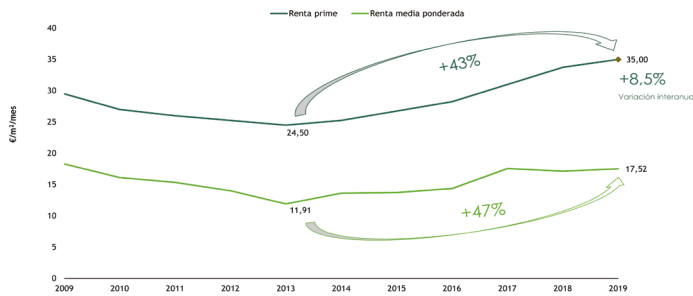


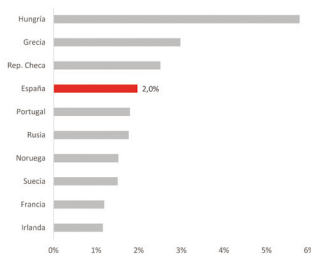
OFICINAS 2º TRIMESTRE 2019

EVOLUCIÓN RENTA PRIME Y RENTA MEDIA. Fuente: CBRE.

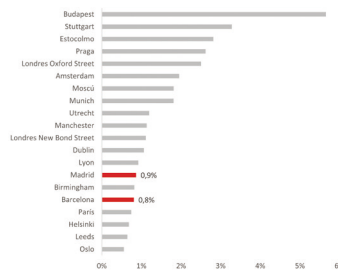


LOCALES COMERCIALES 2º TRIMESTRE 2019

Crecimiento anual de rentas en centros comerciales. Fuente: JLL.

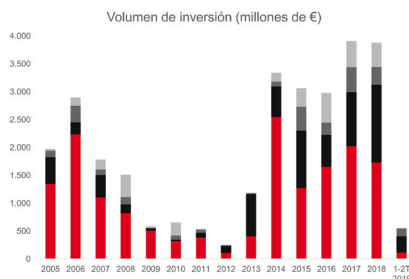


Crecimiento anual de rentas de locales en calle. Fuente: JLL.



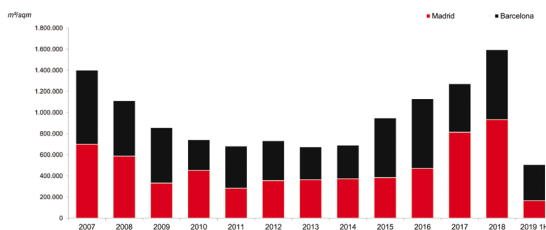
RETAIL 2º TRIMESTRE 2019

INVERSIÓN RETAIL. Volumen de inversión en millones de euros. Fuente: JLL.

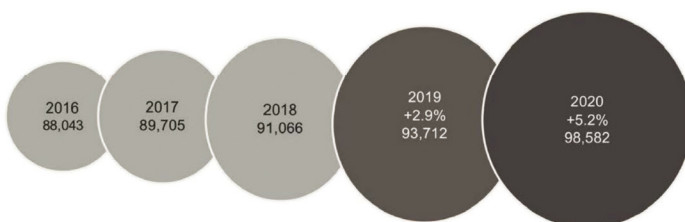


LOGÍSTICA 2º TRIMESTRE 2019

NAVES INDUSTRIALES. Oferta y demanda. Fuente: JLL.



RESIDENCIAS DE ESTUDIANTES. Incremento del nº de camas. Fuente: JLL.



OPINIÓN DE EXPERTO

HOTELES

Miguel Vázquez
Managing director hotels de Colliers International Spain.



Madrid vive un momento dulce en el sector hotelero. Si bien ha sido siempre el principal polo económico del país y lugar donde se han ubicado históricamente las sedes de las principales corporaciones nacionales e internacionales, en el campo de la demanda de ocio su posicionamiento desmerecía respecto a otras capitales europeas. Todo ello ha condicionado el perfil de su demanda, con una menor presencia de clientes internacionales respecto a otras ciudades europeas comparables. En los últimos 10 años ha experimentado una importante transformación, ampliación del aeropuerto (duplicando su capacidad), peatonalización de la zona centro, haciendo más amable el centro histórico para el turista, potenciación de la actividad ferial y de congresos, etc. Por tanto, esto ha servido para incrementar significativamente las pernoctaciones y producir un cambio en el perfil de la demanda (61% de las pernoctaciones son internacionales vs 56% hace 5 años) y con un mayor enfoque al ocio. Queda todavía mucho por llegar, los grandes proyectos urbanísticos, la nueva ampliación de la feria y el efecto llamada que seguirá generando la reciente entrada de marcas internacionales como Four Seasons, Mandarin Oriental, Hyatt, W, Edition o Hard Rock atraídas por las buenas perspectivas del destino.

RETAIL

Eva Cuesta
Directora general de Acerta en España



España es el segundo mercado europeo que más parques comerciales abrió en 2018. La inversión inmobiliaria en retail ascendió a 3.600 millones de euros, de los cuales 1.900 fueron a centros comerciales. Se espera que 2019 cierre por encima de los 400.000 nuevos metros² y que en 2020 se superen los 600.000 metros², la cifra más alta desde el 2008.

Con el crecimiento del comercio electrónico y la fuerte competencia, los centros deben invertir continuamente para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes. En este sentido, el sector vive un momento muy propicio a la rehabilitación permitiendo a los centros más antiguos competir con las propuestas más innovadoras.

Tanto los propietarios como los operadores tienen que dar un giro diferencial a los activos para darles un valor añadido. El ocio está ganando espacio con experiencias gastronómicas más allá del fastfood, salas de cine, espacios deportivos e infantiles... Se trata de aportar experiencias al cliente.

Por otra parte, la tecnología será clave en el desarrollo de experiencias en los centros comerciales, ya que proporcionan herramientas para hacer más atractiva la visita, además de ofrecer eventos y actividades diferenciarse