

Informe High Street 2024

ESPAÑA | PORTUGAL



HERMÈS



ARETAIL
PRIME LOCATIONS

gesvalt®



gesvalt[®]

ESPAÑA

O1 A Coruña

Plaza Lugo

>

O2 BarcelonaPelai | Diagonal | Portaferrissa | Rambla de Catalunya |
Portal de l'Àngel | Passeig de Gràcia

>

O3 Bilbao

GranVíaLópez de Haro

>

O4 Madrid

Ortega y Gasset | Serrano | Preciados | Fuencarral | Gran Vía

>

O5 Málaga

Marqués de Larios

>

O6 Palma de Mallorca

Sant Miquel | Born

>

O7 San Sebastián

Avenida Libertad | Loiola

>

O8 Sevilla

O'Donnell | Velázquez | Tetuán

>

O9 Valencia

Juande Austria | Colón

>

O10 Vigo

Príncipe

>

O11 Zaragoza

Paseo de la Independencia

>

A Coruña

Plaza Lugo



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la población de A Coruña alcanzó los 249.261 habitantes, según el INE. Este dato refleja un leve incremento respecto al año anterior, impulsado principalmente por el saldo migratorio positivo y el crecimiento moderado de la población en Galicia. A Coruña, uno de los principales núcleos urbanos del noroeste de España, sigue consolidándose como un centro dinámico en términos sociales y eco-nómicos.

La renta bruta media en la ciudad se situó en torno a los 33.810 euros, según los datos más recientes disponibles de renta, ocupando la segunda posición en su provincia, por detrás de Oleiros que se mantiene en primera posición. En cuanto al empleo, A Coruña registró una tasa de paro del 11,03% en febrero de 2025, muy cercana a la media nacional del 10,4%, gracias a la expansión de los sectores de servicios y logística.

Las exportaciones y el tráfico portuario continúan siendo pilares fundamentales en la economía de esta ciudad. En 2024, el Puerto de A Coruña registró un crecimiento global del 5,23% en sus tráficos. También ha sido un año histórico para los cruceros, con 168 escalas y más de 400.000 pasajeros, con un impacto económico estimado entre 35 y 40 millones de euros en la ciudad y área metropolitana.

Por último, A Coruña destaca también por su dinamismo en el ámbito tecnológico y la apuesta por proyectos sostenibles, lo que ha favorecido la atracción de inversiones en áreas estratégicas.

ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

En 2024, A Coruña consolidó su posición como un importante destino turístico del norte de España. Según datos del INE, las pernoctaciones en la ciudad aumentaron en acumulado durante el 2024 un 3,14% respecto al año anterior, con un crecimiento notable del turismo nacional e internacional. Este dinamismo estuvo impulsado por eventos culturales, festivales y la promoción de sus playas urbanas y el casco histórico.

Durante el verano de 2024, los eventos festivos atrajeron a aproximadamente 660.000 personas, generando un retorno económico cercano a los 90 millones de euros. La ocupación hotelera alcanzó el 90% en agosto, y la estancia media de los turistas aumentó de 3,2 a 3,4 días.

Con su oferta cultural, gastronómica y de servicios, A Coruña refuerza su papel como un referente económico y turístico en el noroeste de España. La ciudad se presenta como un núcleo vibrante que equilibra tradición e innovación, siendo un motor esencial para el desarrollo regional.

Población

249.261 hab.

0,8%
interanual

Renta Bruta Media

33.810 2022

7,71%
interanual

Desempleo

11,03% feb. 25

-7,54%
interanual



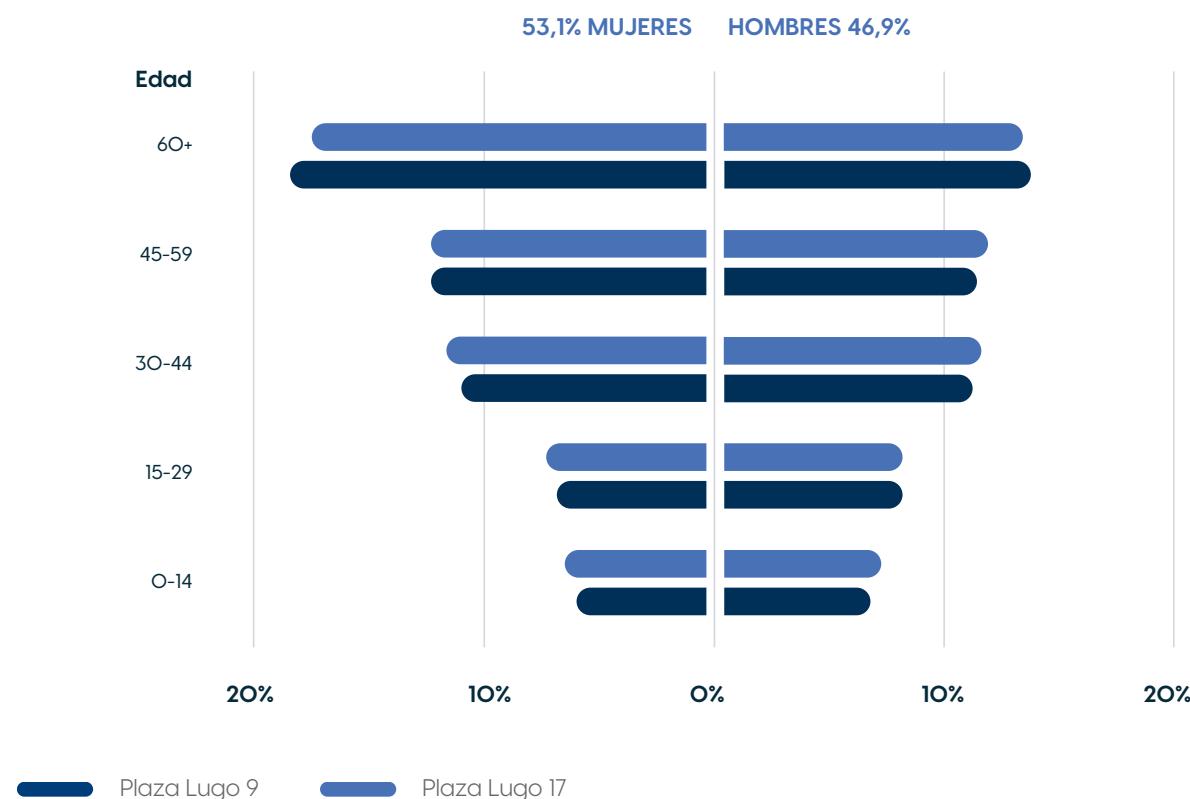
Plaza Lugo

A Coruña



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

18,2Mil €

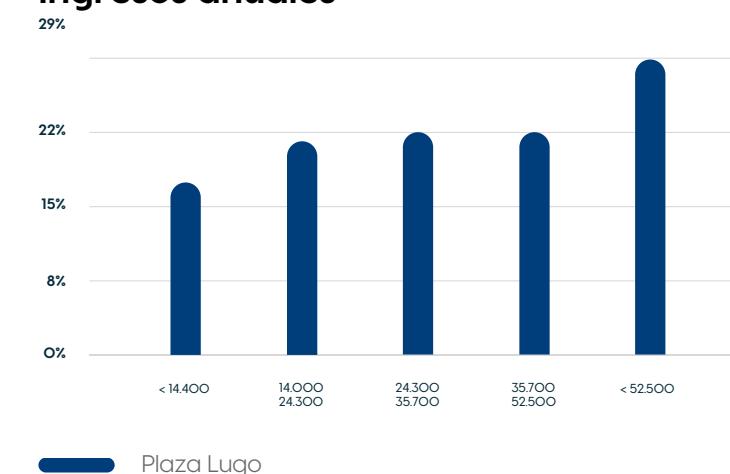
Plaza Lugo

Tamaño medio de los hogares

2,3

Plaza Lugo

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

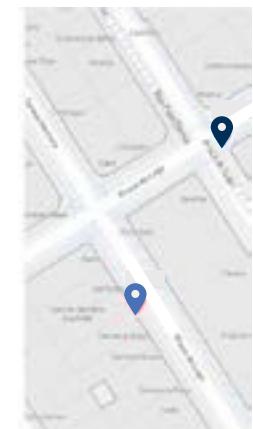
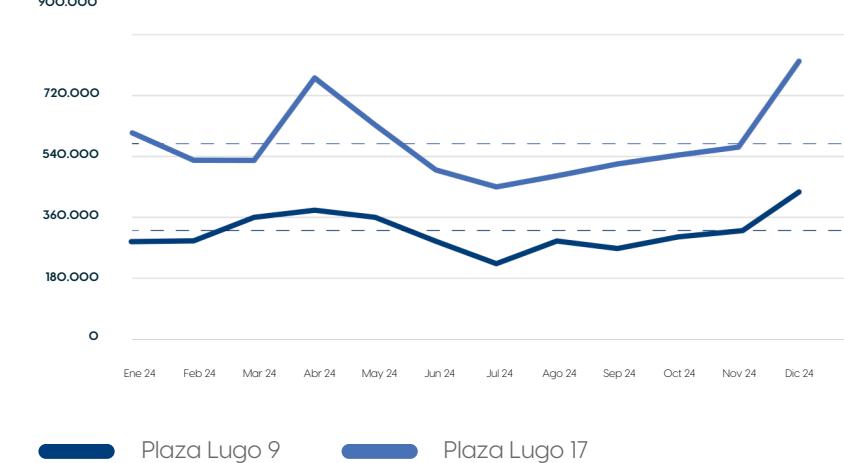
216.700

Plaza Lugo 9

246.000

Plaza Lugo 17

TRÁFICO PEATONAL



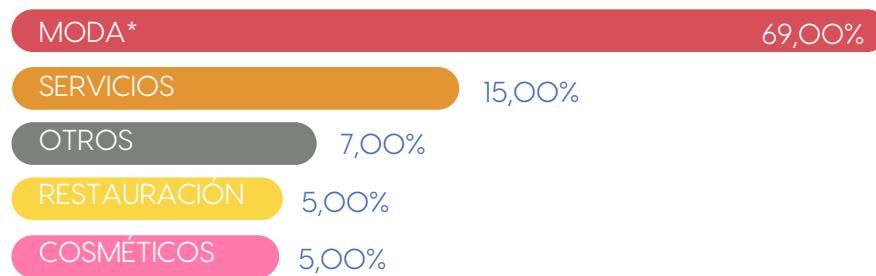
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

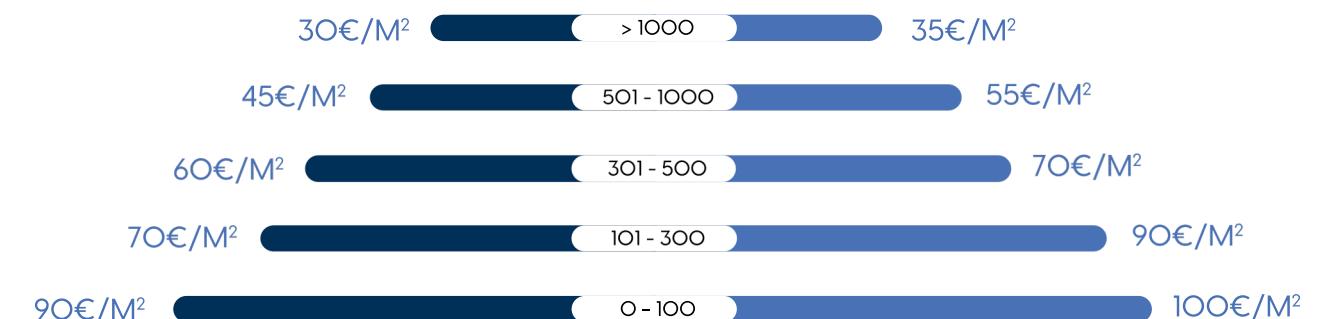


*joyerías/relojerías representa un 10,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
41	0	0,0%

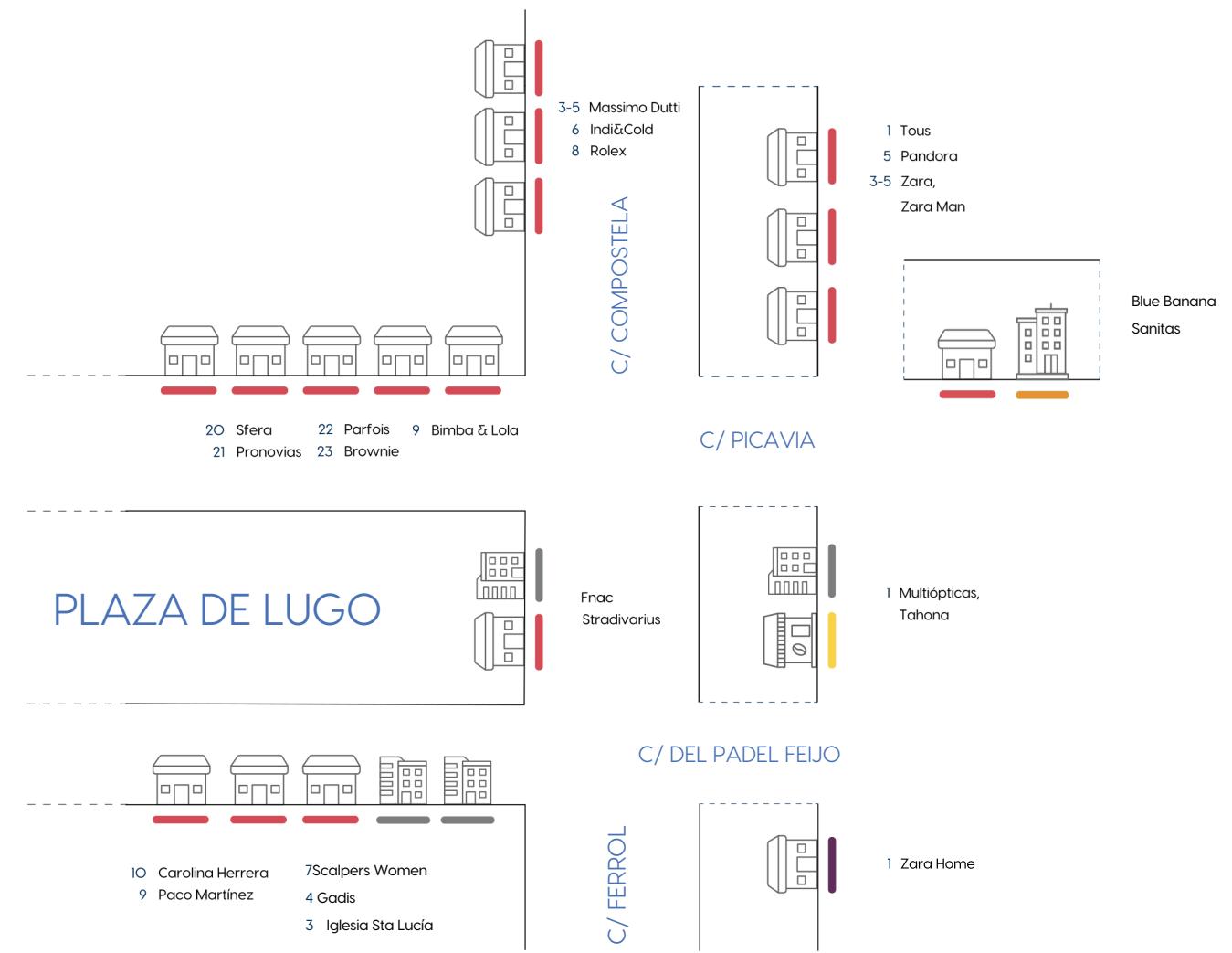
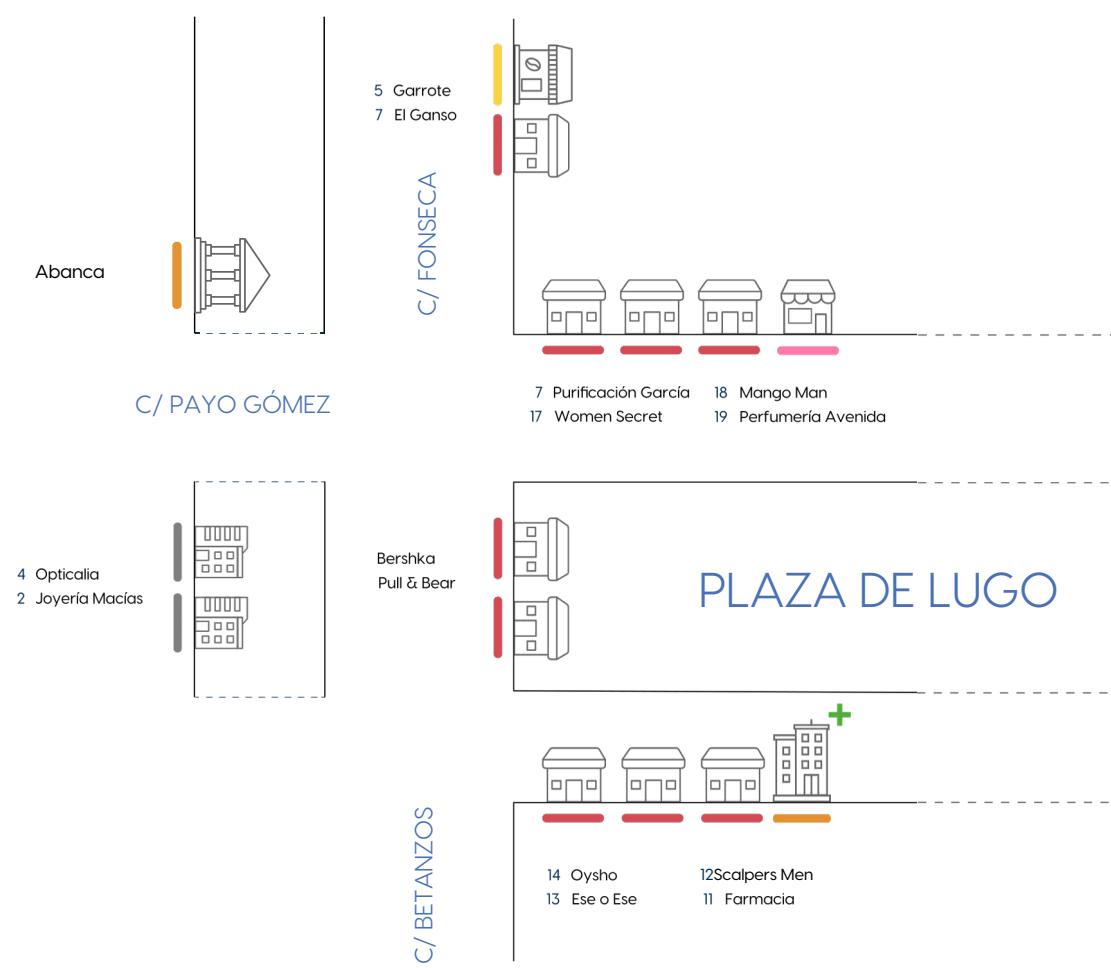
RENTAS SUPERFICIES C/ PLAZA LUGO

€/m²/mes



ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES





HIGHLIGHTS

Desde el punto de vista de la inversión y siguiendo la dinámica de años anteriores, las transacciones en el prime de A Coruña, no son muy numerosas ni en términos de alquileres ni de inversión.

La Plaza Lugo y su entorno se han consolidado como la ubicación de mayor demanda, desplazando a la Calle Real y San Andrés. Debido a la alta rentabilidad que ofrece esta zona comercial, todas las marcas buscan estar presentes como es el caso del Grupo Inditex, que ha seleccionado sus locales en la Plaza de Lugo para implementar y expandir sus nuevos conceptos. Sin embargo, la nula disponibilidad, escasez de locales y el hecho de que las últimas transacciones se han producido de forma off market, propician una situación complicada para aquellas marcas que buscan ocupar una posición en esta plaza.

De todas las ciudades de Galicia, A Coruña destaca por atraer el interés de los principales grupos inversores de toda España, como es el caso del gigante de la moda española, el Grupo Inditex cuyas oficinas centrales están ubicadas en Arteixo.

Debido a la poca transaccionalidad de los últimos años, no hay una referencia concreta de rentabilidad media en la zona prime, si bien y debido a la escasez de producto mencionado anteriormente, la rentabilidad oscilaría mucho entre lo que sería el núcleo de Plaza de Lugo y las ubicaciones en calles aledañas.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

PLAZA LUGO

4,25%

5,0%

 Yield Mínima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Perfumerías Primor abre su primera tienda en A Coruña



Galería de perfumería y cosmética situada en la Plaza de Lugo, que ha iniciado su expansión con su llegada a A Coruña. FOTO: PRIMOR

EDICIÓN BEAUTY PROF | Miércoles, 12 de marzo de 2024, 14:13

Primor inauguró el 12 de marzo su primera tienda en A Coruña, marcando un hito significativo en su expansión nacional. La nueva tienda, ubicada en la calle Cantón Pequeño 15 y 17, ocupa un impresionante espacio de 1000 metros cuadrados distribuidos en dos plantas, elevando los productos de belleza a un nivel completamente nuevo.

Beauty Prof
Revista >

La mítica cervecería Plaza de A Coruña ya es una tienda Scalpers Woman

El local ha sido un acuerdo entre los dueños de la plaza de Lugo y la firma Scalpers Woman para la construcción de una



Exterior de la plaza de Lugo de A Coruña donde se ha instalado la tienda Scalpers Woman.

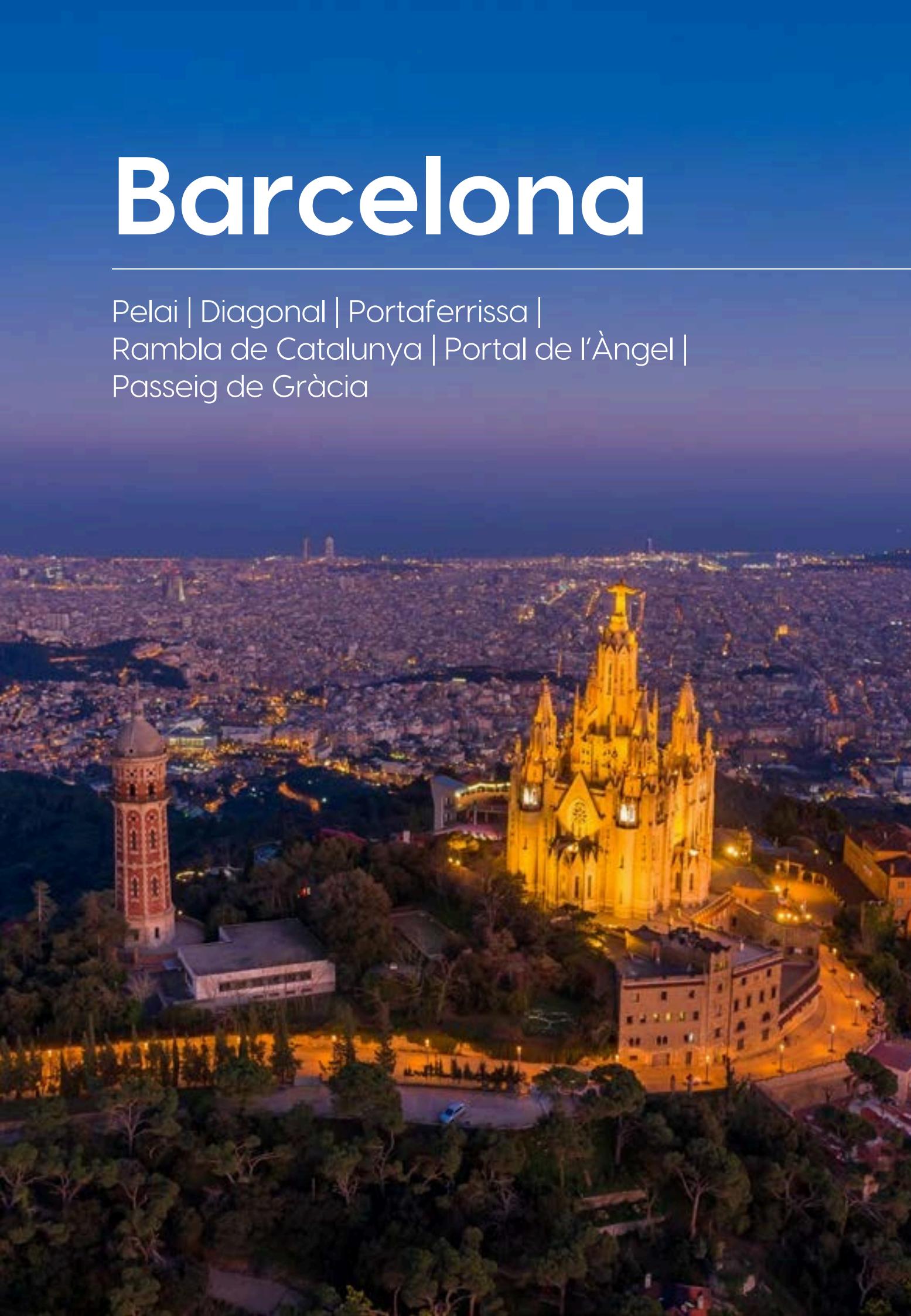
El espacio de la plaza de Lugo de A Coruña cuenta con numerosas tiendas de moda y complementos, así como restaurantes y servicios.

