

Sector de la alimentación

Un motor de los parques comerciales



Sumario

¿Qué vas a encontrar en este informe de investigación?

Introducción

Pág. 3-5

Alimentación y restauración: un ancla para los parques comerciales

Pág. 6-9

Beneficios de incluir la alimentación en parques comerciales

Pág. 10-12

Conclusiones

Pág. 13-15

The background image shows a cafe interior with stone walls, hanging pendant lights, and wicker chairs. A large yellow hexagon is centered over the image, containing the text 'Introducción'. There are also several white wireframe geometric shapes (tetrahedrons) scattered around the hexagon.

Introducción



¿A qué se ha enfrentado el sector de los parques comerciales en los últimos años?

- Han demostrado ser uno de los formatos que mejor ha evolucionado en el tiempo gracias a su adaptación a los nuevos hábitos de consumo.
- Características clave: gran tamaño de las estancias comerciales con entradas independientes, sus amplios aparcamientos y su ubicación estratégica.
- La inversión alcanzó los 311 millones de euros en 2022, uno de los volúmenes más altos de la serie histórica y un resultado que refleja que, en periodos de incertidumbre económica, este formato es un claro valor refugio.
- Los retail parks y la alimentación están liderando la inversión aunando el 36% y el 35% del total, respectivamente, según datos de CBRE.
- Durante 2023 se ha mantenido el crecimiento positivo del sector de los parques comerciales en España, tanto en lo relativo a ventas como a afluencias.
- Las previsiones del sector apuntan a que se inaugurarán en España 26 nuevos parques comerciales en 2024, sumando cerca de medio millón de metros cuadrados de espacio comercial.



¿Para qué actores es conveniente el formato de los parques comerciales?

Consumidores

Fácil accesibilidad a diferentes servicios en un solo lugar.


Retailers

Bajos costes de ocupación, que les permiten utilizar la superficie de las tiendas como punto de apoyo a su logística omnicanal.

Inversores

segmento cada vez más atractivo gracias a su buen comportamiento en periodos de crisis, los altos niveles de ocupación, sus buenos inquilinos y el hecho que no requiere una gestión intensiva.




The image shows the interior of a restaurant with a stone wall, hanging pendant lights, and tables with wicker chairs. A large yellow hexagonal shape is overlaid in the center, containing the text 'Alimentación y restauración como ancla'. There are also white and yellow geometric line-art shapes in the corners.


