



El cierre de negocios inunda el mercado de locales

Crece la oferta, caen los precios de venta y alquiler y florecen las oportunidades, tanto en calles exclusivas como en secundarias



Uno de los locales cerrados en la calle de Goya de Madrid. VÍCTOR SAINZ

POR SANDRA LÓPEZ LETÓN

Con el goteo incesante de negocios que cierran por la pandemia en las ciudades españolas, era cuestión de tiempo que el volumen de locales vacíos se disparase y que los precios de alquiler y venta cayesen. El golpe ha sido especialmente cruento en las calles secundarias y en las zonas comerciales de barrio; en esos locales que durante años han acogido un restaurante, un bar, una papelería, una zapatería o una tienda de ropa.

“El *stock* disponible de locales vacíos está aumentando mes a mes de una forma nunca vista. Habrá entre un 30% y un 40% más de oferta a finales de año en toda España”, señala Javier Ochoa, director de Re/Max Commercial en

España, que define lo que está sucediendo como la tormenta perfecta, al coincidir el empuje del comercio electrónico con la covid.

Las rentas de estos locales están cayendo. A finales de año, el desplome se cifrará entre un 20% y un 30%, cuenta Ochoa. Respecto al precio de venta, “ya ha bajado por encima del 10%, aunque en todos esos locales de segundas calles superará el 20%”, calcula Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria, donde la oferta ha crecido cerca de un 25%.

Tiempos difíciles para estas áreas comerciales que irremediablemente tendrán que adaptarse. “La aceleración de las tendencias en cuanto a combinación del *online* y el *offline* y la necesidad de llegar al consumidor con agilidad marcarán la transformación de estos ejes, pero no van a desaparecer”, considera Luis Es-

padas, director ejecutivo de la división Retail en Savills Aguirre Newman.

Pero mientras, se acumulan los locales vacíos. Algunos propietarios —pequeños inversores particulares— están colgando el cartel de *se vende* para deshacerse de un activo en estado vegetativo que pierde valor cada día. “Tenemos un 200% más de solicitudes de venta de toda España, y no solo locales”, señala Guillermo Preckler, consejero delegado de Brickbro, plataforma especializada en la compra de locales en desuso para su reforma en *loft* o estudio y su posterior venta. Los de menos de 100 metros cuadrados se comercializan ya reformados, el resto no. “Ha habido un *boom*, la gente quiere vender rápido su local”, añade.

Otra opción, si legalmente fuera posible, es transformar el local en punto de última milla para logística, garaje, trastero o vivienda. En Solvía, donde recuerdan que entre marzo y julio se han destruido más de 468.000 empresas en España, creen que el gran protagonista estos meses va a ser el cambio de uso a vivienda, debido a la gran rentabilidad que supone. “Hay que tener en cuenta que era una tendencia que ya estaba en auge antes de la pandemia y que ahora ha continuado aumentando”, expone Gregorio Martín, director general de Solvía.

Ejes de primera

La onda expansiva ha llegado hasta los ejes más exclusivos y caros de las ciudades. Inditex acaba de echar el cierre de su marca Uterqüe en la calle más cara de España, Portal de l'Àngel de Barcelona. La covid ha sido el de-

tonante, pero la mecha (el empuje del comercio *online*) estaba encendida. “La crisis derivada de la pandemia ha acelerado los planes de transformación de los principales grupos, especialmente en sectores como la moda”, argumenta Paul Santos Robson, director de Inversiones Retail en CBRE España. “Las cadenas como Inditex ya tenían como estrategia reducir su número de tiendas para centrarse en locales más grandes; la covid ha acelerado el proceso de concentración”, añade Augusto Lobo, director de Retail de JLL España.

Sea como fuere, si hace un año la tasa de disponibilidad en la calle de Serrano (Madrid) era del 8%, ahora es del 12%, según los cálculos de CBRE. En el paseo de Gràcia (Barcelona), ha pasado del 8% al 10% en un año. La diferencia es que este mercado, el de loca-

les exclusivos, está en manos de *family offices* e inversores institucionales (aseguradoras, fondos de pensiones...) con más capacidad para renegociar rentas, con bonificaciones o carencias en el pago. Su pulmón es mucho mayor que el de los dueños de locales en barrios menos representativos. También lo es el pulmón de sus inquilinos.

“Hay mucha negociación, hasta final de año e incluso hasta 2021. No olvidemos que el gran protagonista es el operador y es quien marcará el precio del mercado”, indica Susana Elhombre, directora de High Street en CBRE España. “Hasta el momento han sido clave las renegociaciones para salvar la situación actual, siempre sujetas a revisiones en función de la evolución. Se ve mucha más colaboración como socios entre propietarios e inquilinos que antes de la pandemia”, apunta Espadas.

En la joya comercial de Madrid, compuesta por siete calles —Gran Vía, Preciados, Puerta del Sol, Fuencarral, Serrano, Ortega y Gasset y Goya—, “hay 55 locales disponibles de un *stock* de 745, lo que supone una tasa de vacancia del 7,25%”, de acuerdo con el análisis de CBRE. “Se ve un cambio porque en un mercado sano se tendría que mover entre el 3% y el 5%”, indica Santos Robson. Más de lo mismo en el tesoro comercial de Barcelona —avenida Diagonal, paseo de Gràcia, Portal de l'Àngel, Portaferrissa, Rambla de Cataluña, Las Ramblas, Pelayo—, donde “hay más de 50 locales disponibles de un total de 850, lo que representa el 6,5%”.

Inevitablemente esto ha impactado en las rentas, que han caído entre un 10% y un 15% en los ejes *prime* y en algunos casos al 20%, identifica Susana Elhombre según las negociaciones que se están cerrando. En el caso de las tiendas ubicadas en centros comerciales, el descuento ronda entre el 30% y el 40%.

Demasiado goloso. “Los inversores institucionales están a la espera de ver si hay ajuste en las rentabilidades por parte de los propietarios. El interés sigue existiendo a la espera de ajuste de precio”, arguye Espadas. Los supermercados y comercios de conveniencia están pasando a tener un papel de peso en las estrategias tanto de inversores institucionales internacionales como de privados nacionales y *family offices* de América Latina, añade.

Las cadenas también están a la espera de tener más certidumbres, aunque el recorte en los precios las animará más pronto que tarde. Además, “veremos nuevos operadores que no estaban en calles principales acercándose a las zonas *prime*. Nuevas marcas del sector servicios y tecnologías que no estaban van a tomar posiciones”, comenta Elhombre.

Hay oportunidades. Quien arriesgue y apueste por abrirse camino en España va a tener más oportunidades de expansión y menos competencia. Porque para 2021 estos analistas esperan que se reactive la demanda y se recuperen tanto las transacciones como las rentas en estos ejes *prime*.

El número de inmuebles disponibles a finales de año crecerá en torno al 40% en España

Las rentas de las vías más caras han bajado entre un 10% y un 15%, según CBRE

En el Madrid *prime* la tasa de tiendas vacantes llega al 7,25%, por encima de lo habitual