El Ideal Gallego >



Barcelona

Pelai | Diagonal | Portaferrissa |
 Rambla de Catalunya | Portal de l'Àngel |
 Passeig de Gràcia

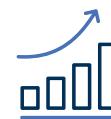


ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

Barcelona ha continuado con su tendencia de crecimiento demográfico, cerrando 2024 con 1.686.208 habitantes, lo que supone un aumento del 1,57% en su población. El crecimiento es especialmente significativo en la población extranjera residente en la ciudad que en el 2024 ha alcanzado el 25,4% de la población total.

La Ciudad Condal cuenta con una renta bruta media de 42.200€, lo que la sitúa en el ranking nacional de rentas más altas, subiendo al puesto 52. En la provincia de Barcelona, municipios como Matadepera, Sant Just Desvern, Cabril y Sant Cugat del Vallès continúan superando a la capital en este aspecto con rentas en torno a los 65.000€.

En términos de desempleo, a diciembre de 2024 la tasa era del 7,18%, ligeramente inferior a la tasa del año anterior y, muy por debajo de la media nacional.



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Según el INE, Barcelona registró un aumento del 2,22% en el número de viajeros en 2024, con un crecimiento del 4,4% entre turistas internacionales, que representan el 83% del total. Las pernoctaciones también crecieron un 2,6% respecto al año anterior.

El gasto promedio por persona y día alcanzó casi 100 euros, generando un impacto económico histórico.

Asimismo, aumentaron la duración de las estancias y los precios de alojamiento en todas las zonas. La estrategia de Barcelona se enfocó en atraer grandes congresos y convenciones, mejorando la calidad del turismo.

En el sector retail, Barcelona mostró una recuperación significativa en 2024, impulsada por la afluencia de turistas y el aumento del gasto. Las perspectivas son positivas, con una inversión que se espera mantener estable gracias a la reducción de los tipos de interés. Este dinamismo consolida a la ciudad como un destino líder en turismo y comercio durante 2024.

Población

1.686.208 hab.

1,57%
interanual

Renta Bruta Media

42.200 2022

5,57%
interanual

Desempleo

7,18% feb. 25

-2,31%
interanual

Pelai

Barcelona



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

20,1Mil €

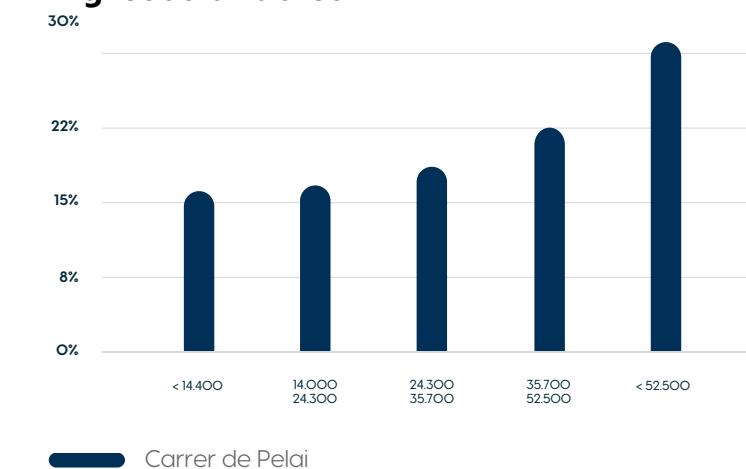
Carrer Pelai

Tamaño medio de los hogares

2,4

Carrer de Pelai

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

8,76M

Pelai 8

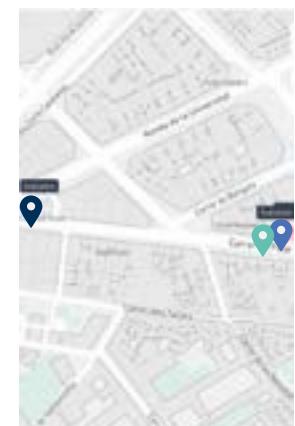
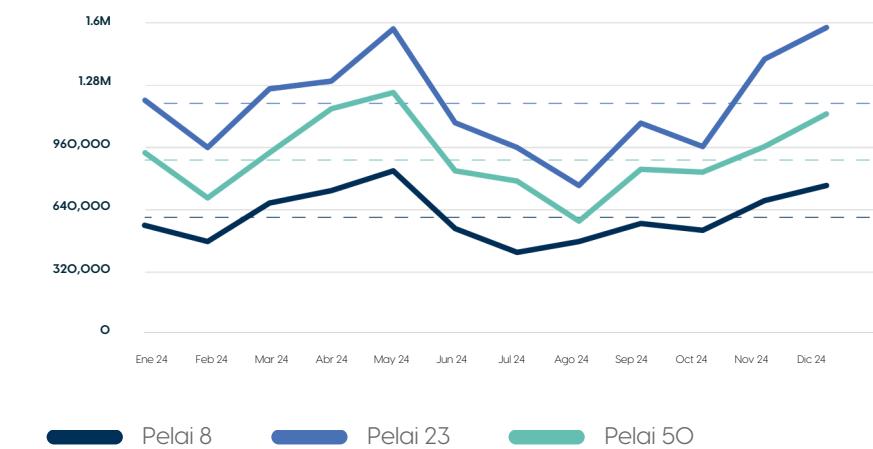
3,19M

Pelai 23

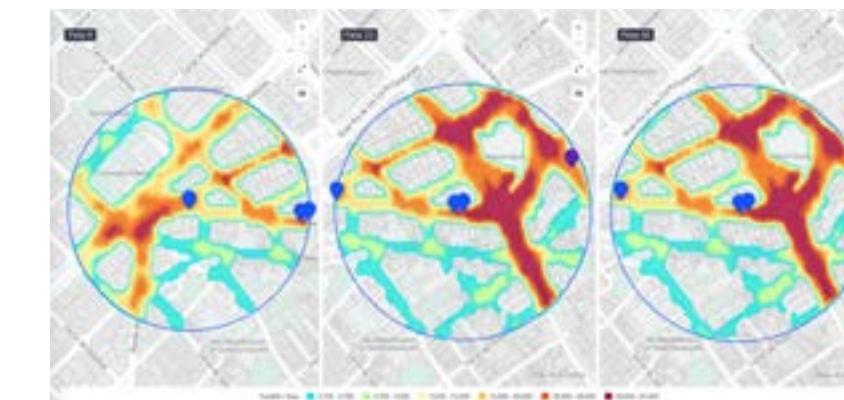
8,76M

Pelai 50

TRÁFICO PEATONAL



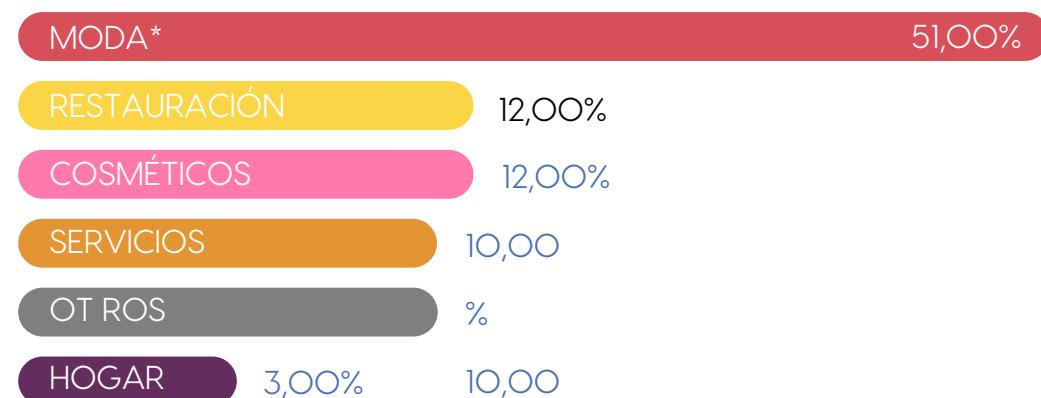
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

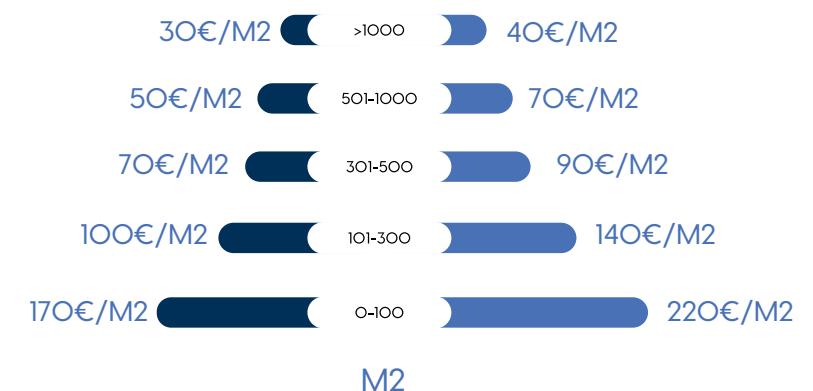


*joyerías/relojerías representa un 3,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
60	1	2,00%

RENTAS SUPERFICIES C/ PELAI

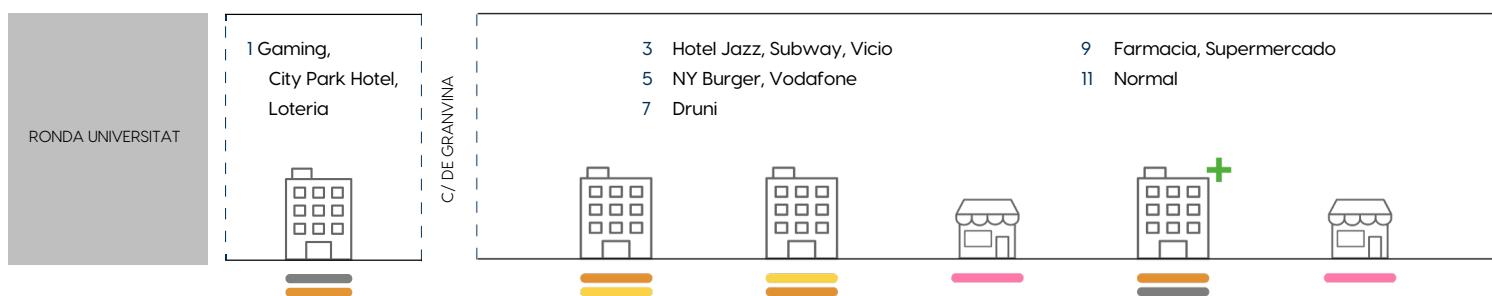
€/m²/mes



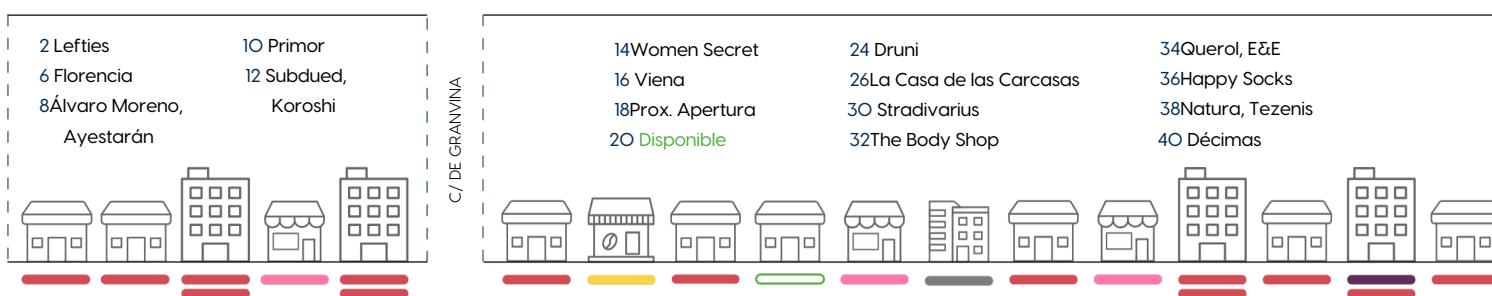
M²

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES



C/PELAI



Diagonal

Barcelona



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



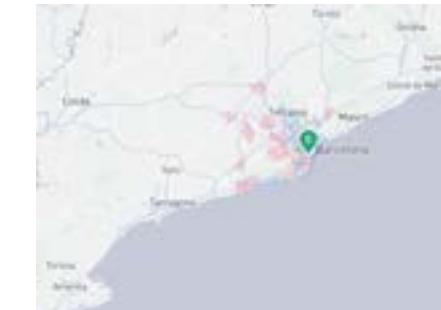
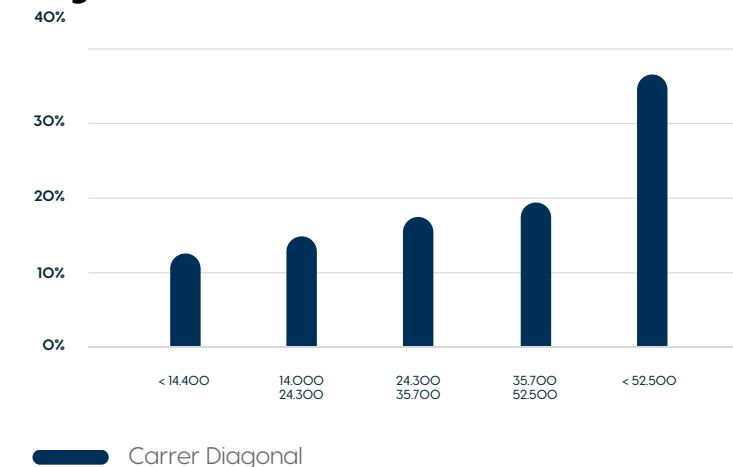
Poder adquisitivo medio

22Mil €
Carrer Diagonal

Tamaño medio de los hogares

2,4
Carrer Diagonal

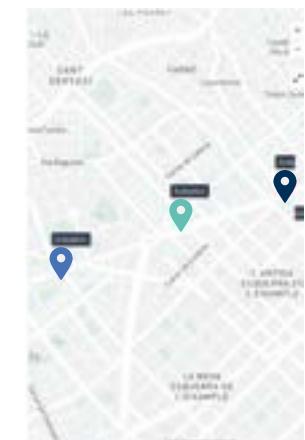
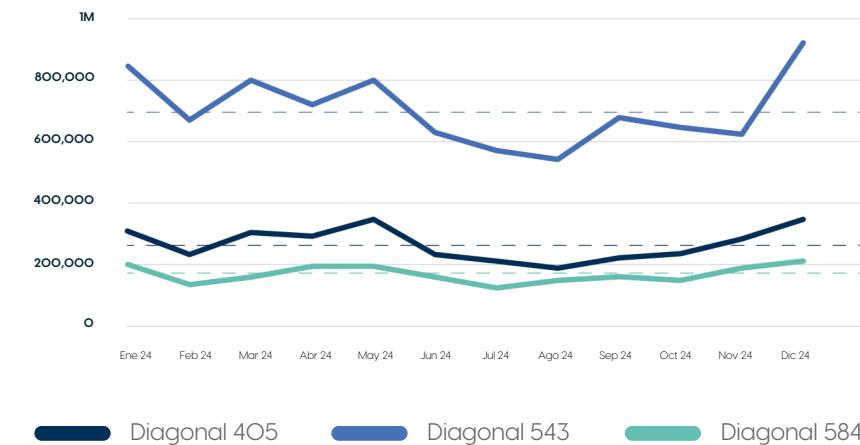
Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

1,8M
Diagonal 405 **1,84M**
Diagonal 543 **1,33M**
Diagonal 584

TRÁFICO PEATONAL



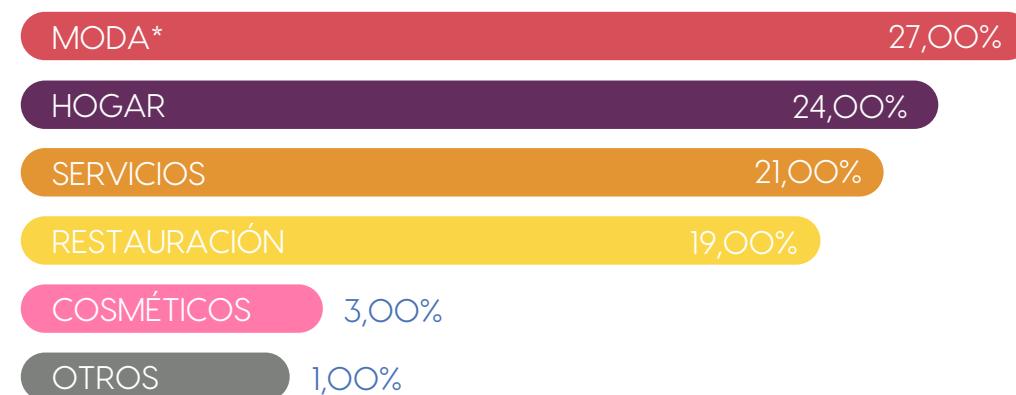
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 4,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
115	6	5,00%

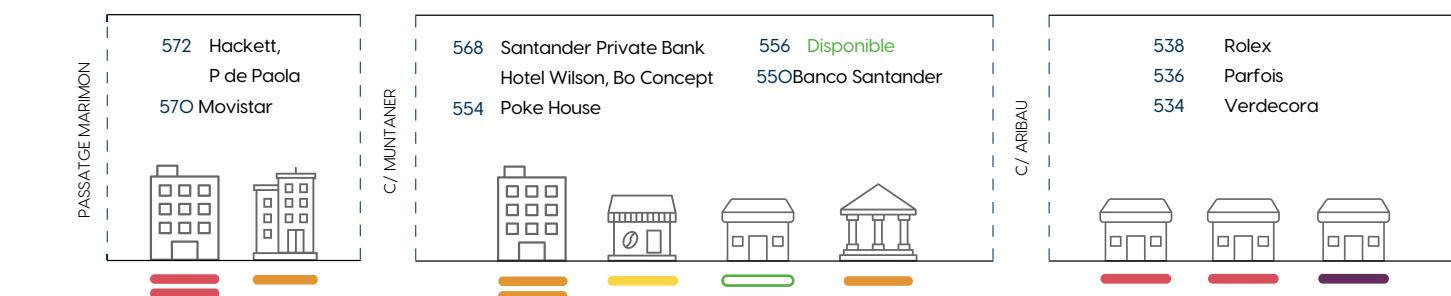


ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

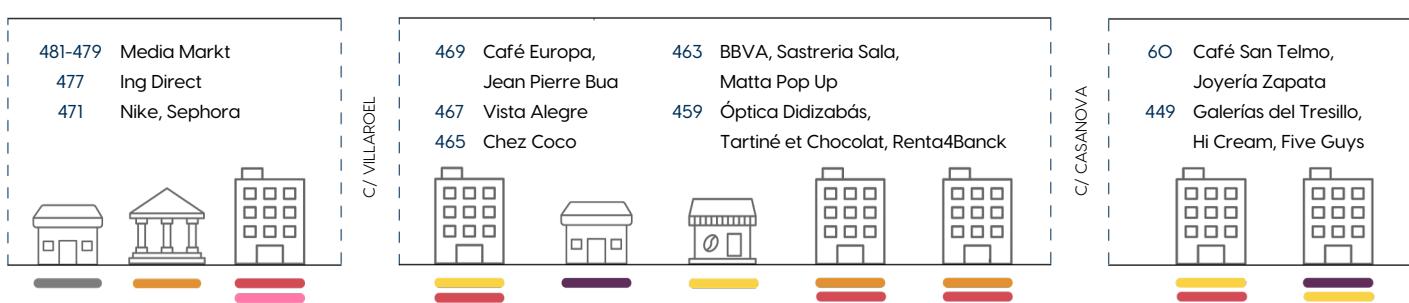
Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ● LOCALES DISPONIBLES