Alimentación y restauración como ancla



Un ancla para los parques comerciales

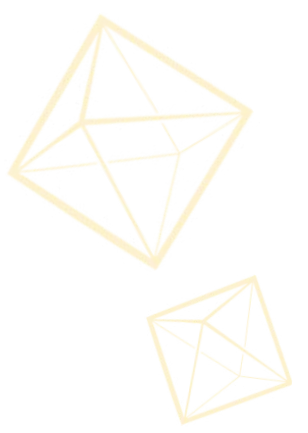


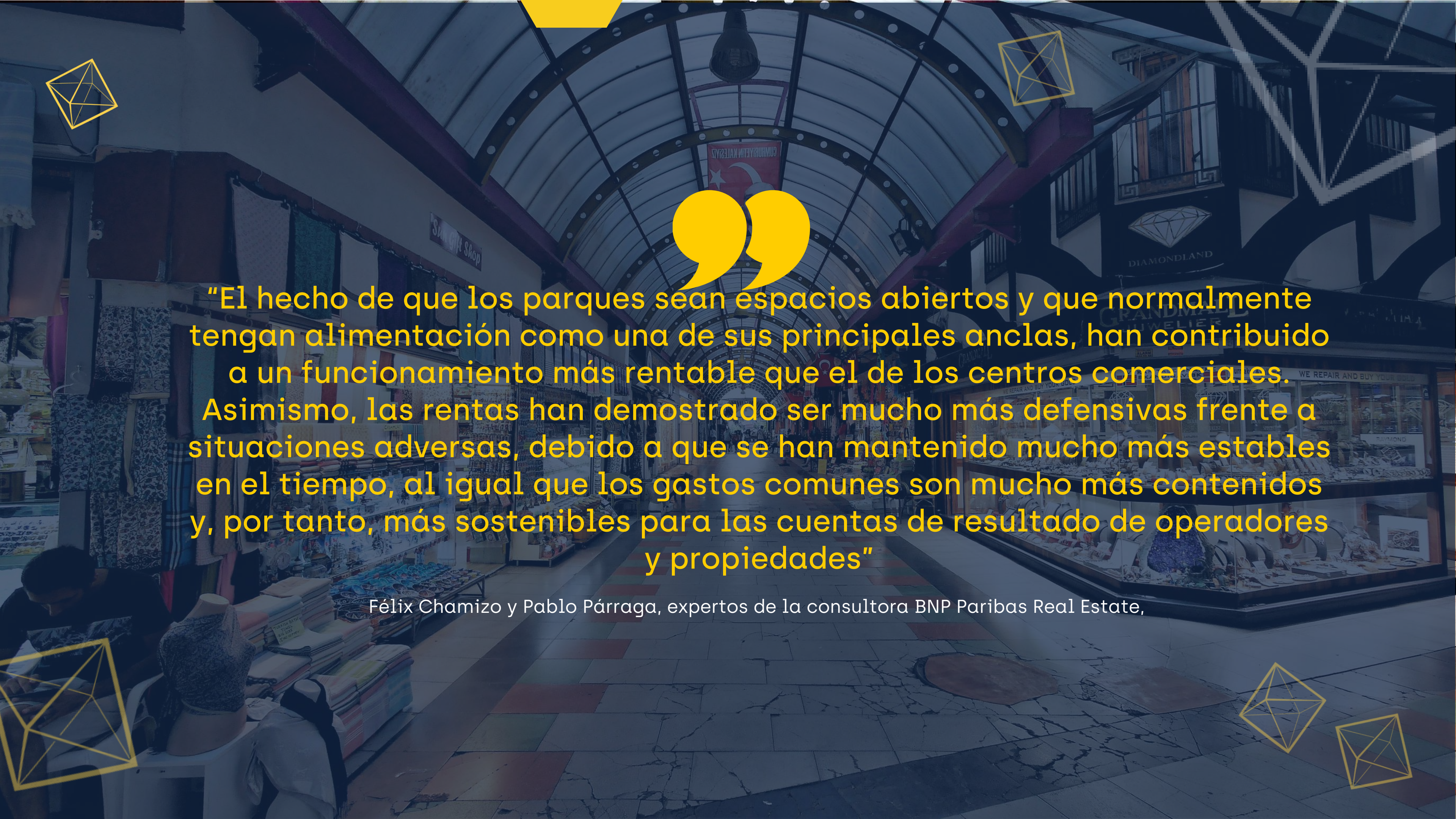
La combinación de espacios abiertos y amplias zonas de aparcamiento, tenemos que sumar, de una forma muy significativa, la ampliación de la oferta comercial tradicional, sobre todo con el segmento de la alimentación y de las zonas de restauración.



Los parques comerciales han demostrado ser especialmente resistentes a las crisis provocadas por la pandemia y la subida de la inflación.

Alberto Bravo, director de Property Management de Sonae Sierra para España y Portugal, afirma que la gran repercusión de los parques comerciales tras la pandemia se explica, en parte, a que estuvieron muy enfocados en cubrir las necesidades que surgieron en plena crisis sanitaria, especialmente con la alimentación.





“El hecho de que los parques sean espacios abiertos y que normalmente tengan alimentación como una de sus principales anclas, han contribuido a un funcionamiento más rentable que el de los centros comerciales. Asimismo, las rentas han demostrado ser mucho más defensivas frente a situaciones adversas, debido a que se han mantenido mucho más estables en el tiempo, al igual que los gastos comunes son mucho más contenidos y, por tanto, más sostenibles para las cuentas de resultado de operadores y propiedades”

Félix Chamizo y Pablo Párraga, expertos de la consultora BNP Paribas Real Estate,

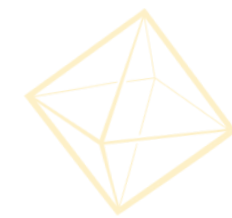


Amenazas superadas

A día de hoy se trata de un segmento en desarrollo que aún representa un bajo porcentaje de la superficie de equipamientos comerciales en España, lo que su vez se convierte en una ventaja competitiva para aprovechar las posibilidades de nuevos desarrollos.

Una de las amenazas que ha encontrado el sector retail en los últimos años ha sido el aumento del e-commerce. Sin embargo, los parques comerciales han sabido cómo dar la vuelta a la situación al convertirse en punto de distribución de última milla, pudiendo almacenar mercancía y repartir desde los parques, servir de punto de click & collect y poder gestionar las devoluciones.

Además, la incorporación de zonas de restauración y ocio en los parques comerciales han ayudado a consolidar aún más el posicionamiento de los parques comerciales, convirtiéndolos en formatos sólidos y con claras ventajas frente al canal online.








