Barcelona se ha realizado según normas del Ayuntamiento de Barcelona. En los gráficos de tipología de tamaños sólo se contabilizan superficies de uso comercial. En los gráficos de mix comercial, en la categoría de Hoteles y Oficinas, sólo se contabiliza metraje de la planta baja.

Coordinación: ASCANA
Redacción y análisis: MT Consulting
Fotografía: Hugo de la Rosa
Dirección de arte y maquetación: La Bienvenida Comunicación Gráfica