C/DIAGONAL



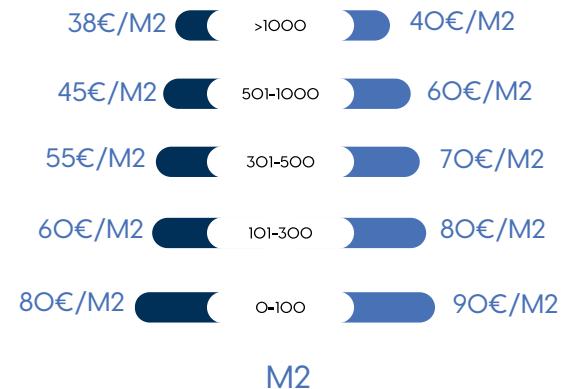
C/DIAGONAL





RENTAS SUPERFICIES C/ DIAGONAL

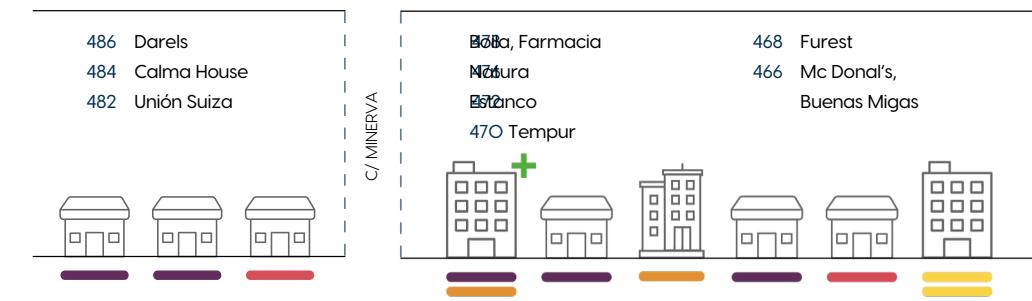
€/m²/mes



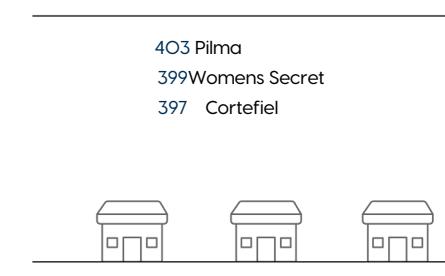
RENTA M²ÍNIM
RENTA M²ÁXIM



C/DIAGONAL



C/DIAGONAL



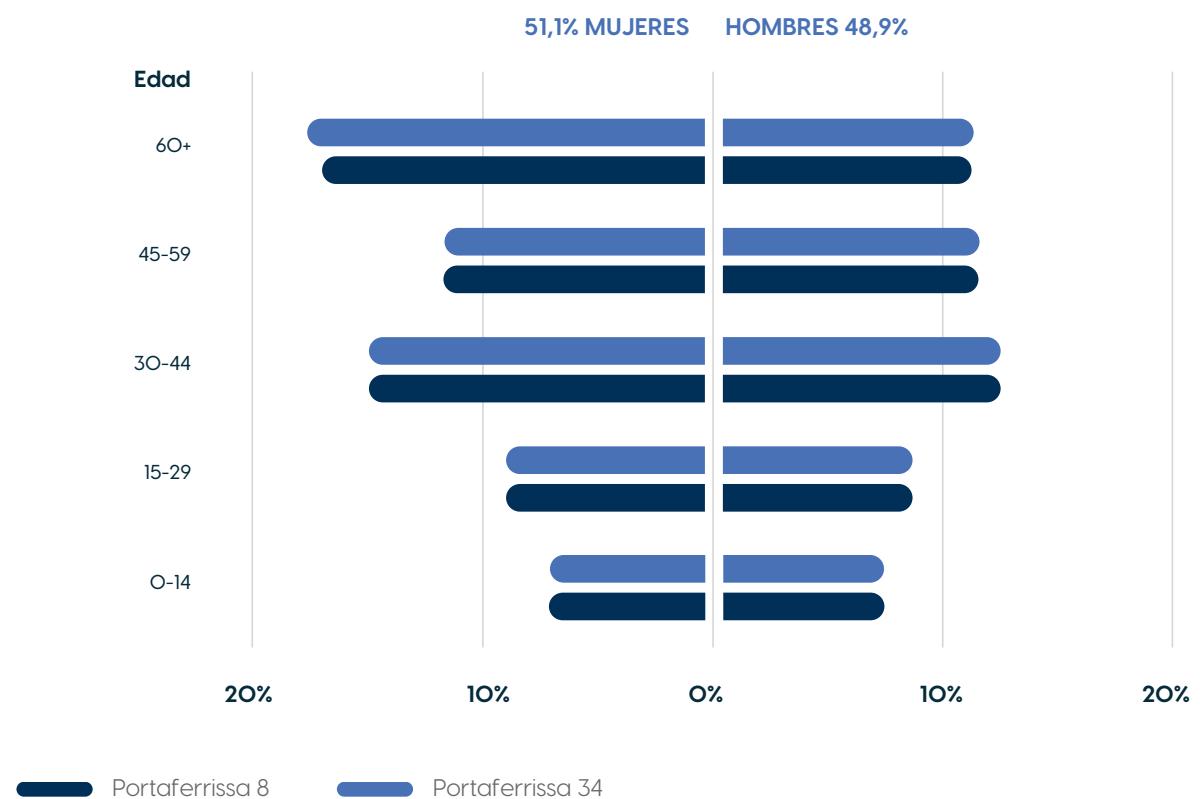
Portaferrissa

Barcelona



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

19,8Mil €

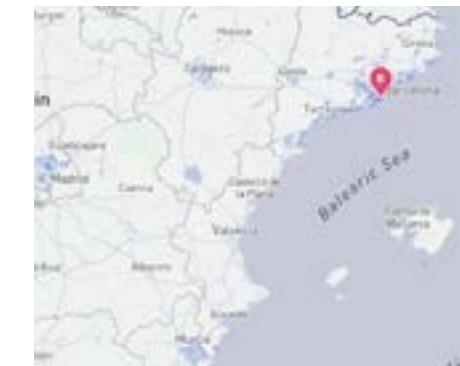
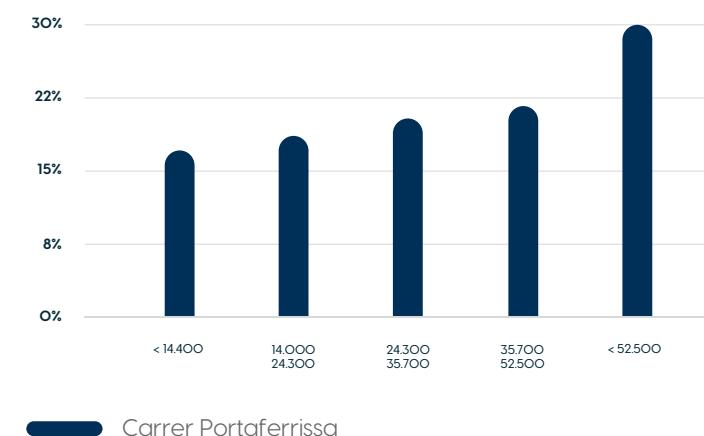
Carrer Portaferrissa

Tamaño medio de los hogares

2,4

Carrer Portaferrissa

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

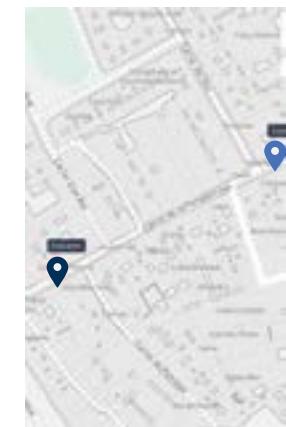
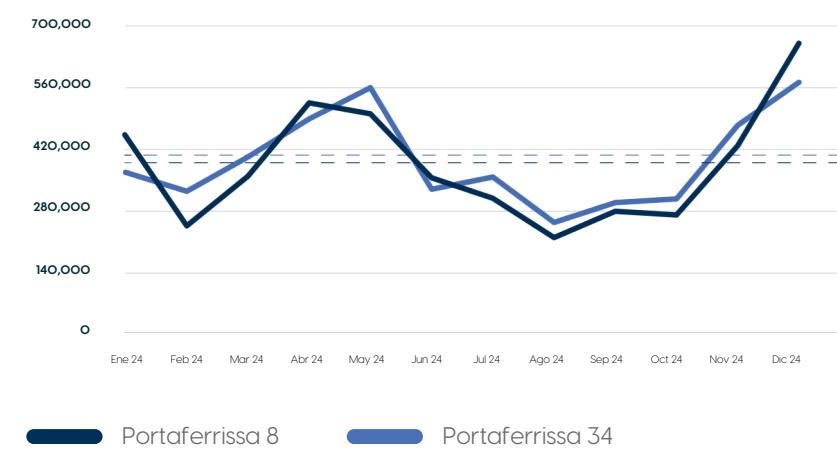
4,41M

Portaferrissa 8

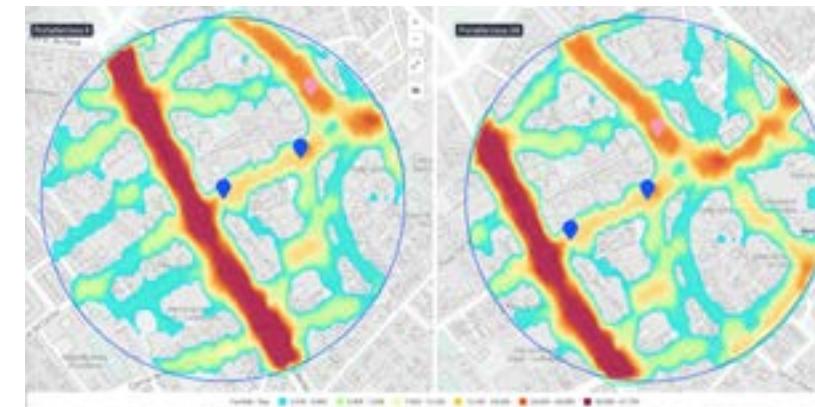
4,41M

Portaferrissa 34

TRÁFICO PEATONAL



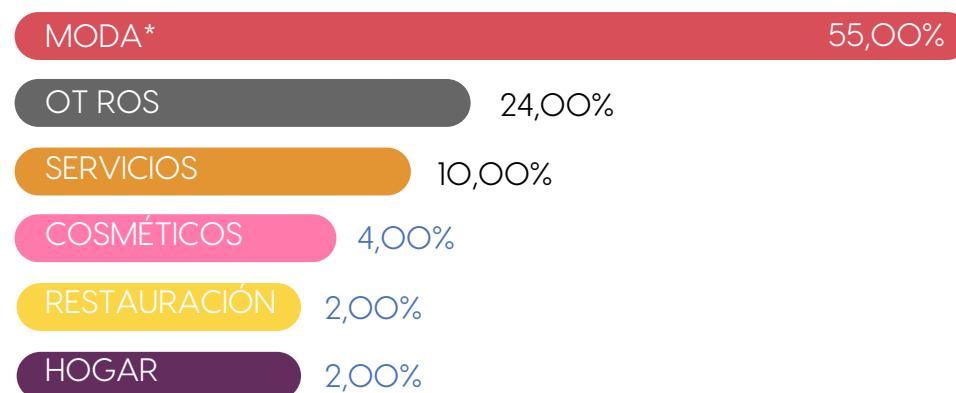
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

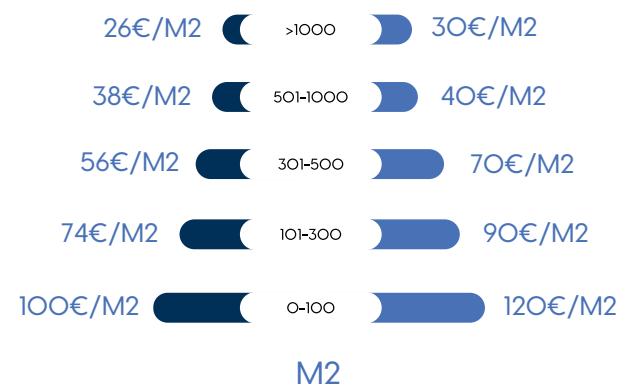


*joyerías/relojerías representa un 2,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
51	2	4,00%

RENTAS SUPERFICIES C/ PORTAFERRISSA

€/m²/mes



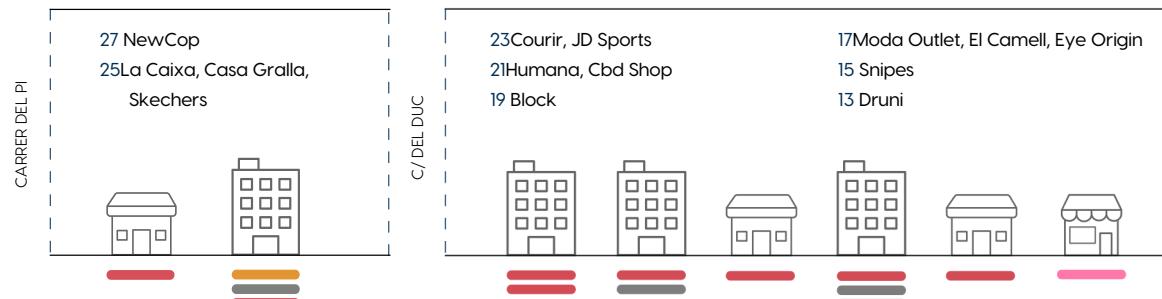
M2

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

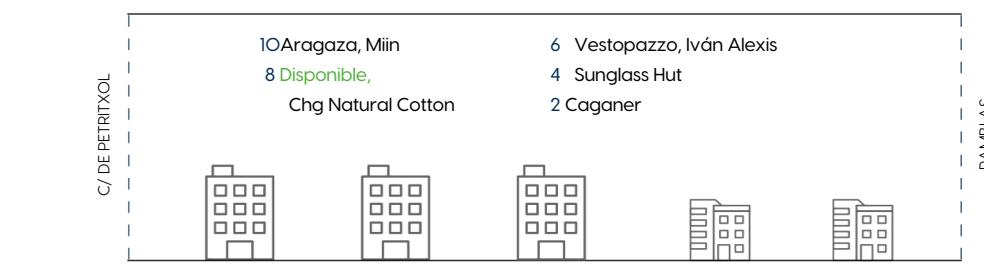
Nº N° DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES



C/PORTAFERRISSA



C/PORTAFERRISSA



C/PORTAFERRISSA



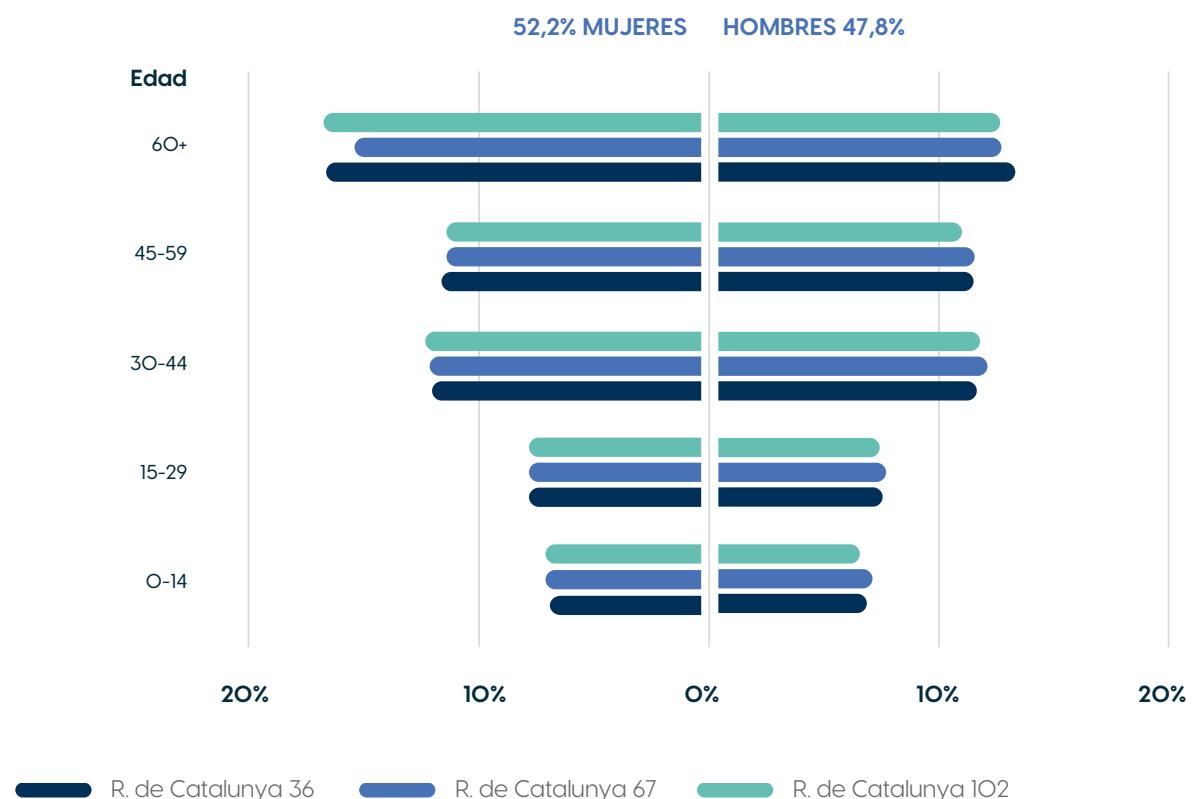
Rambla de Catalunya

Barcelona



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



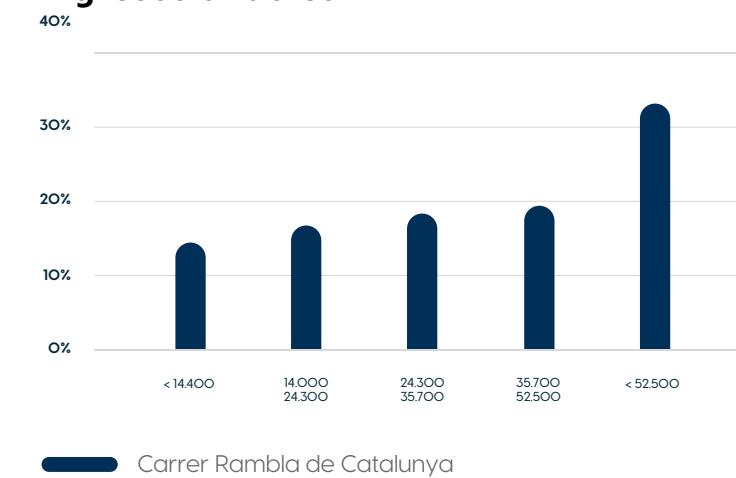
Poder adquisitivo medio

20,8Mil €
Carrer Rambla de Catalunya

Tamaño medio de los hogares

2,4
Carrer Rambla de Catalunya

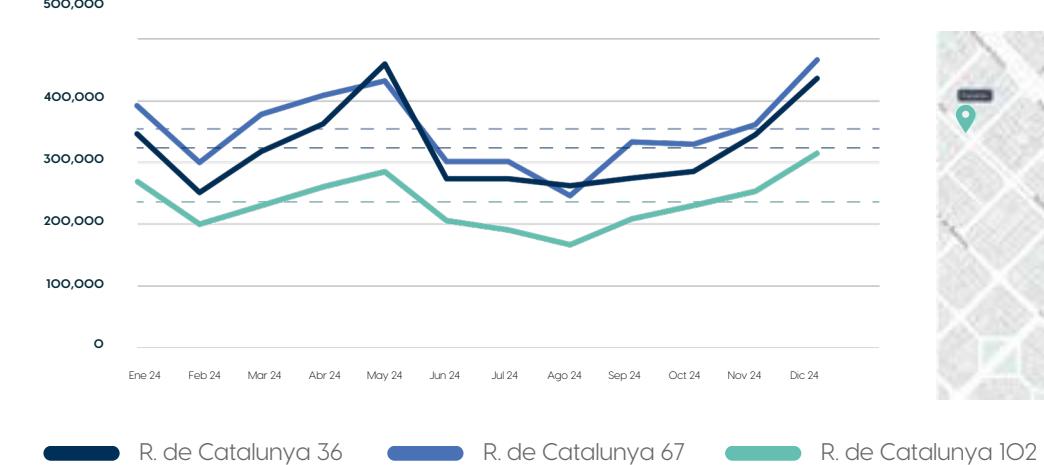
Ingresos anuales



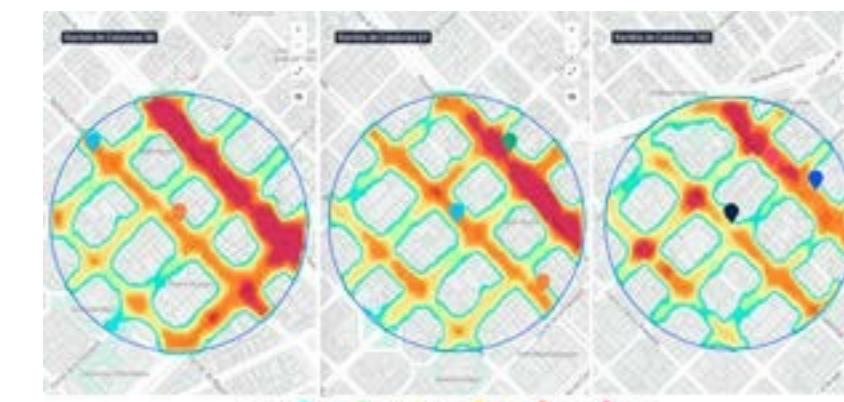
Mercado potencial (habitantes)

2,56M R. de Catalunya 36 **3,19M** R. de Catalunya 67 **1,8M** R. de Catalunya 102

TRÁFICO PEATONAL



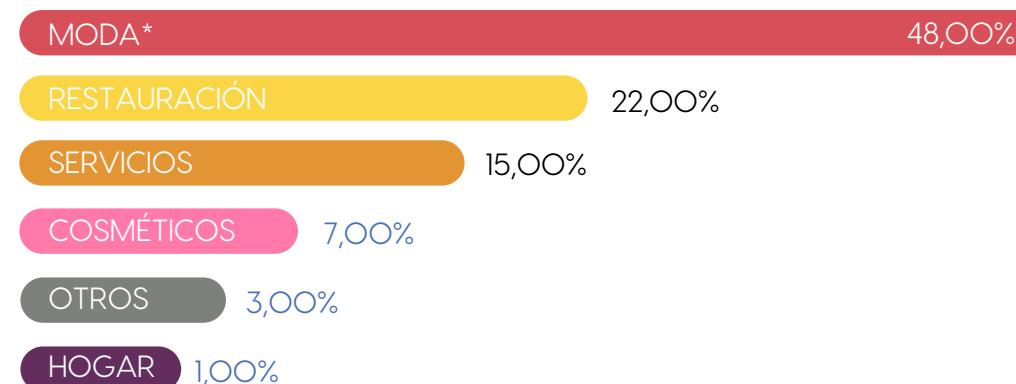
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



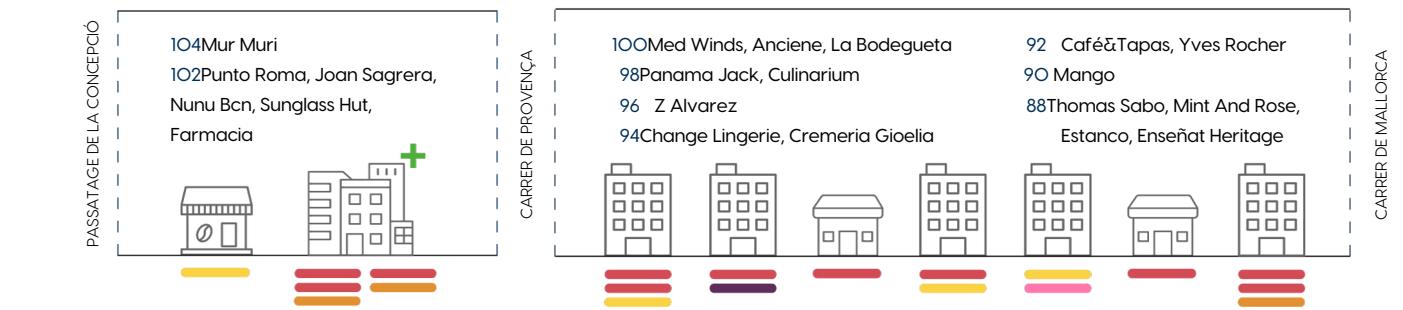
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
230	7	3,00%



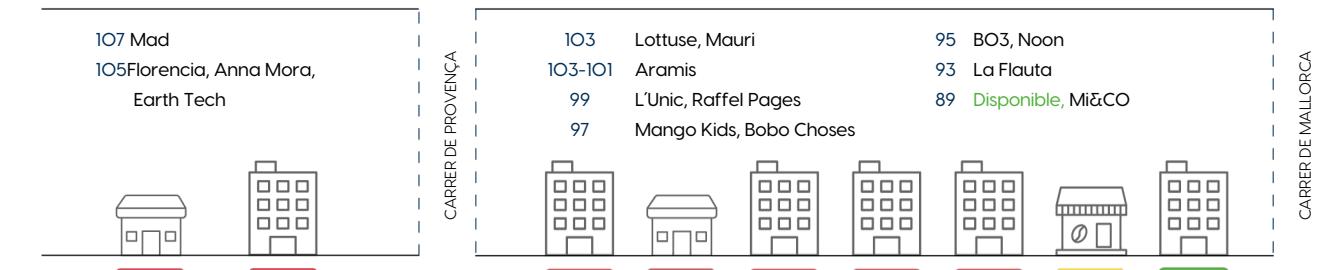
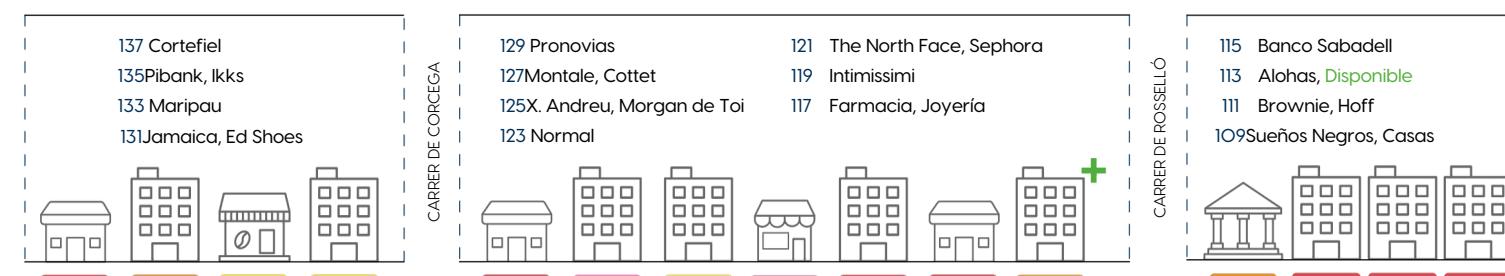
ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