**Beneficios de incluir
la alimentación en
parques comerciales**



Beneficios

Los supermercados y establecimientos de alimentación se han consolidado como anclas fundamentales en los parques comerciales por una serie de razones clave:

-  **Tráfico constante de clientes:** Los supermercados atraen a un flujo constante de clientes debido a la necesidad recurrente de alimentos y productos básicos. Esta afluencia garantiza una base sólida de clientes para otras tiendas y servicios dentro del parque comercial.
-  **Generación de sinergias:** La presencia de un supermercado crea sinergias con otros negocios dentro del parque comercial. Los consumidores, al visitar el supermercado, tienen la oportunidad de descubrir y utilizar otros servicios y tiendas presentes en el mismo espacio, lo que fomenta la interacción y el intercambio comercial.
-  **Atracción de inversiones:** La presencia de un supermercado de renombre en un parque comercial puede atraer inversiones adicionales tanto de minoristas como de consumidores. La reputación y la confiabilidad de la marca del supermercado pueden servir como un sello de aprobación para el parque comercial en su conjunto, generando interés y confianza entre los inversores.



Beneficios


Los supermercados y establecimientos de alimentación se han consolidado como anclas fundamentales en los parques comerciales por una serie de razones clave:



Diversificación de oferta: Los supermercados ofrecen una amplia gama de productos que van más allá de los alimentos básicos, incluyendo artículos de hogar, productos de cuidado personal y electrónicos. Esta diversificación de la oferta aumenta la atracción del parque comercial para una variedad más amplia de consumidores, lo que se traduce en mayores oportunidades de ventas para todos los negocios presentes.



Resistencia a las tendencias digitales: Aunque el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo, la compra de alimentos y productos perecederos sigue siendo una actividad preferida en las tiendas físicas. Los supermercados, al ofrecer productos que requieren una experiencia táctil y visual, mantienen su relevancia y atractivo incluso en la era digital.



The background is a dimly lit cafe interior. In the center, a large yellow hexagon contains the word "Conclusiones" in bold black text. The cafe features stone walls, hanging pendant lights, and several tables with wicker chairs. Some people are seated at the tables. On the left, a sign for "OLIVE" is partially visible. There are also white and yellow geometric line art shapes overlaid on the image.

Conclusiones

Conclusiones



La actualidad económica española y mundial presenta importantes retos para los parques comerciales. A pesar de su buen posicionamiento, el aumento del IPC, unido al incremento de los costes de construcción y de la energía, tendrán una inevitable repercusión en el sector.



Sin embargo, el gasto en ocio y restauración lleva a la alza desde los últimos años. Y, el gasto en alimentación, es estable y fijo. Por eso, se espera que el interés inversor en este tipo de activos siga siendo elevado a lo largo de este año, dado que ofrecen rentabilidades muy interesantes, con un nivel de riesgo reducido.



Durante los últimos años el segmento de parques comerciales ha evolucionado hacia modelos con un diseño y una oferta comercial más cuidada. A las actividades comerciales tradicionales se les ha ido uniendo otros sectores como el de la decoración, la tecnología, los deportes o los animales. Entre otros, el segmento de la alimentación ha ganado mucho peso, atrayendo a clientes todos los días del año.

Conclusiones



Los supermercados y establecimientos de alimentación no solo han sido una adición conveniente a los parques comerciales, sino que también han demostrado ser activos esenciales para su éxito continuo. Su capacidad para atraer clientes, generar sinergias con otros negocios, atraer inversiones y diversificar la oferta los convierte en anclas imprescindibles en el tejido comercial urbano contemporáneo.



La alimentación garantiza un flujo diario de clientes, lo que también beneficia al resto de operadores comerciales que se encuentran en el mismo parque comercial. Tal es la importancia de este segmento que muchos promotores exigen en sus contratos la existencia indiscutible de algún supermercado de alimentación que sirva de locomotora para el resto de espacios comerciales.



Esta presencia de supermercados también es un requisito indispensable para los inversores, que ven en la alimentación un ancla ante posibles crisis, haciendo que su inversión sea mucho más segura y estando dispuestos a pagar un precio más elevado.

¿Quieres saber más?

Puedes contactar con DEAL Gestión:



955 02 32 56



info@dealgestion.com



C/ Torricelli, local B-5, Edificio Cartuja
Isla de la Cartuja, Sevilla (41092)



Supeco
Tu Super Económico

KFC

Bienvenidos
Supercos. Tu Super Económico

super
variedad