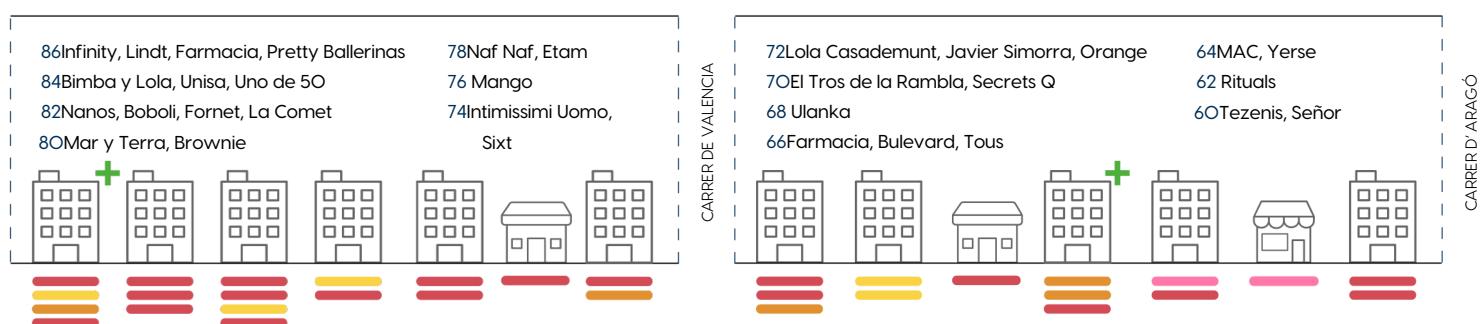


RAMBLA DE CATALUNYA

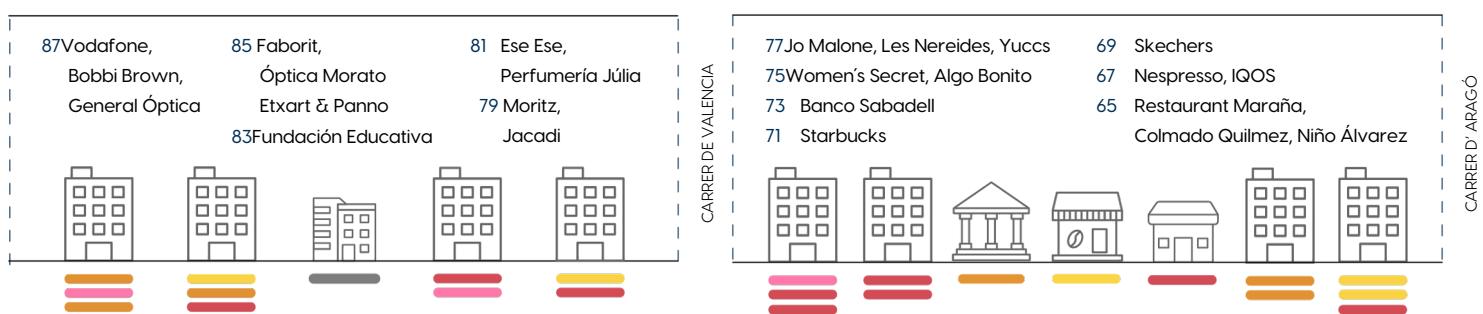


RAMBLA DE CATALUNYA

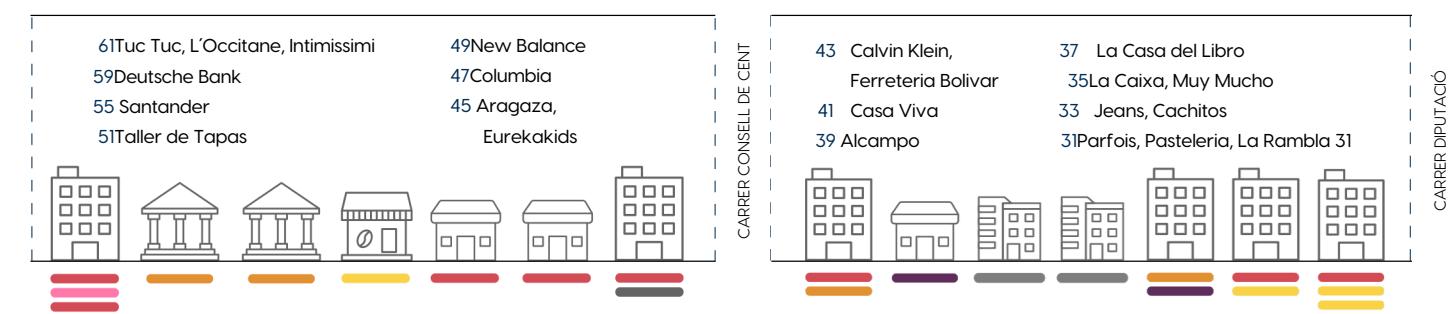




RAMBLA DE CATALUNYA

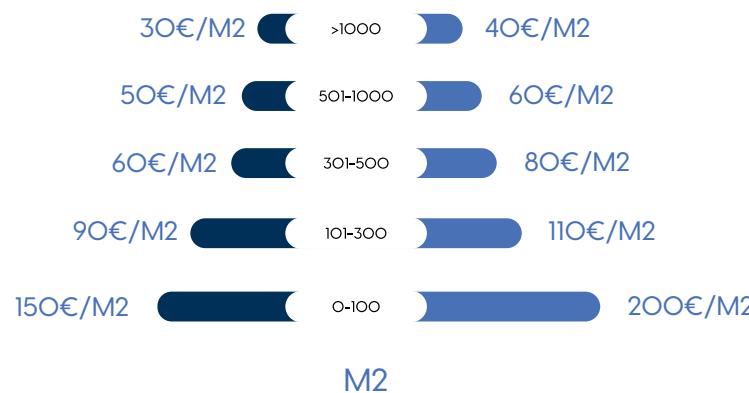


RAMBLA DE CATALUNYA



RENTAS SUPERFICIES C/ RAMBLA DE CATALUNYA

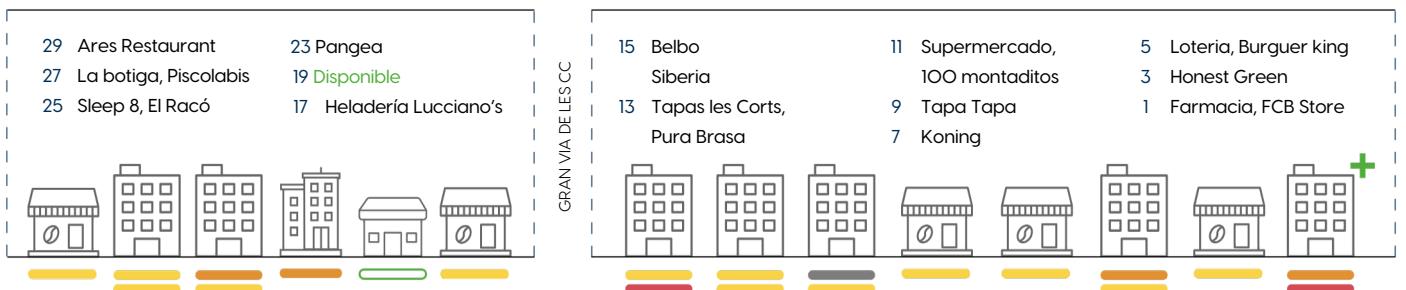
€/m²/mes



RENTAM M²ÍNIM
RENTA M ÁXIMA



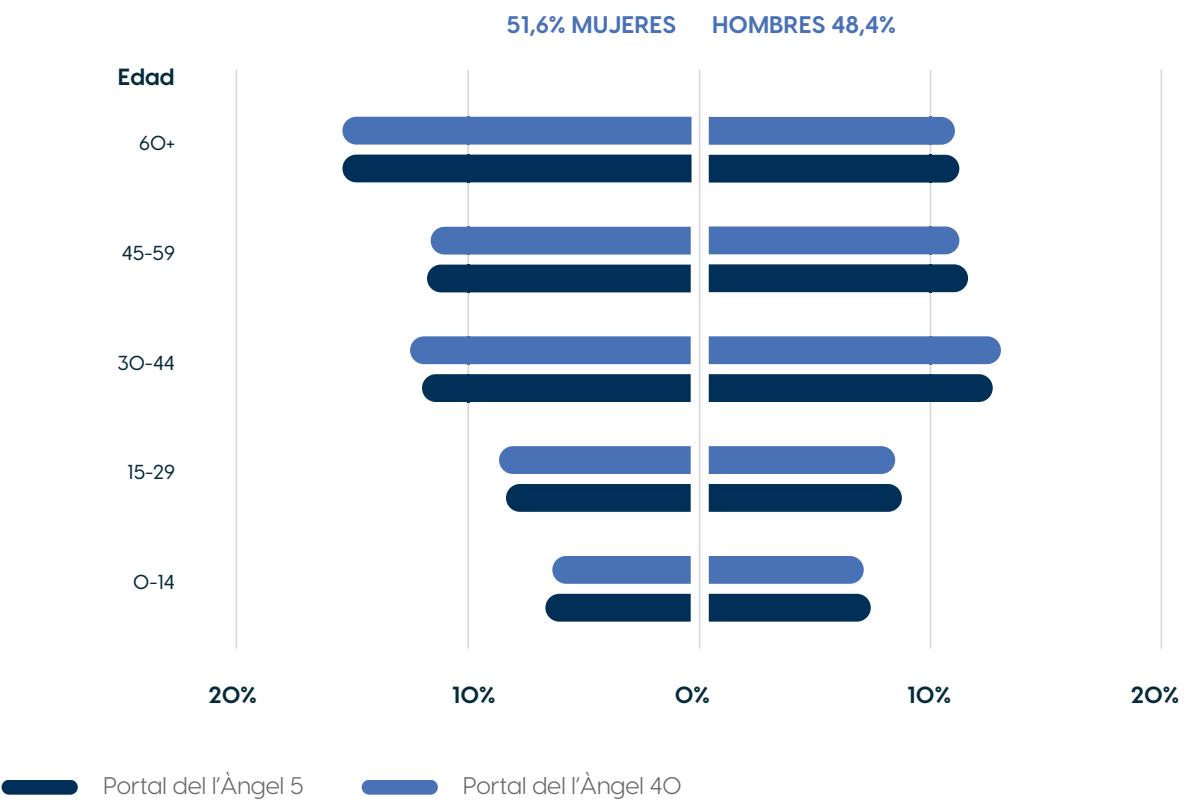
RAMBLA DE CATALUNYA



Portal de l'Àngel Barcelona

DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

20,3 Mil €

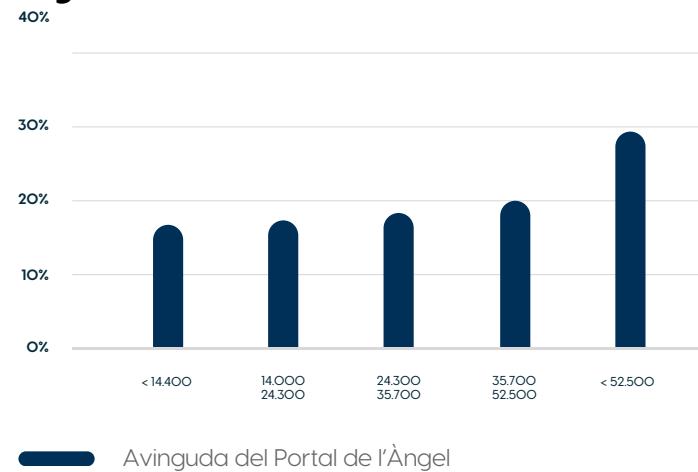
Avinguda del Portal de l'Àngel

Tamaño medio de los hogares

2,4

Avinguda del Portal de l'Àngel

Ingresos anuales

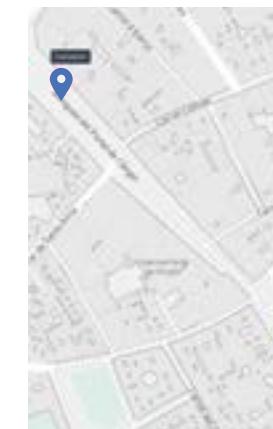
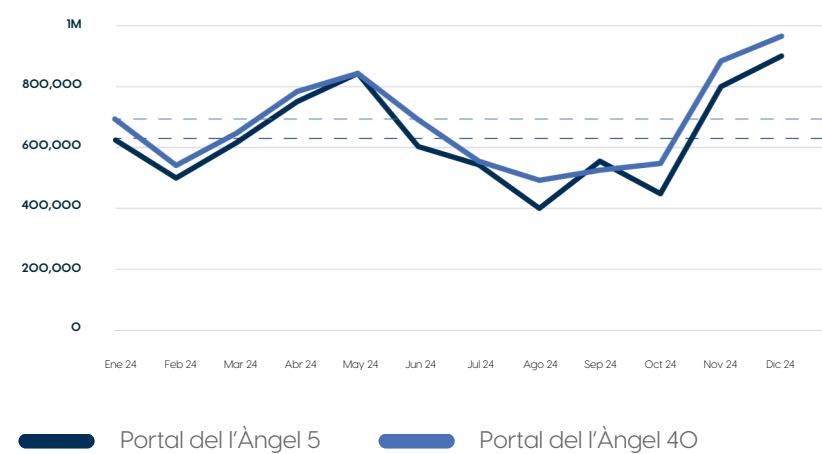


Mercado potencial (habitantes)

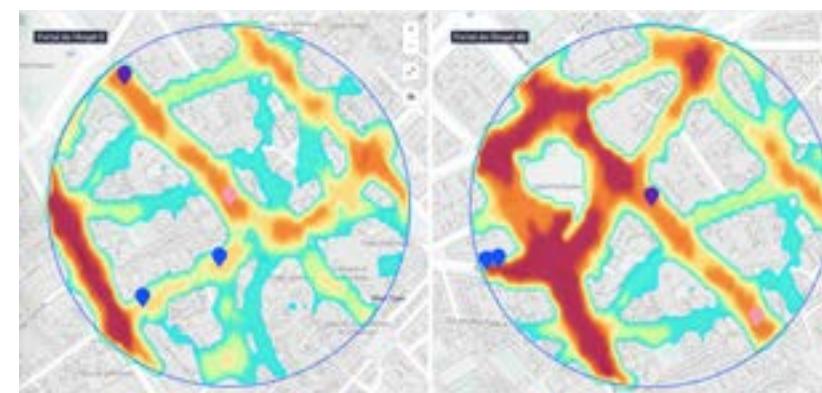
8,76M
Portal del l'Àngel 5

2,77M
Portal del l'Àngel 40

TRÁFICO PEATONAL



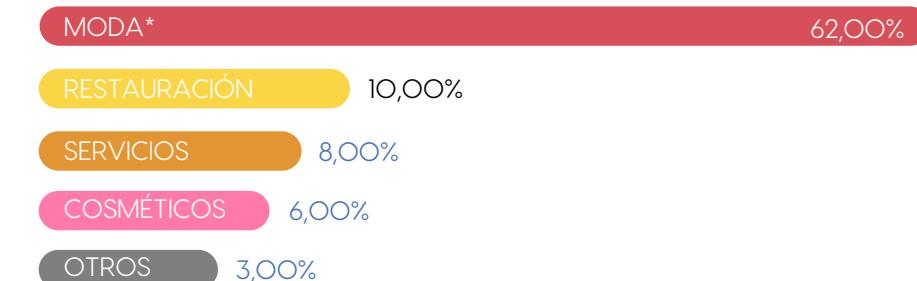
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 10,00% y se incluyen en la categoría moda

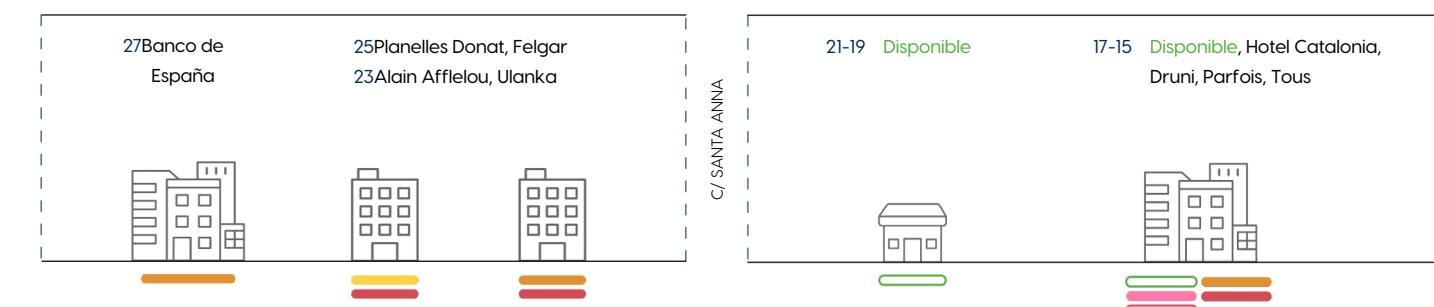
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
71	8	11,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE MODA JOYERÍA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES

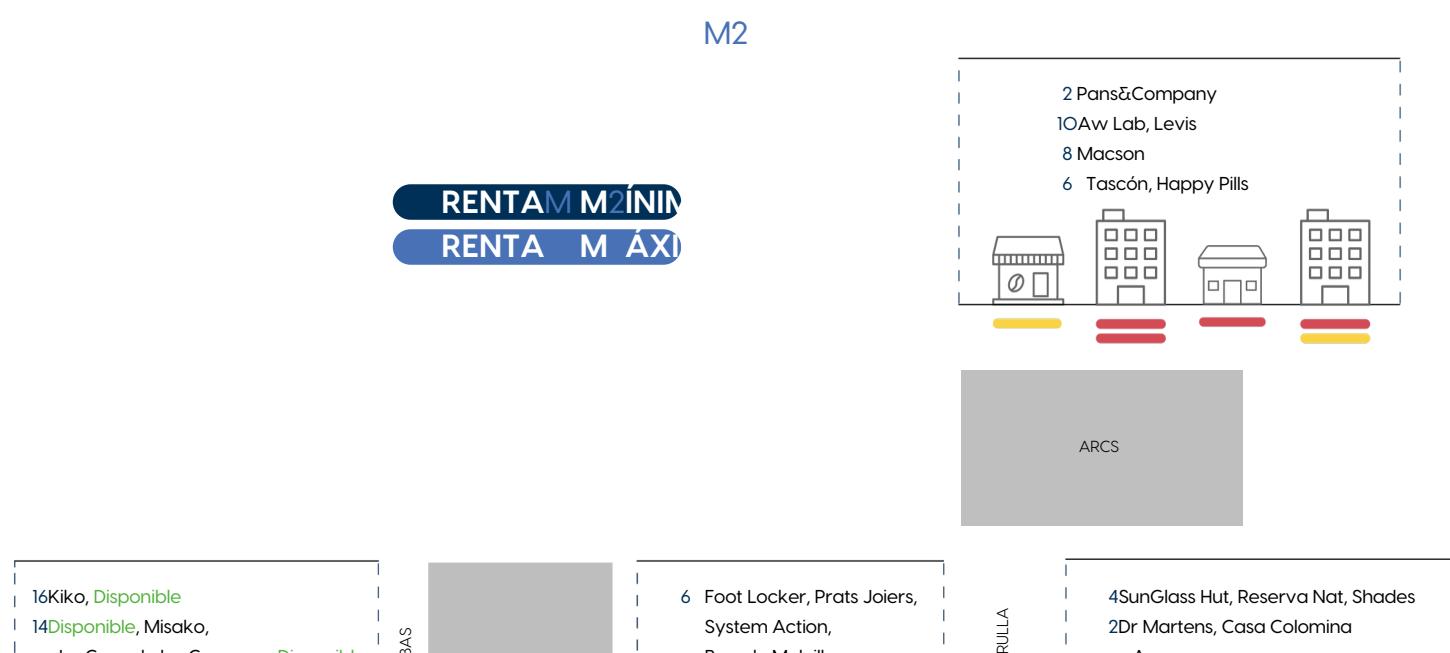


PORTAL DE L'ÀNGEL

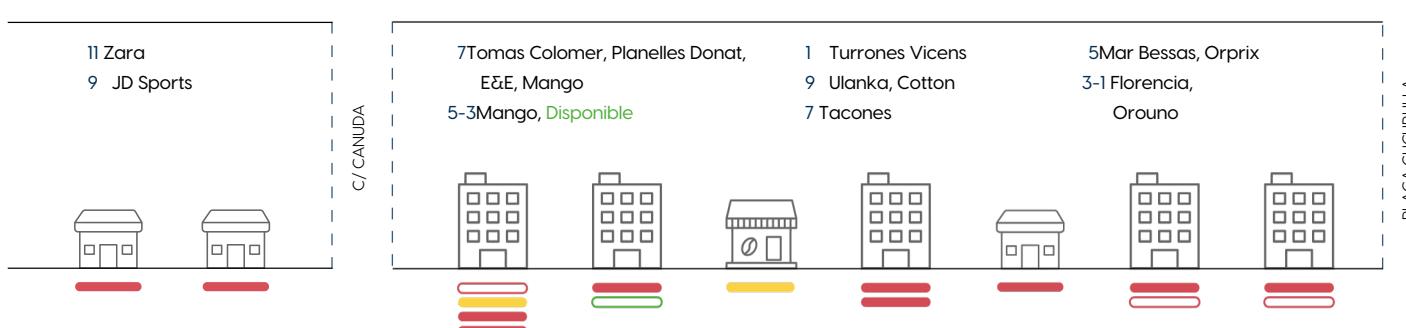


RENTAS SUPERFICIES C/ PORTAL DE L'ÀNGEL

€/m²/mes



PORTAL DE L'ÀNGEL



Passeig de Gràcia Barcelona



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

19,9Mil €

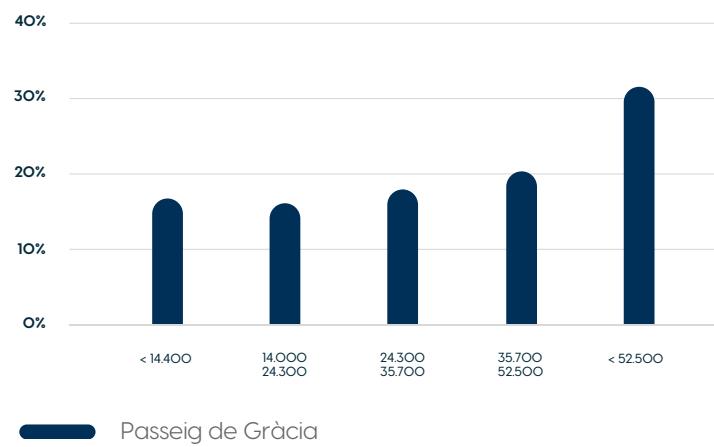
Passeig de Gràcia

Tamaño medio de los hogares

2,5

Passeig de Gràcia

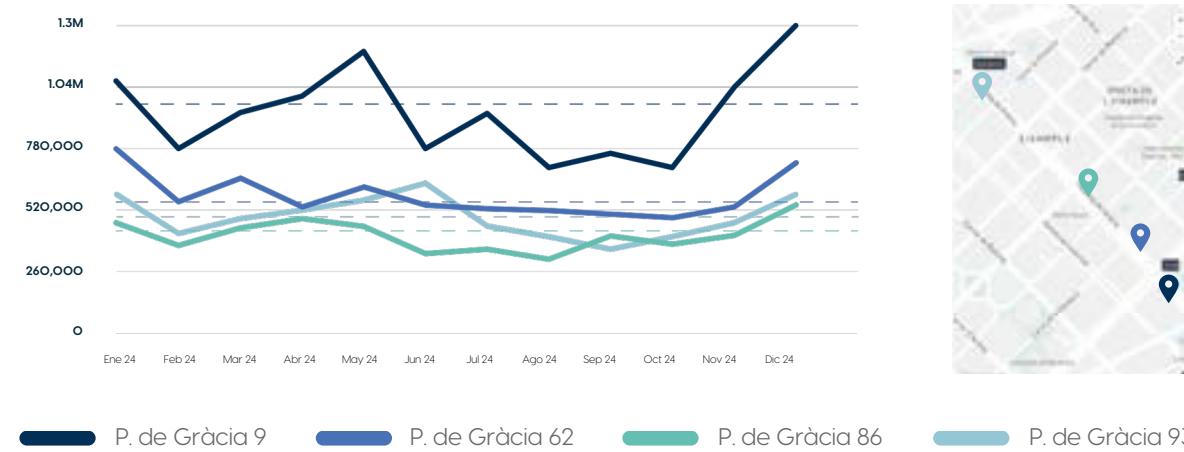
Ingresos anuales



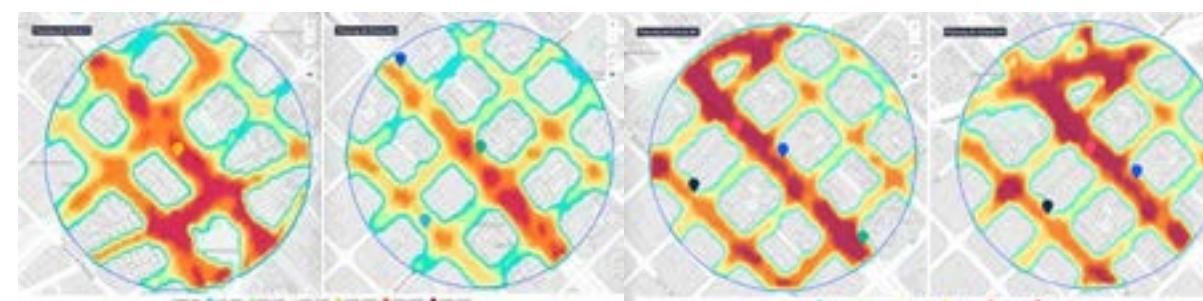
Mercado potencial (habitantes)

1,8M	3,01M	3,01M	3,19M
P. de Gràcia 9	P. de Gràcia 62	P. de Gràcia 86	P. de Gràcia 93

TRÁFICO PEATONAL



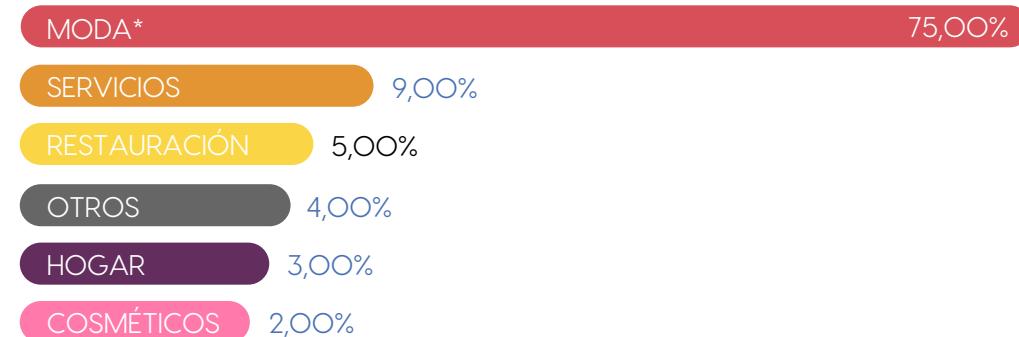
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

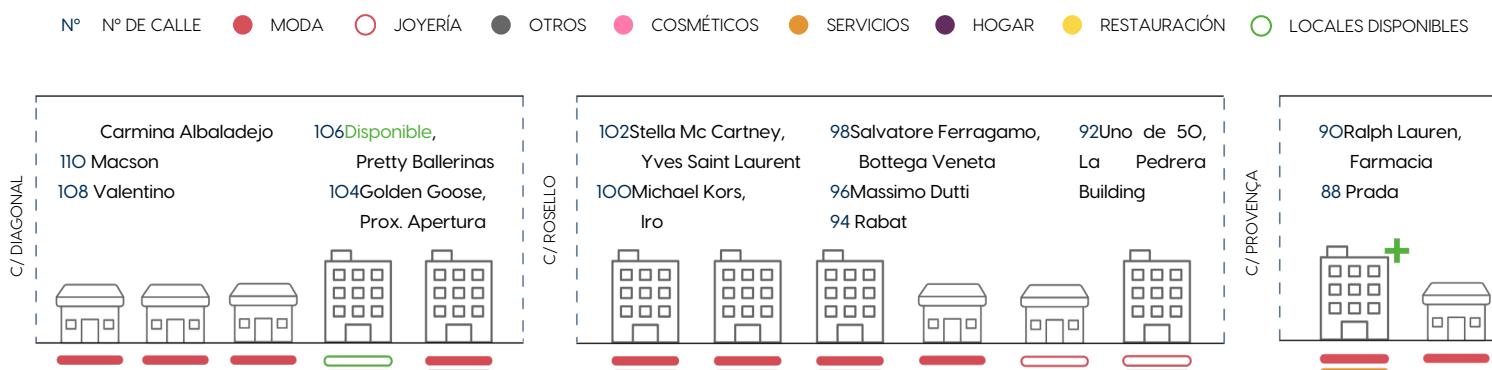
Categorías



*joyerías/relojerías representa un 10,00% y se incluyen en la categoría moda

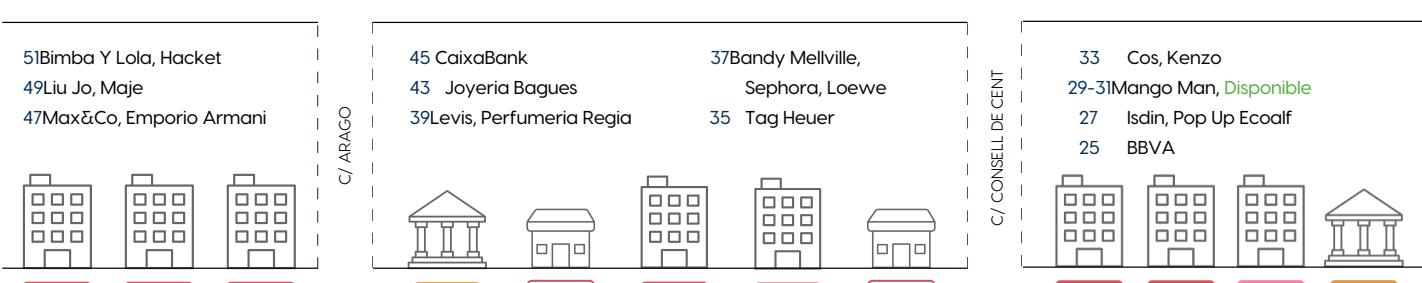
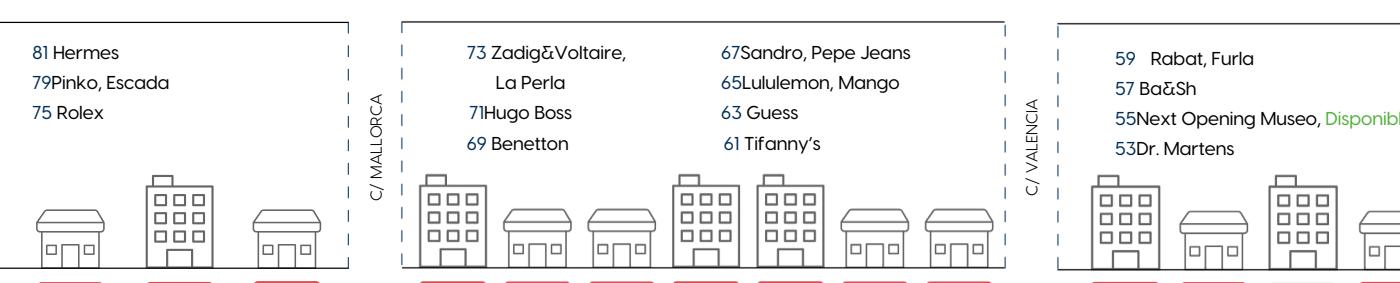
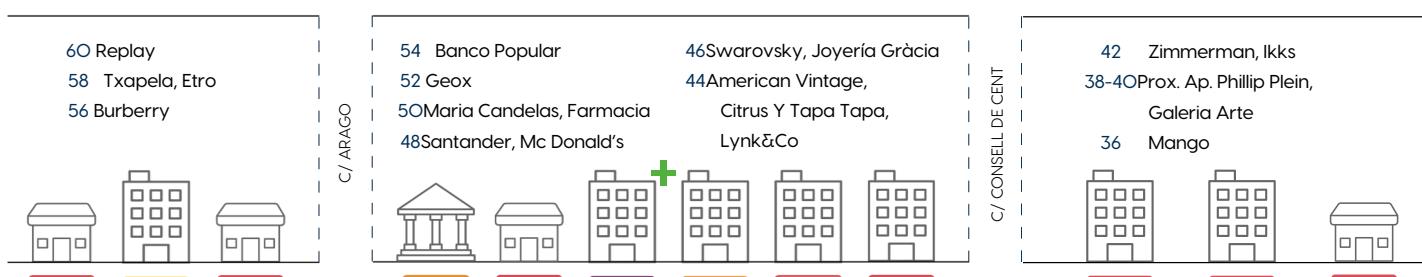
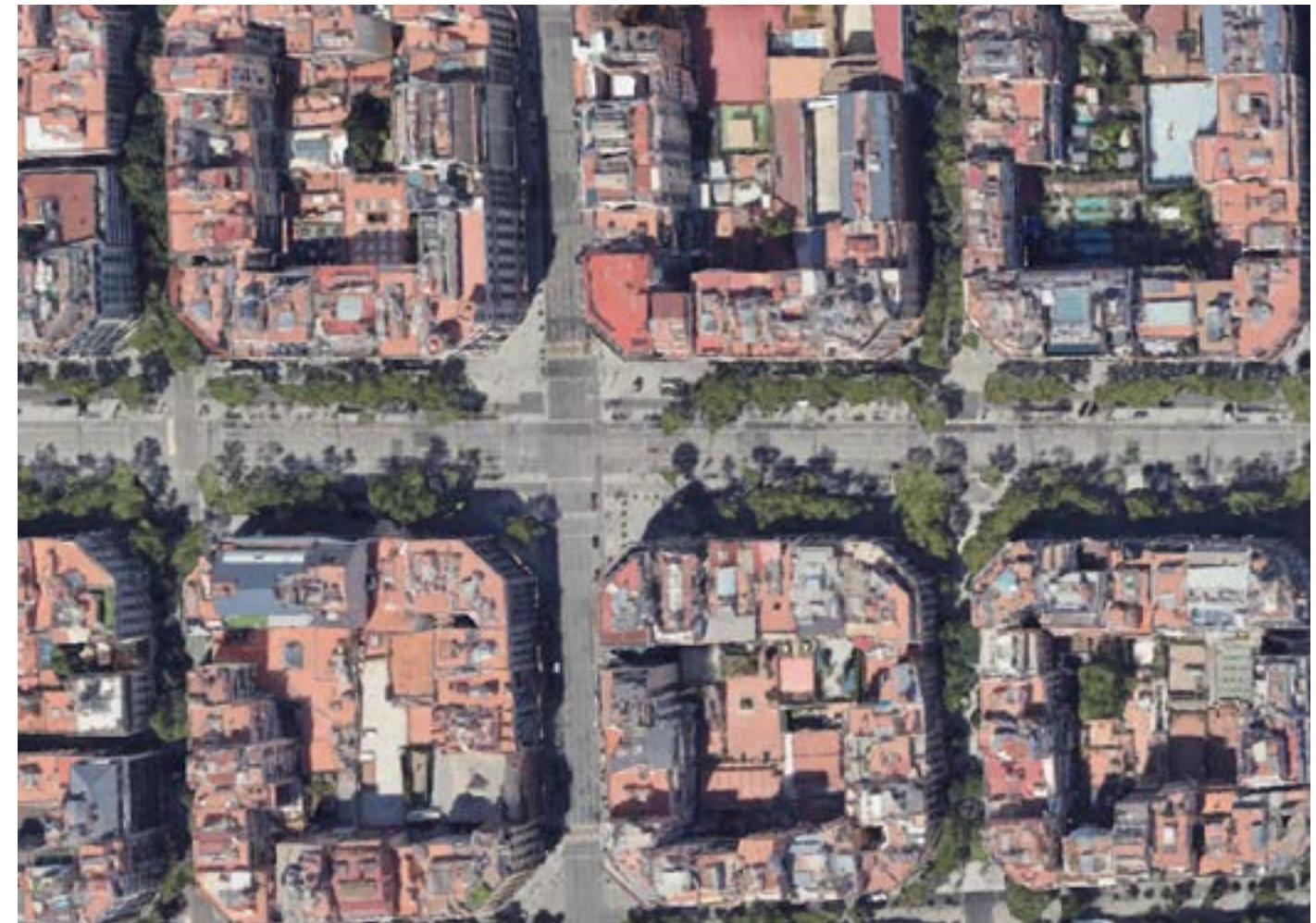
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
162	3	2,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES



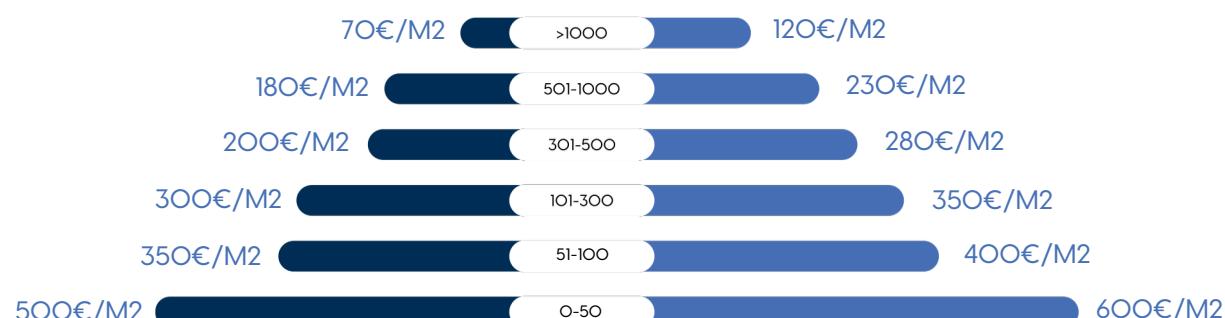
PASSEIG DE GRÀCIA





RENTAS SUPERFICIES -C/ PASSEIG DE GRÀCIA

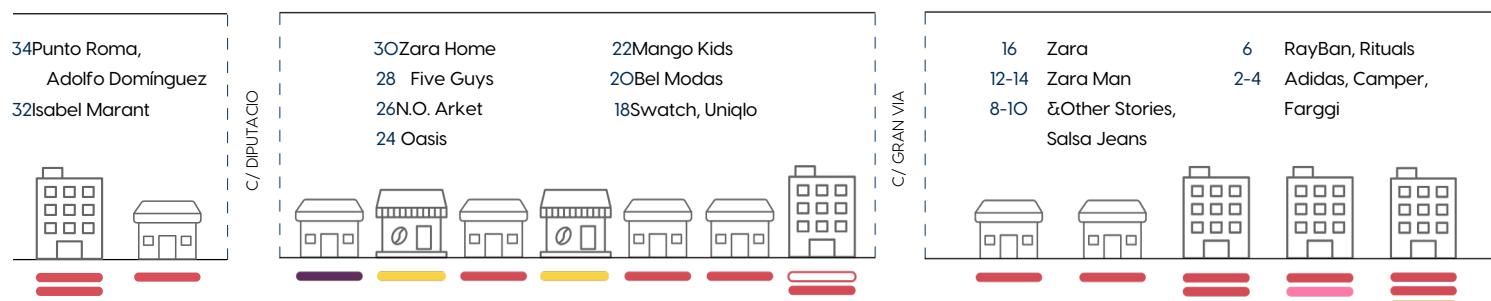
€/m²/mes



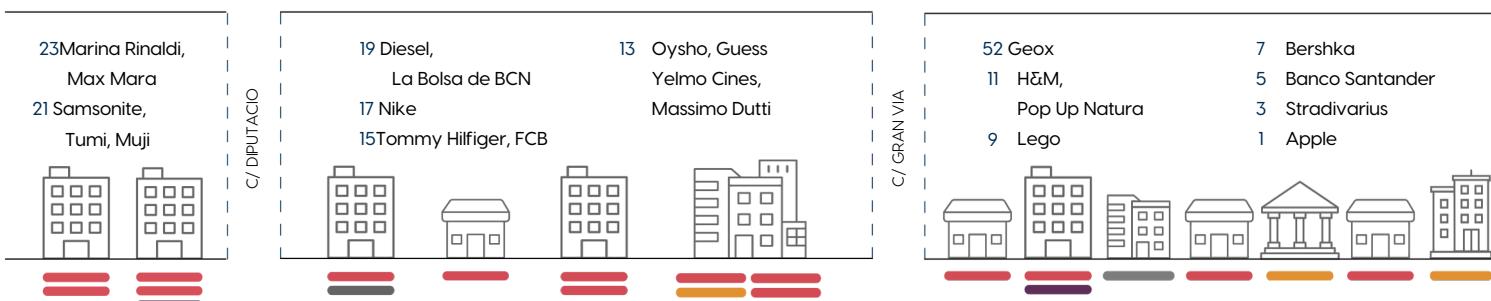
M2

RENTA MÍNIMA

RENTA MÁXIMA



PASSEIG DE GRÀCIA



HIGHLIGHTS

Para entender lo que ha ocurrido en Barcelona a lo largo de este 2024, es imprescindible poner el foco en Passeig de Gràcia.

Al igual que en Madrid, Barcelona ha visto cómo se han ido completando los espacios disponibles en sus zonas comerciales más representativas, alcanzando niveles de disponibilidad prácticamente nulos.

Una vez más, la joyería y relojería han sido protagonistas en Passeig de Gràcia, con la llegada de firmas referentes como Panerai, Chaumet, Carrera y Carrera, TAG Heuer o el nuevo flagship de Patek Philippe en la zona de Jardinet. Varias de estas marcas aún no han iniciado su actividad, por lo que 2025 se perfila como un año clave en el que este codiciado paseo seguirá generando titulares.

También han tenido lugar reubicaciones relevantes en el propio Passeig, como la de Louis Vuitton que se trasladará al número 71 debido a las obras de reforma en su edificio actual, o la de Hugo Boss, que ampliará su superficie superando los 1.000 m² en el número 84.

Sin embargo, Passeig de Gràcia no vive solo del lujo, nuevas marcas no presentes en el mercado han ganado posiciones, como la primera apertura en España de Isdin, Onitsuka Tiger, o Victoria's Secret con su primera tienda en el High Street Barcelonés, sin olvidar la esperada apertura del flagship de Primor prevista para la primavera de 2025.

Más allá de Passeig de Gràcia

Passeig de Gràcia no ha sido el único eje destacado del sector retail en Barcelona. La calle Pelai ha reforzado su posicionamiento con la implantación de marcas como Normal, Vicio y E&E, y próximamente será el escenario de la primera apertura de Álvaro Moreno en la ciudad.

Rambla de Catalunya, una de las calles con mayor número de operaciones de forma habitual, ha sumado en 2024 nuevas aperturas de marcas hasta ahora inéditas en la ciudad, como Montale (cosmética), Bexley y Columbia.

Por su parte, la avenida Diagonal se consolida como un eje comercial de primer nivel con aperturas tan destacadas como Sephora y Nike (en el edificio Áurea, antiguo Corte Inglés), así como Aesop y Aristocrazy. Todo ello sin olvidar la futura apertura del flagship de Mango en el emblemático local de Hábitat, en la confluencia con la calle Tuset.

Inversión y perspectiva de mercado

Desde el punto de vista inversor, el apetito por Barcelona no solo se ha mantenido, sino que ha ido en aumento a lo largo del año. Todo activo comercial saliente al mercado del High Street durante 2024 ha logrado transaccionarse con éxito, incluso en aquellos casos en los que las condiciones iniciales se situaban por encima de los valores de mercado comúnmente aceptados. Ejemplo de ello es el nuevo flagship de Patek Philippe en Passeig de Gràcia, cuya operación se cerró con una rentabilidad superior al 4%, o el local colindante en el número 117, en Jardinet, con una rentabilidad ligeramente inferior al 4,5%.

En el entorno de Portal de l'Àngel, se han cerrado al menos cinco operaciones de inversión en calles como Canuda, Duc y Santa Anna, con operadores como EME Studios y Nude Project con rentabilidades en el rango del 5%-5,5%. Incluso locales históricos como el de Rambla de Catalunya 47 (antiguo New Balance) han encontrado nuevos propietarios tras la firma de Columbia como inquilino a una rentabilidad superior al 4,5%.

Perspectivas para 2025

Pese al sólido dinamismo inversor, el principal reto del mercado en Barcelona sigue siendo la limitada disponibilidad de producto prime. Durante los primeros meses de 2025 se prevé la formalización de varias operaciones iniciadas de forma "off market" a lo largo de 2024, tanto en Passeig de Gràcia como en Portal de l'Àngel. Estas transacciones lideradas por "family offices", optan por procesos discretos y muestran una creciente disposición a asumir tickets de inversión cada vez más elevados.

Todo indica que el ritmo de actividad en Barcelona durante el primer semestre de 2025 alcanzará su punto más álgido desde el inicio de la era postpandemia.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

PELAI

4,25%
4,75%

DIAGONAL

4,0%
4,75%

PORTAFERRISSA

4,25%
5,0%

RAMBLA DE CATALUNYA

4,1%
4,75%

PORTAL DE L'ÀNGEL

3,5%
4,0%

PASSEIG DE GRÀCIA

3,3%
3,75%

Yield Mínima

Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Victoria's Secret desembarca en Paseo de Gracia: alquila un local a Generali para su 'flagship' en Barcelona



Los ángulos de Victoria's Secret despiertan hoy aún en el ritmo de trabajo de transacciones. La firma de lencería, pionera en España por Penasell, inicia en uno de los principales artículos comerciales de la capital catalana con su primera "flagship store" en la ciudad, tal y como han confirmado fuentes cercanas a la operación a IdealistaNoticias. El establecimiento, propiedad de General Real Estate, incluye hasta ahora un espacio para una tienda Imagen de Moda, que en breve renunciará a las tiendas para ofrecer plazas a la primera tienda de la firma en el "paseo infantil" barcelonés.

Este punto de venta se sitúa en concreto en el número 11 de Paseo de Gracia, y cuenta con algo más de 600 m2. Este punto de venta habrá estado ocupado anteriormente por la cadena de moda joven de Inditex, Stradivarius, y bien es posible que en un par de meses más abra sus puertas nuevamente. Mientras se trasciende un episodio para este local, Nudie decidirá abrir una "pop-up store", que alberga el producto estrella y exclusivo en las pasarelas internacionales. Sigue los movimientos, te operaciona ha sido informado por la consultora inmobiliaria [PwC](#).

[Idealista News >](#)

El gigante del lujo LVMH arrienda un local en el Paseo de Gracia barcelonés



Fashion Network >

EjePrime

Onitsuka Tiger aterriza en España con una 'flagship store' en Paseo de Gracia

La marca nipona se ha hecho con el espacio que dejó libre el grupo de Eroski, ocupado por Clas. El establecimiento tiene una superficie de más de 300 metros cuadrados en planta baja y de 100 en altura.



[Más información >](#)

Onitsuka Tiger se instala en Paseo de Gracia. Grupo Asisa instalará en el número 27 de la principal calle comercial de capital catalana la primera tienda del mundo Onitsuka Tiger en España.

El objetivo de la compañía nipona viene precisamente apertura dentro de este año. Seguirán novedades del sector, la operación ha sido intermediada por [EPM](#), Freshair y A.R.



Eje Prime Comercial >

JUST RETAIL

CERTIFICACIÓN
BEST IN EXCELLENCE



E&E ABRE EN EL PASSEIG DE GRÀCIA DE BARCELONA SU PRIMERA TIENDA FÍSICA

La firma argentina de joyería E&E, que cuenta con una presencia estable en Barcelona, ha inaugurado su primera tienda física en el Paseo de Gracia. Además, la marca más importante en ventas de joyería contemporánea ha gekonizado su espacio.

Just Retail News >

JUST RETAIL RETAILERS SODI FIRM LOCATIONS MARKETING + TIC CONSUMO

AW LAB ABRIRÁ UNA NUEVA TIENDA EN BARCELONA DE LA MANO DE ARETAIL



[MÁS INFO >](#)

Just Retail News >

FASHION

Eme Studios subirá su apuesta por el retail en 2025 y se instalará en Barcelona en primavera



[MÁS INFO > EDITORIAL](#)

Fashion Network >

JUST RETAIL CERTIFICACIÓN EXCELENTE

LAMPARAYLUZ ELIGE BARCELONA PARA ABRIR SU PRIMERA TIENDA EN ESPAÑA



[MÁS INFO > EDITORIAL](#)

Just Retail News >

Grupo Alting alquila a Primor un local comercial en pleno Paseo de Gracia

El local comercial cuenta con 800 metros cuadrados y se ha alquilado para los próximos 15 años.



Brainsre News >

JUST RETAIL OAXIS EDIFICIO 3 LA NAVE SCOUTING ESTÁ BIEN SUCIO

MULAYA ABRE UN NUEVO ESPACIO EN BARCELONA DE LA MANO DE ARETAIL



[MÁS INFO > EDITORIAL](#)

Just Retail News >

FASHION UNITED

H&M trae Arket a España y abre su primera tienda en Barcelona



[MÁS INFO > EDITORIAL](#)

Fashion Network >

Hi Retail

ARETAIL INTERMEDIA LA APERTURA DE LA PRIMERA TIENDA SCUFFERS EN BARCELONA



[MÁS INFO > EDITORIAL](#)

Hi Retail News >



Bilbao

Gran Vía López de Haro



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

La población de Bilbao ha alcanzado los 348.089 habitantes, según el INE, lo que refleja un ligero crecimiento respecto al año anterior. Este aumento ha sido impulsado principalmente por un saldo migratorio extranjero positivo, en línea con el atractivo de la ciudad como destino tanto residencial como turístico. Este dinamismo refuerza la posición de Bilbao como uno de los principales núcleos urbanos del norte de España, contribuyendo de manera significativa al desarrollo económico y social de la región.

Bilbao presenta una renta bruta media por hogar de 49.702 euros (INE 2022), un nivel económico moderado en comparación con otras ciudades españolas de características similares. En términos de empleo, la tasa de desempleo en la ciudad se situó en el 12,46% en febrero de 2025, según el INE, que refleja la mejora en sectores clave como la industria, los servicios y la tecnología. En el País Vasco, la tasa de desempleo alcanzó el 8,2% a finales de 2024, con una tendencia a la baja impulsada por la recuperación de sectores como el turismo y los servicios.

Bilbao, la capital de la provincia de Bizkaia en el País Vasco, ha experimentado una notable transformación socioeconómica en las últimas décadas, pasando de ser una ciudad industrial a un referente en servicios, cultura y turismo.



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Bilbao se ha consolidado como un destino turístico de relevancia en España y Europa. Según los datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2024, la ciudad registró un total de 1.200.000 viajeros, de los cuales más de 500.000 fueron residentes extranjeros. Este crecimiento ha sido favorecido por la afluencia de turistas internacionales, que representan más del 50% de las visitas. Bilbao combina su patrimonio histórico y cultural, como el Museo Guggenheim y el Casco Antiguo, con una oferta gastronómica de alta calidad y una atractiva oferta de ocio, lo que la convierte en un destino de interés durante todo el año. Áreas emblemáticas como la Gran Vía y el Arenal mantienen un alto grado de ocupación comercial, atrayendo tanto a marcas internacionales como a pequeños negocios locales.

Bilbao sigue apostando por una oferta turística que continúa expandiéndose y un comercio minorista resiliente, que la posiciona como un motor clave para la economía del País Vasco. La ciudad está en pleno proceso de internacionalización y sigue ganando atractivo, tanto para turistas como para nuevos residentes, que encuentran en ella un lugar en constante evolución.

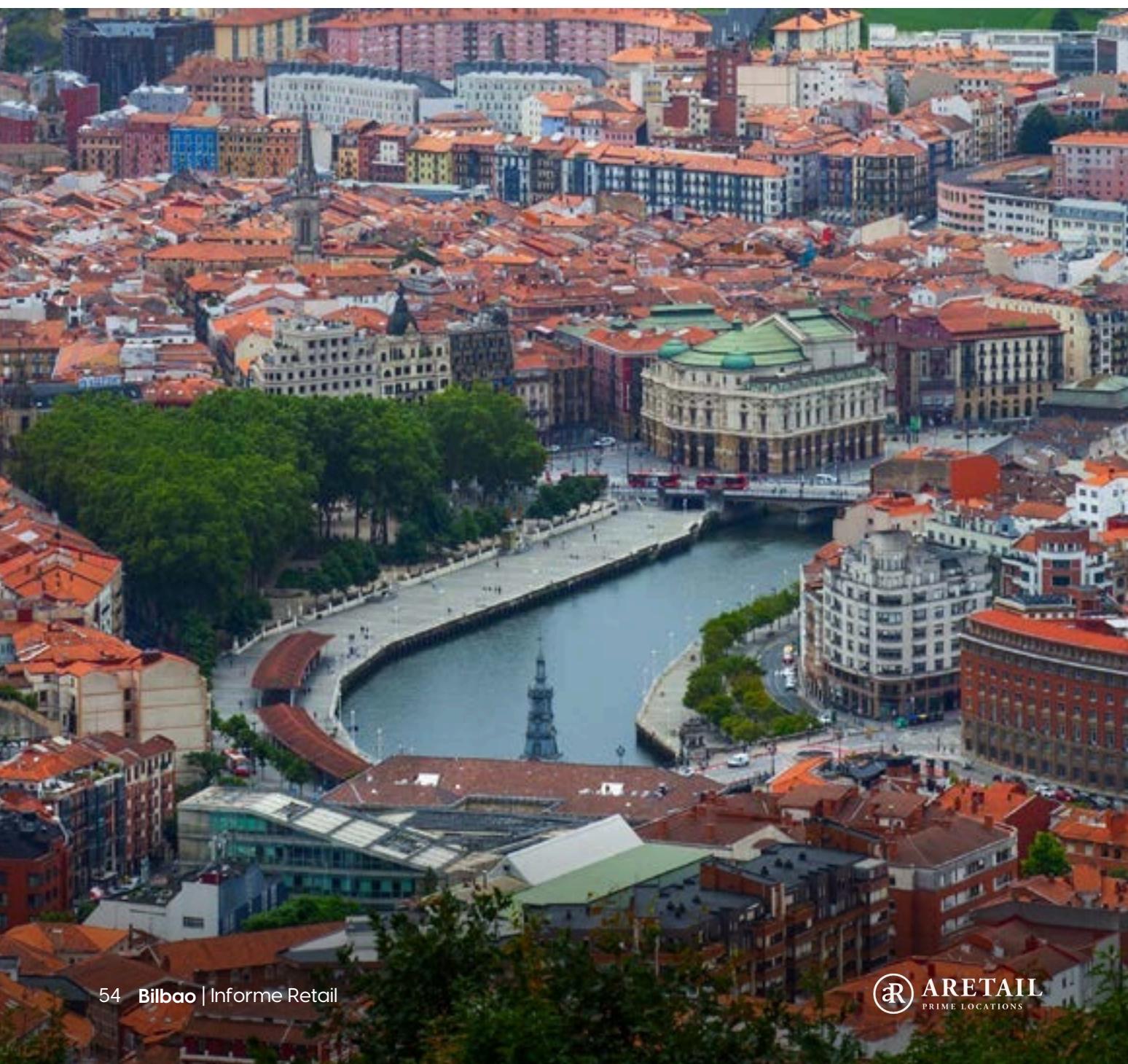
Población
348.089 hab.
0,60%
interanual

Renta Bruta Media
49.702 2022
6,60%
interanual

Desempleo
12,46% feb. 25
-1,42%
interanual

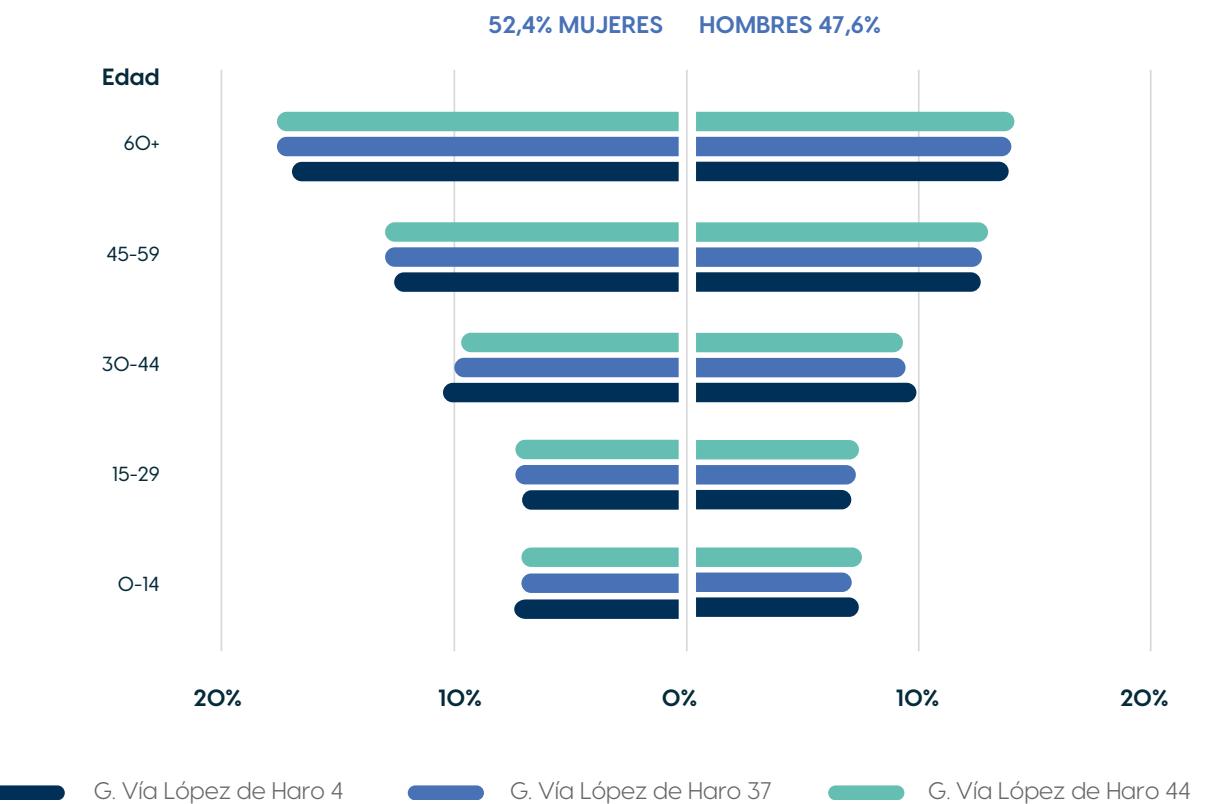
Gran Vía López de Haro

Bilbao



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

21Mil €

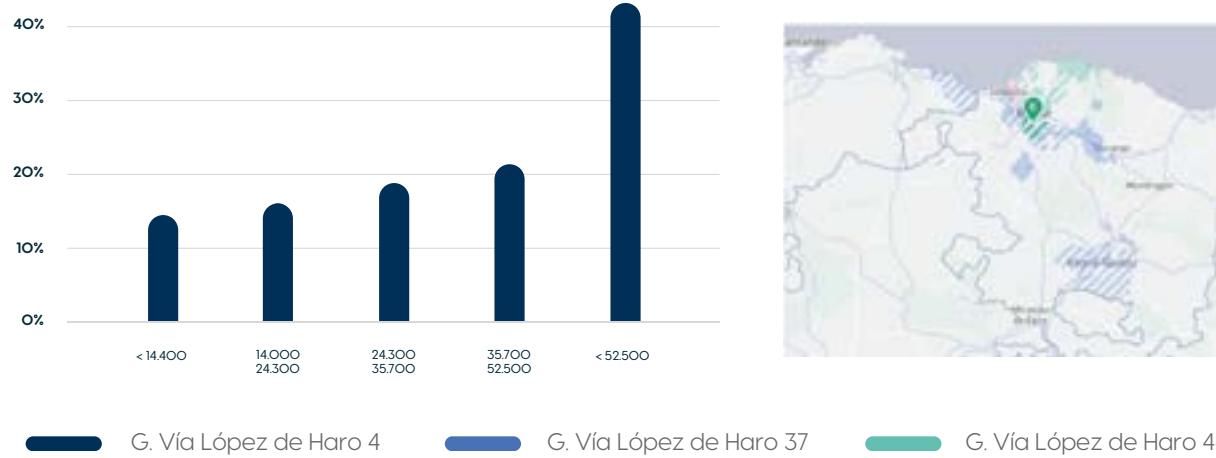
G. Vía López de Haro

Tamaño medio de los hogares

2,4

G. Vía López de Haro

Ingresos anuales



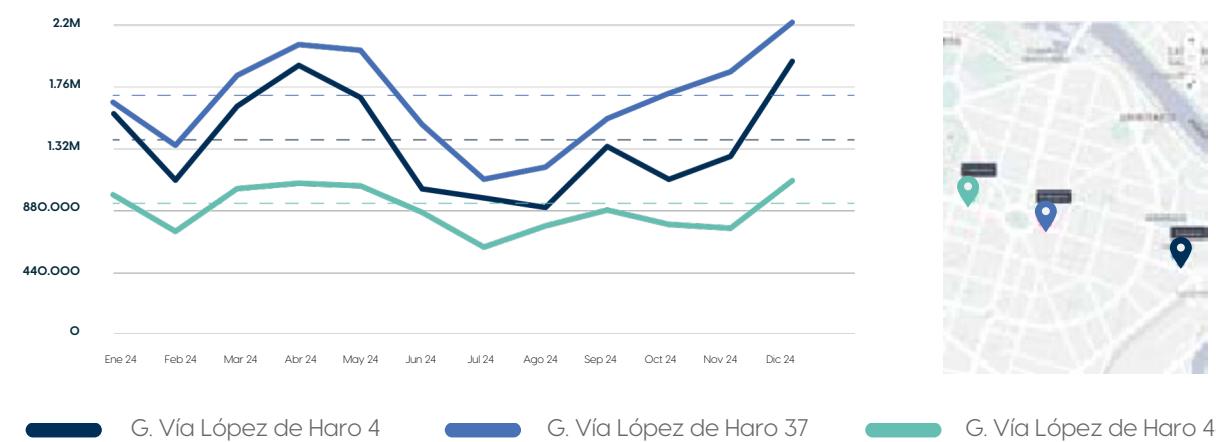
Mercado potencial (habitantes)

592.200
G. Vía López de Haro 4

514.800
G. Vía López de Haro 37

474.100
G. Vía López de Haro 44

TRÁFICO PEATONAL



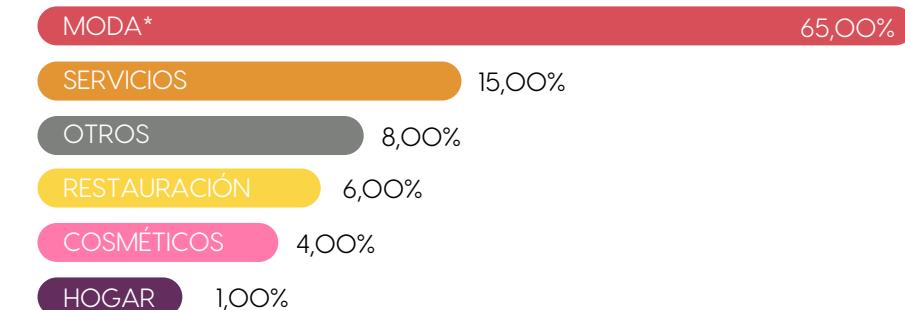
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 5,00% y se incluyen en la categoría moda

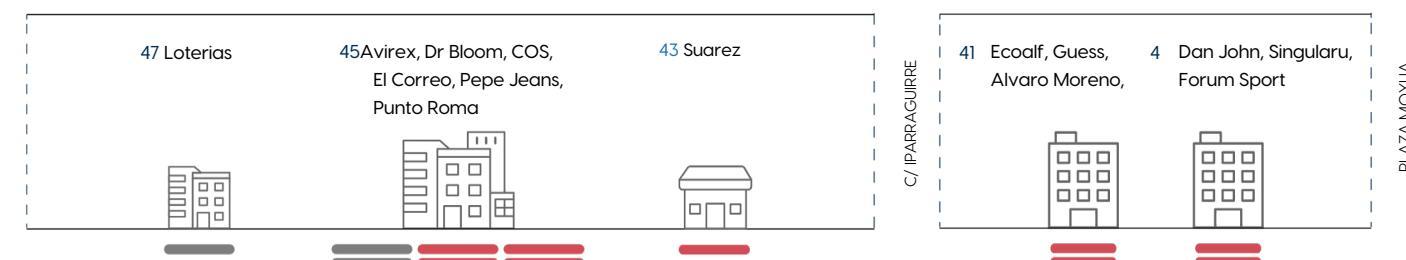
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
84	1	1,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES



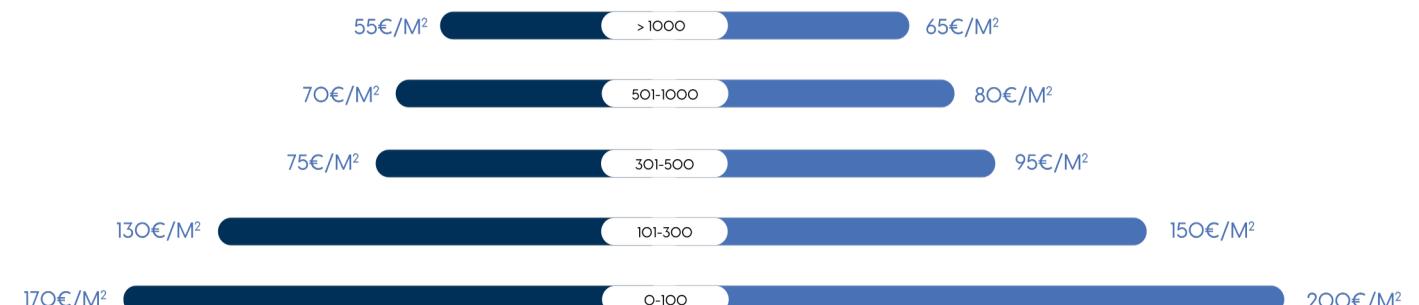
C/GRAN VÍA LÓPEZ DE HARO





RENTAS SUPERFICIES C/ GRAN VÍA LÓPEZ DE HARO

€/m²/mes

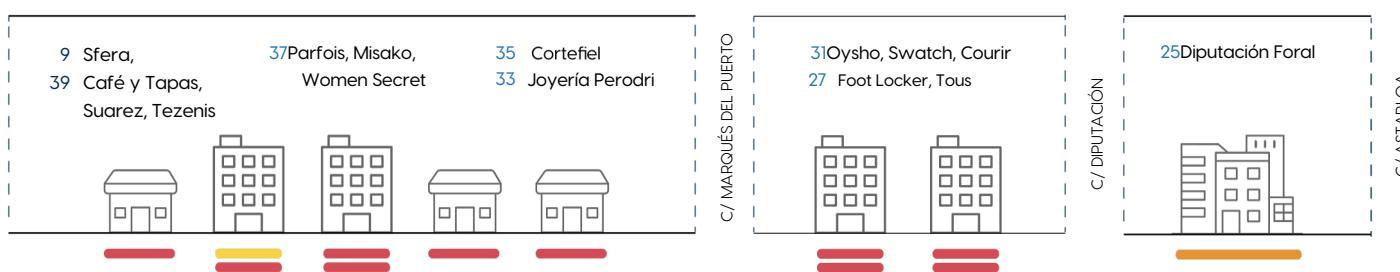


M2

RENTA M2 MÍNIMA
RENTA M2 MÁXIMA



C/GRAN VÍA LÓPEZ DE HARO



C/GRAN VÍA LÓPEZ DE HARO





HIGHLIGHTS

El interés de las marcas por establecerse en Bilbao, o si ya están, por mejorar y ampliar sus conceptos es indiscutible. La calle Gran Vía se consolida como la más deseada de la capital para el mercado "mass market" pero también con las rentas más altas de la ciudad. En esta calle podemos ver dos tramos muy diferentes en cuanto a rentas y perfil de operadores: tramo entre Plaza Moyúa y Circu- lar (mass market) y entre Plaza Circular y la calle Máximo Aguirre (premium). Ercilla sigue siendo de interés para las marcas medium/premium pero en los últimos años le ha surgido un competidor que va ganando posiciones, la calle Marqués del Puerto con un mix comercial muy atractivo para este perfil de marcas.

Desde el punto de vista de la inversión, debemos seguir mirando Bilbao como una de las ciudades principales objetivo de los inversores tanto nacionales como internacionales.

No obstante, las transacciones en las calles comerciales como la calle Gran Vía y la calle Ercilla han sido prácticamente inexistentes, toda vez que la mayoría de los locales se dividen entre 4 familias de la ciudad y no hay prácticamente transacciones. Es por ello que las pocas opciones que hay en un mercado "offmarket" muy opaco, están rozando el 4,25% y que no acaban de ser transaccionadas.

Podríamos decir que la rentabilidad a día de hoy aceptada en Bilbao está en los 4,5%-4,75%.

En la parte de la ciudad que sí se han transaccionado más operaciones, pues sigue siendo un lugar de interés de las marcas por abrir dentro de la ciudad, es la zona vieja. La calle Correo y sus alrededores sigue despertando el interés de inversores y retailers. En esta zona no obstante, deberíamos situar las rentabilidades en una horquilla entre el 5,5% y el 6%.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

4,5%

5,0%

Yield Máxima

Yield Mínima

GRAN VÍA LÓPEZ DE HARO



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Joyería Suárez ocupará el local de Michael Kors para acometer la reforma integral de su local de Gran Vía

Se trasladará «en breve» y permanecerá, «como mínimo, cuatro meses» en la Plaza Moyúa



Emplazamiento actual de Joyería Suárez

[El Correo >](#)

Madrid

Ortegay Gasset|Serrano
Preciados | Fuencarral|GranVía



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la población de Madrid alcanzó los 3.416.771 habitantes, un incremento del 2,5% respecto al año anterior, impulsado principalmente por el saldo migratorio internacional. Este crecimiento ha favorecido el dinamismo social y económico de la ciudad, consolidándola como el principal núcleo urbano de España. La diversidad cultural derivada de este fenómeno enriquece la oferta cultural, laboral y de consumo de la capital.

Madrid registra una renta bruta media de 42.972 euros, siendo superada por municipios cercanos como Pozuelo de Alarcón (85.323 euros) y Boadilla del Monte, que lideran los rankings nacionales. La tasa de desempleo en la capital es del 7,12% (febrero de 2025), significativamente inferior a la media nacional, reflejo de su sólido mercado laboral y capacidad de atracción de inversiones y empresas. En el ámbito económico, Madrid se reafirma como líder del crecimiento nacional, registrando un incremento del 3,4% del PIB en el tercer trimestre de 2024 en comparación con el mismo periodo del año anterior. Con una contribución del 19,4% al PIB nacional, la región consolida su posición como motor económico de España y epicentro de la creación de empresas. Además, destaca por su capacidad para atraer inversiones extranjeras, captando más de 7.940 millones de euros en el primer semestre de 2024, y por alcanzar un nuevo récord en afiliación a la Seguridad Social, con más de 3,7 millones de trabajadores inscritos. Estos factores refuerzan su perfil como una capital estratégica y competitiva a nivel global.



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Madrid sigue consolidándose como un destino turístico urbano de referencia en España y a nivel mundial. En 2024, se mantuvo como el tercer destino turístico más atractivo del mundo, con un aumento del 12% en visitantes internacionales y un incremento del 11% en pernoctaciones de turistas extranjeros, según el INE. Este crecimiento también se reflejó en el gasto medio por turista, que subió un 12% respecto al año anterior, fortaleciendo el impacto económico del turismo en la ciudad. La capital destaca por su rica oferta cultural, su variada gastronomía, el ocio y espectáculos, y una excelente infraestructura de transporte. Grandes eventos internacionales como FITUR y ARCOmadrid continúan siendo motores clave para atraer visitantes y generar ingresos significativos.

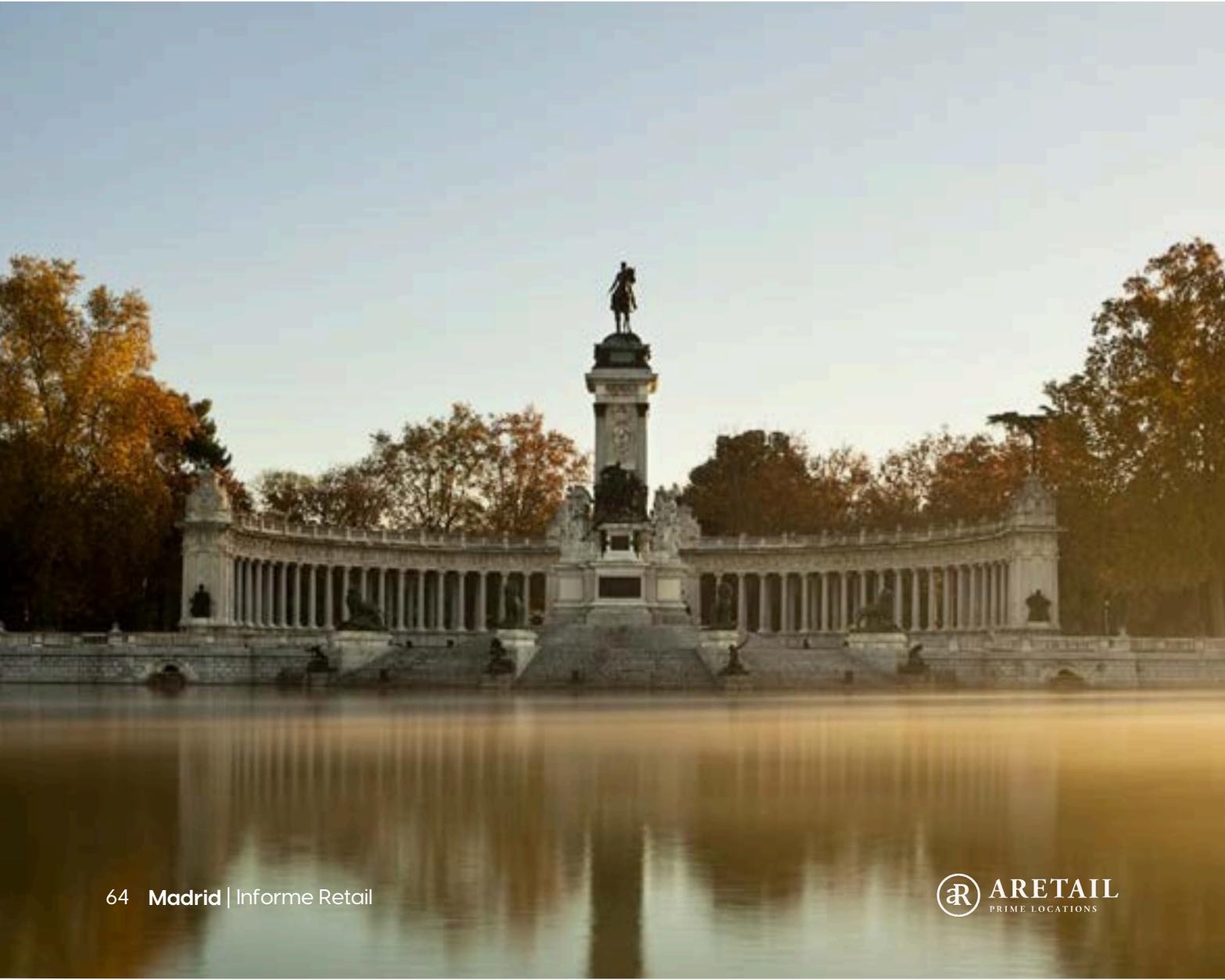
En el ámbito del Retail, Madrid incrementa sus ventas en comercio minorista un 0,7% interanual durante el mes de noviembre, según datos del INE. En el caso de la ocupación, crece un 3,8% interanual, 1,9 puntos por encima de la media nacional. Este sector representa el 6% del Valor Añadido Bruto de la Comunidad y muestra una gran fortaleza, reflejada en la alta ocupación de locales en zonas comerciales icónicas. Estas áreas no solo son un referente para el turismo de compras, sino también para el comercio de lujo y grandes marcas internacionales, impulsando el crecimiento económico de la ciudad.

Madrid, con su combinación de una oferta turística diversa y un comercio minorista dinámico, reafirma su posición como un motor clave de la economía nacional. La capital sigue atrayendo a millones de visitantes y residentes que encuentran en ella una ciudad vibrante, cosmopolita y en constante evolución.

Población
3.416.771 hab.
+2,5%
interanual

Renta Bruta Media
42.972 2022
+4,78%
interanual

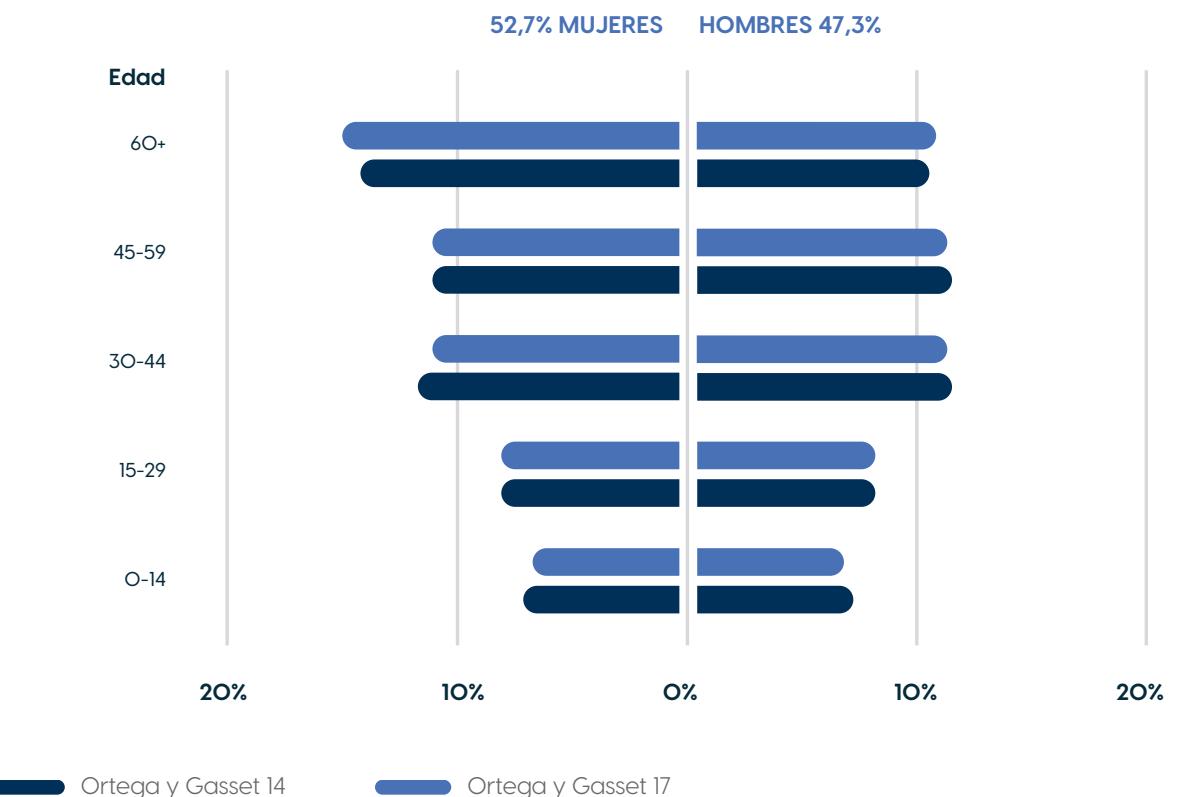
Desempleo
7,12% feb. 25
-10,77%
interanual



Ortega y Gasset Madrid

DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

21,9Mil €

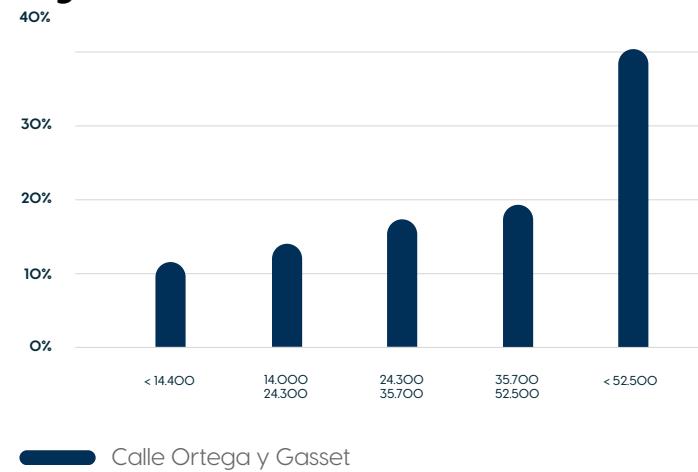
Calle Ortega y Gasset

Tamaño medio de los hogares

2,5

Calle Ortega y Gasset

Ingresos anuales

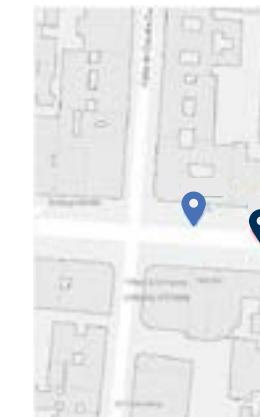
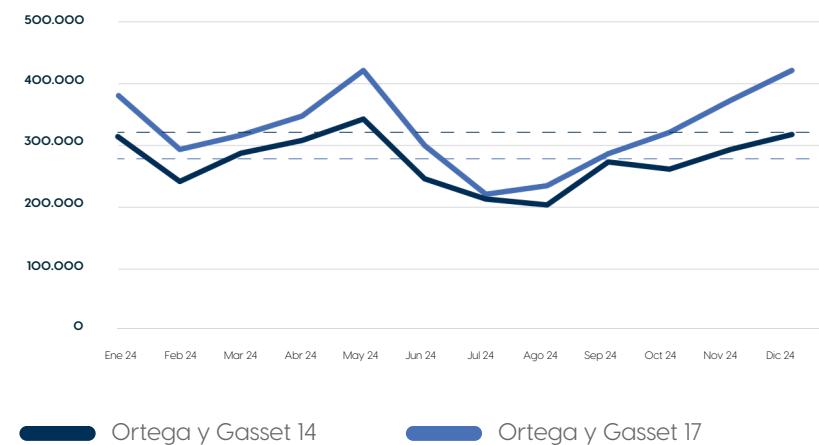


Mercado potencial (habitantes)

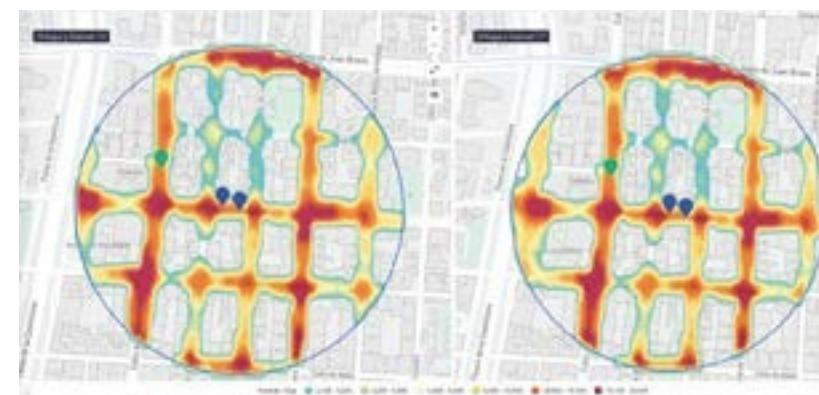
2,47M
Ortega y Gasset 14

2,04M
Ortega y Gasset 17

TRÁFICO PEATONAL



Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

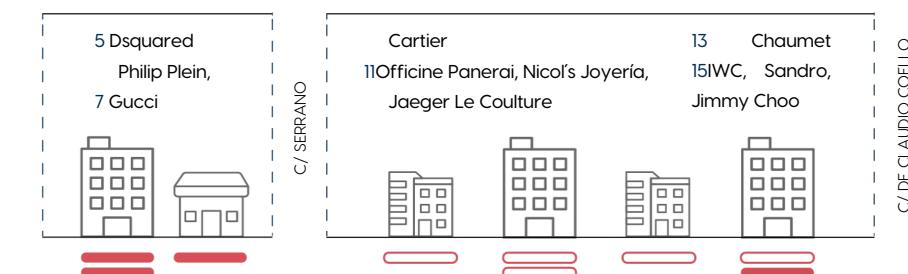


*joyerías/relojerías representa un 32,00% y se incluyen en la categoría moda

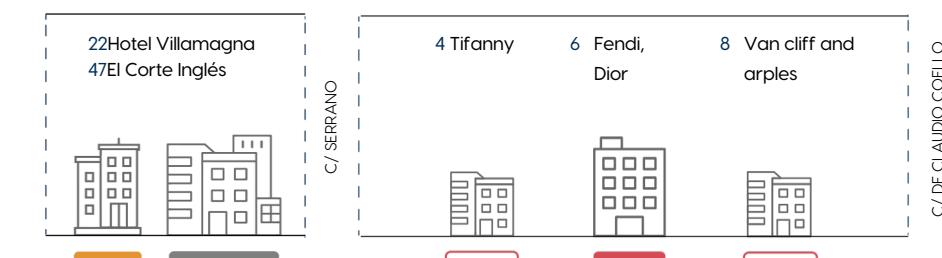
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
41	1	2,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE MODA JOYERÍA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES

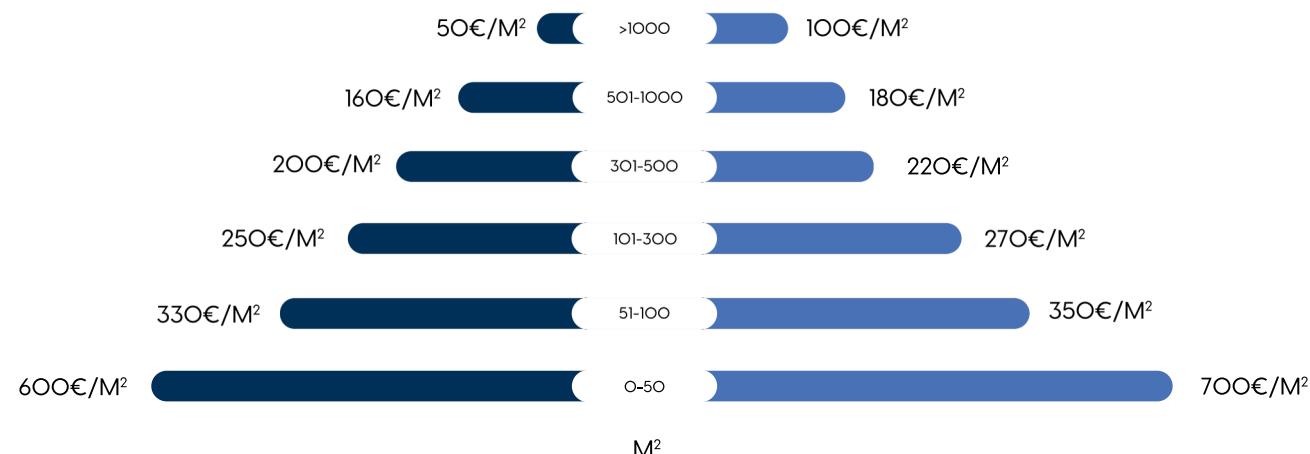


C/ ORTEGA Y GASSET

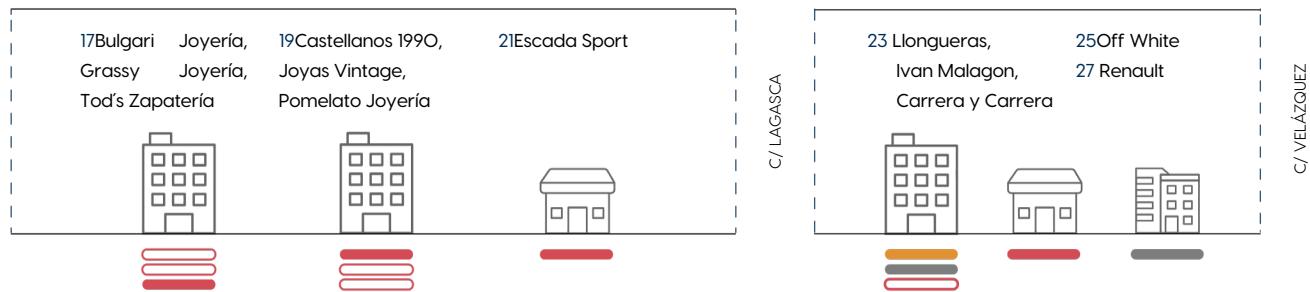


RENTAS SUPERFICIES

€/m²/mes



RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA



C/ ORTEGA Y GASSET



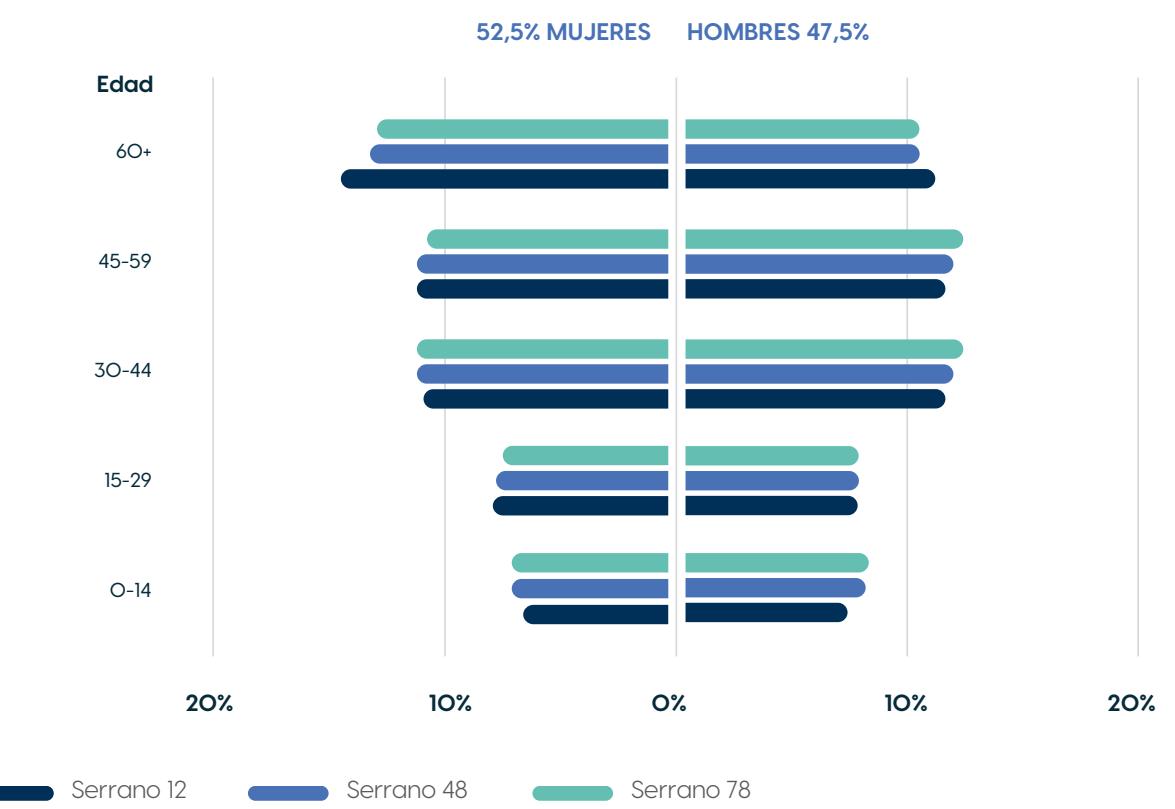
Serrano

Madrid



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

21,6 Mil €

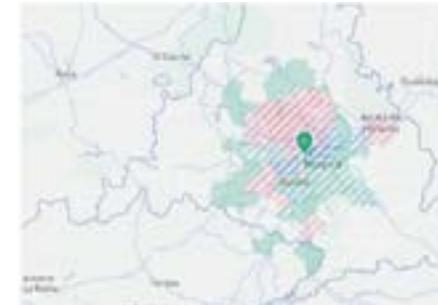
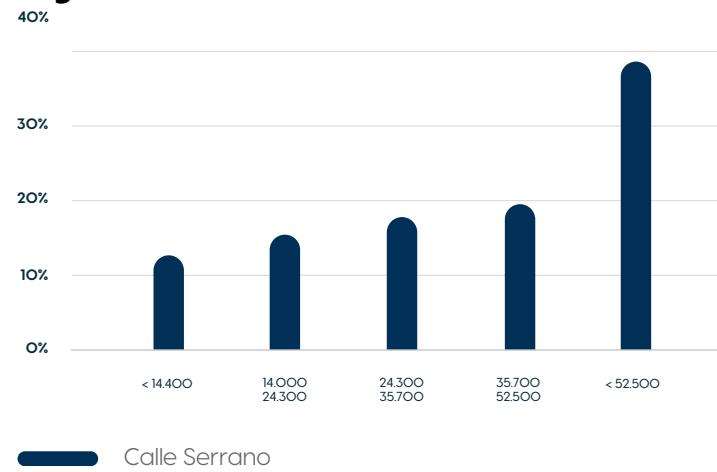
Calle Serrano

Tamaño medio de los hogares

2,5

Calle Serrano

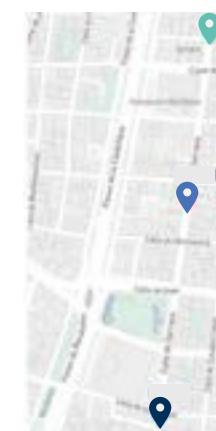
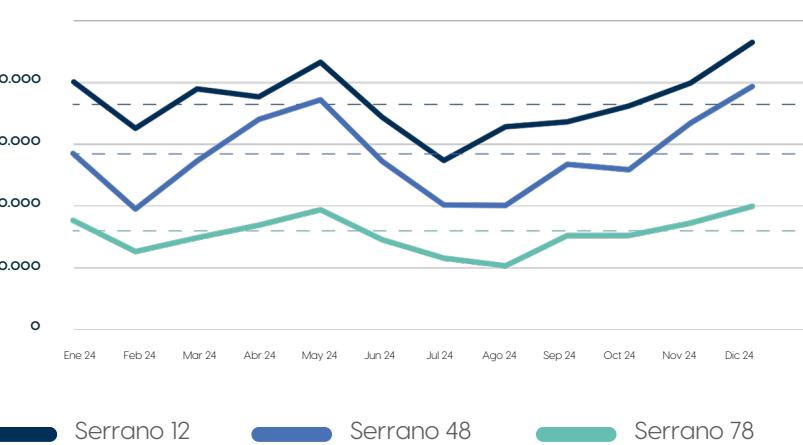
Ingresos anuales



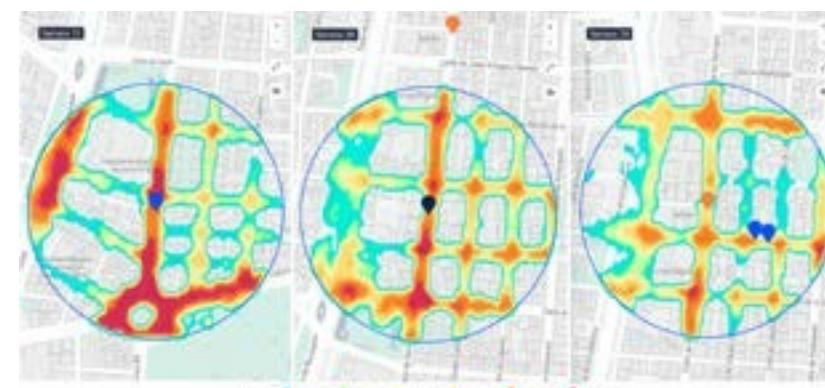
Mercado potencial (habitantes)



TRÁFICO PEATONAL



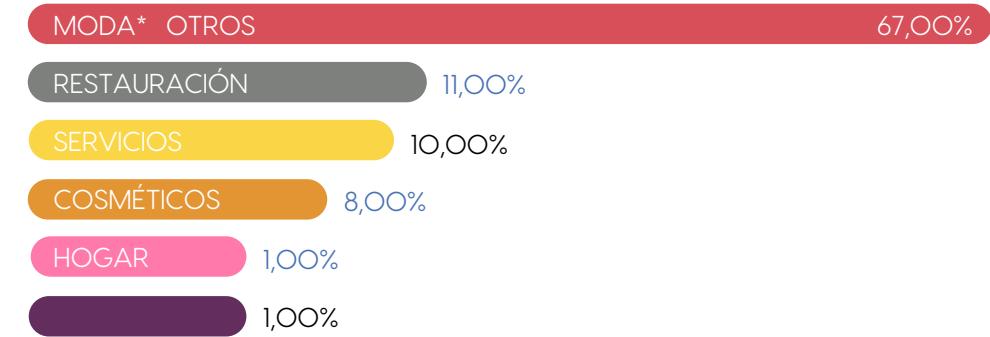
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



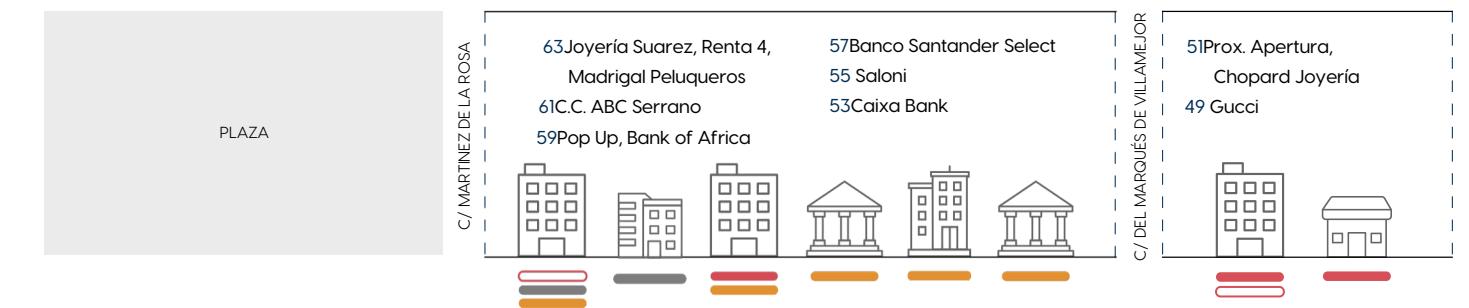
*joyerías/relojerías representa un 16,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
148	2	1,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

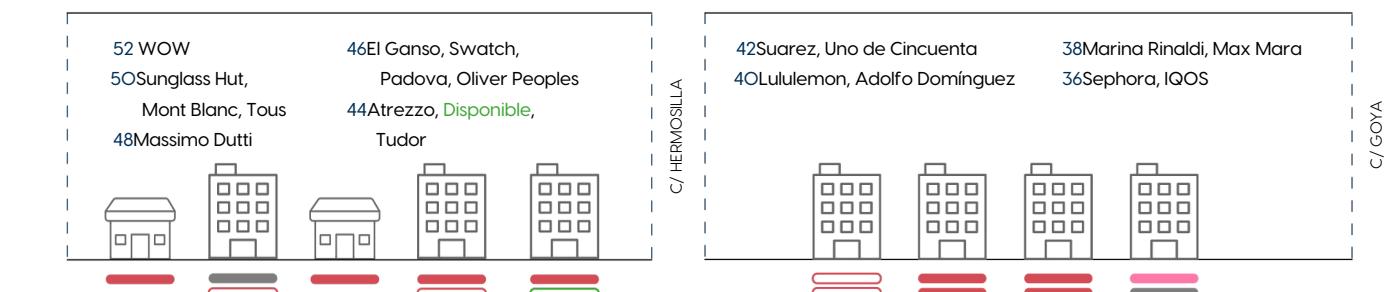


C/SERRANO

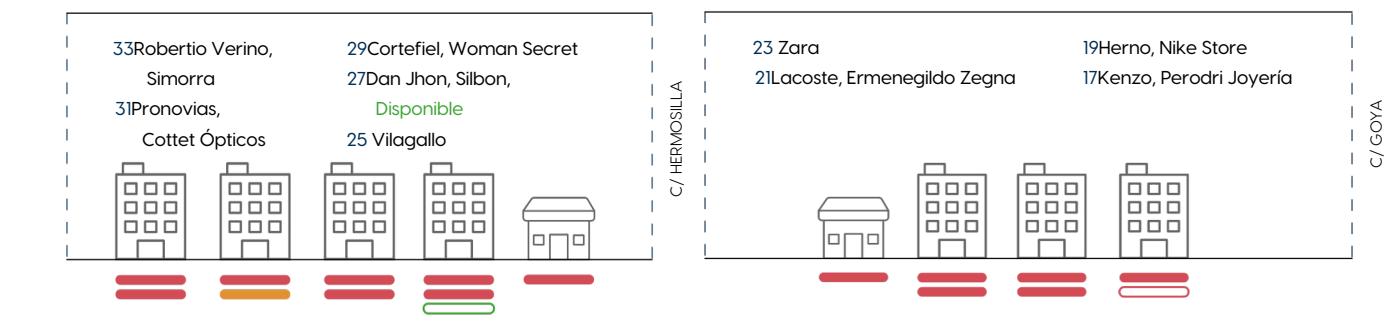


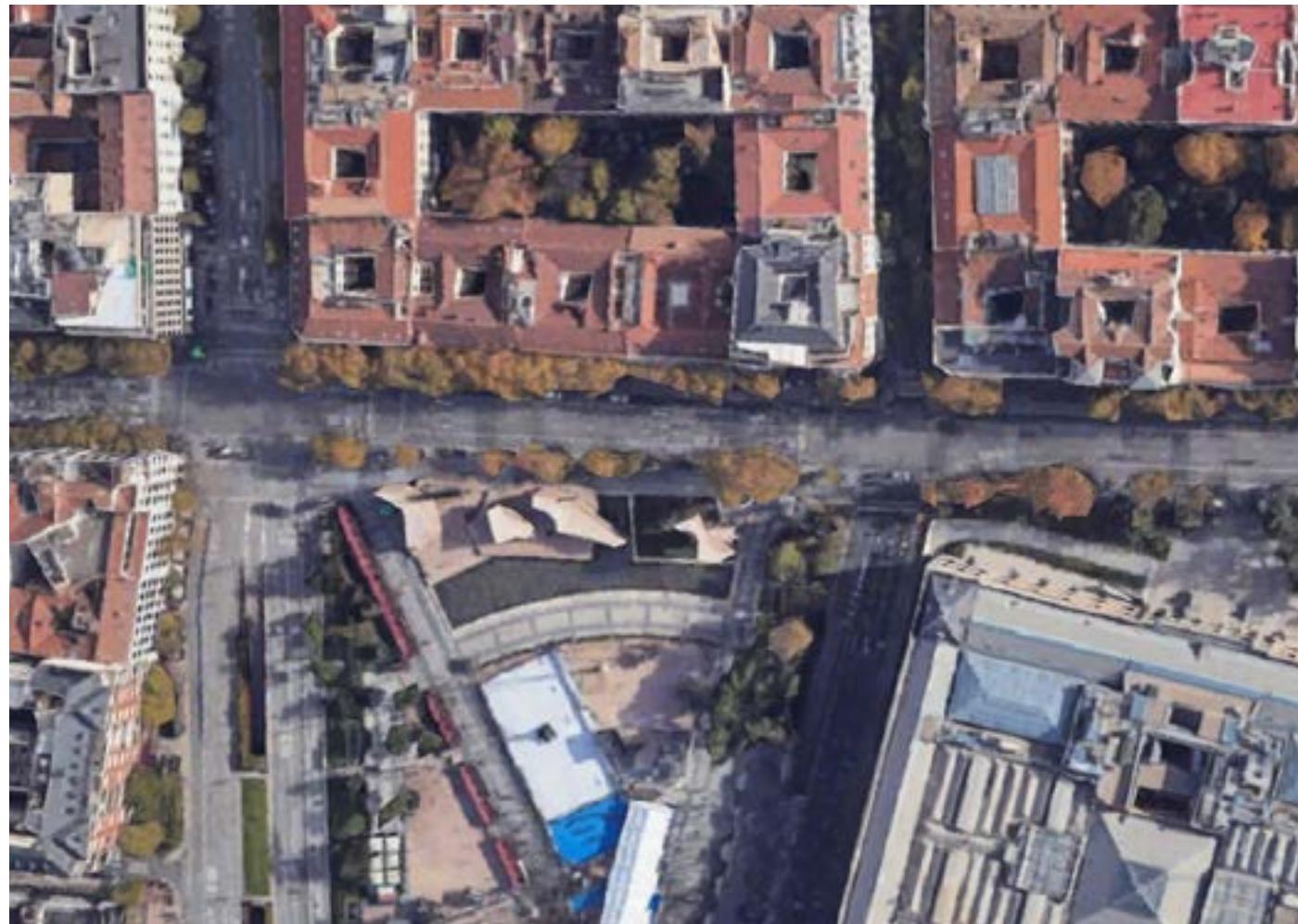


C/SERRANO



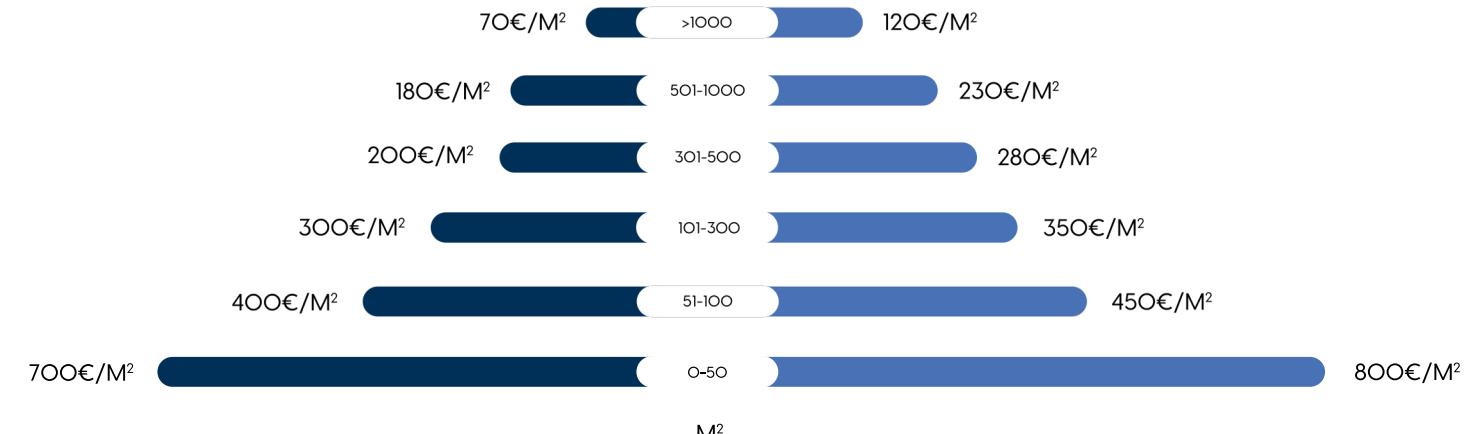
C/SERRANO



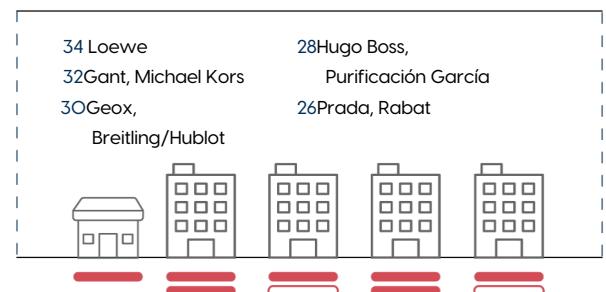


RENTAS SUPERFICIES C/ SERRANO

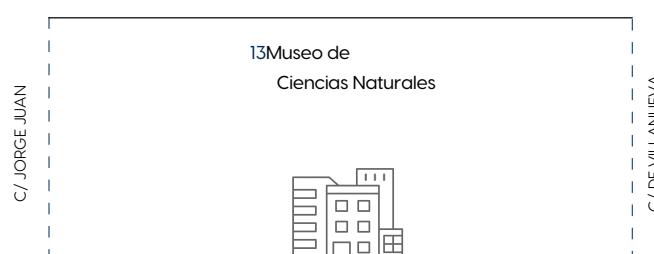
€/m²/mes



RENTA MÍNINA
RENTA MÁXIMA



C/SERRANO



PLAZA DEL DESCUBRIMIENTO

C/ JORGE JUAN

C/ DE VILLANUEVA



C/SERRANO



PLAZA DE LA INDEPENDENCIA

PLAZA DE LA INDEPENDENCIA

Preciados

Madrid



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

19,6Mil €

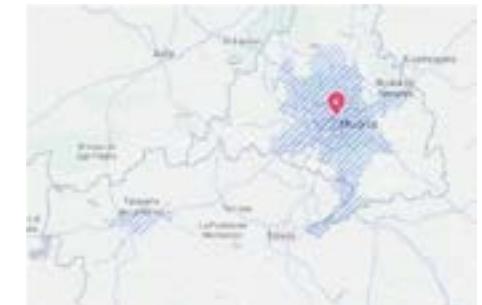
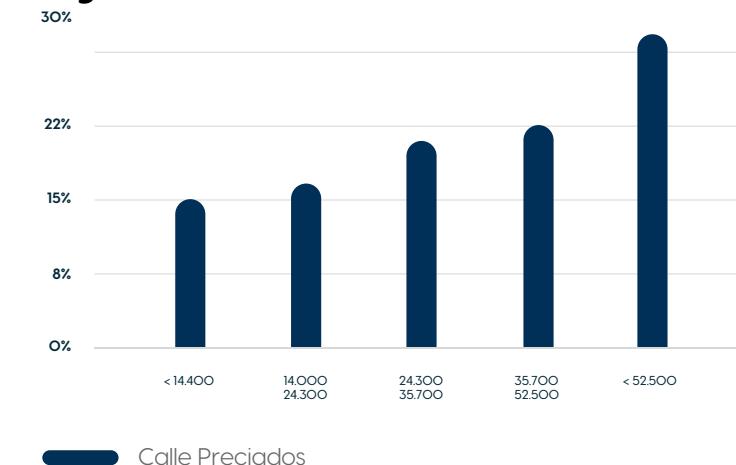
Calle Preciados

Tamaño medio de los hogares

2,4

Calle Preciados

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

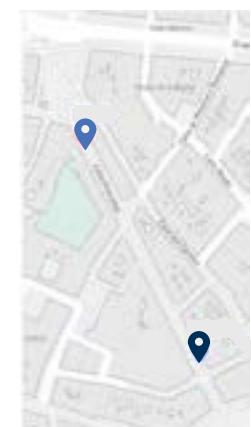
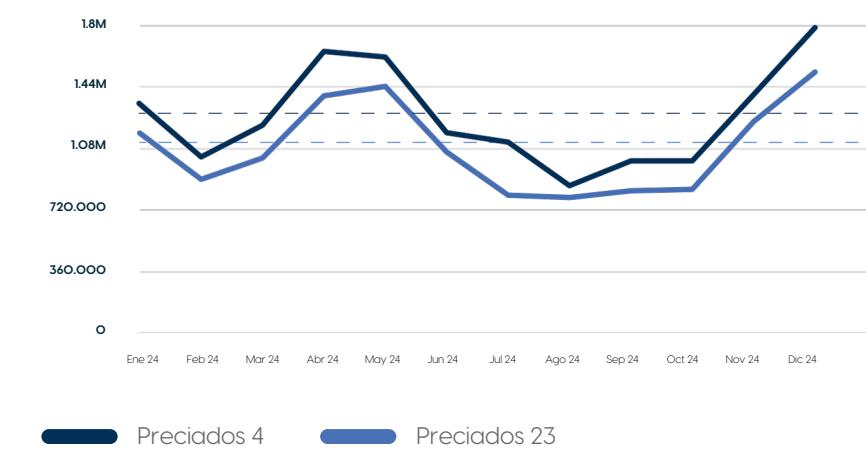
3,55M

Preciados 4

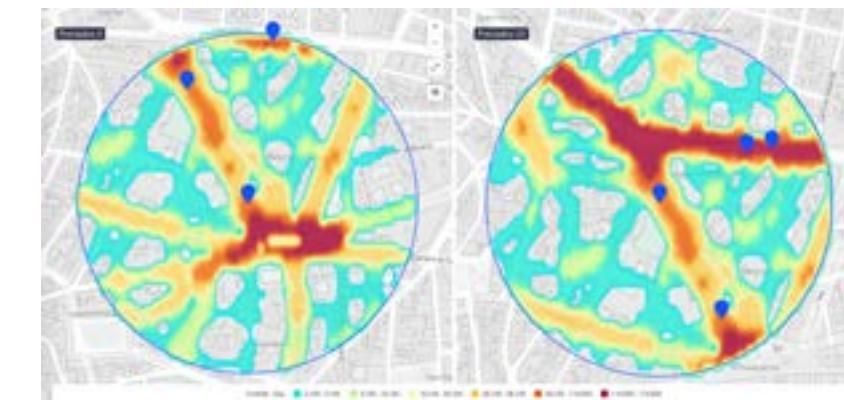
3,55M

Preciados 23

TRÁFICO PEATONAL



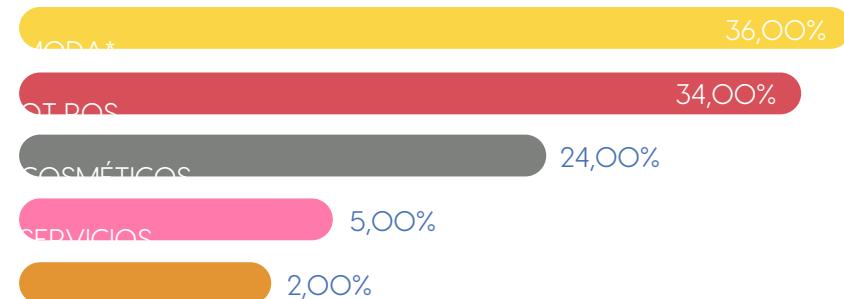
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 5,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
66	0	0,00%



ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

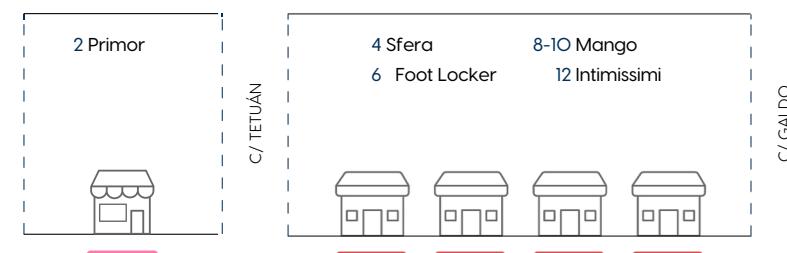
Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES



C/PRECIADOS



C/PRECIADOS



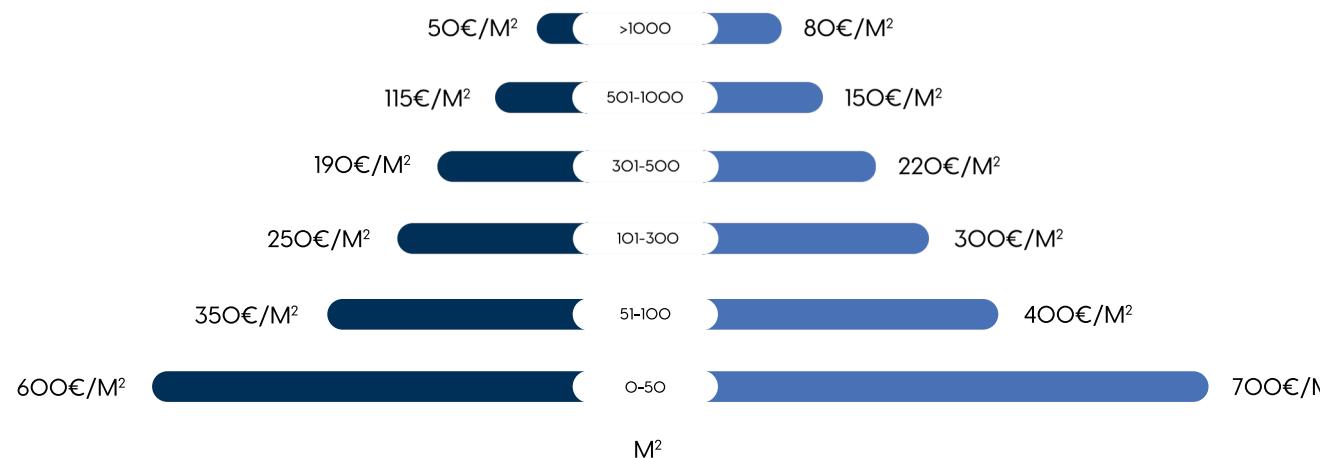
C/GALDO



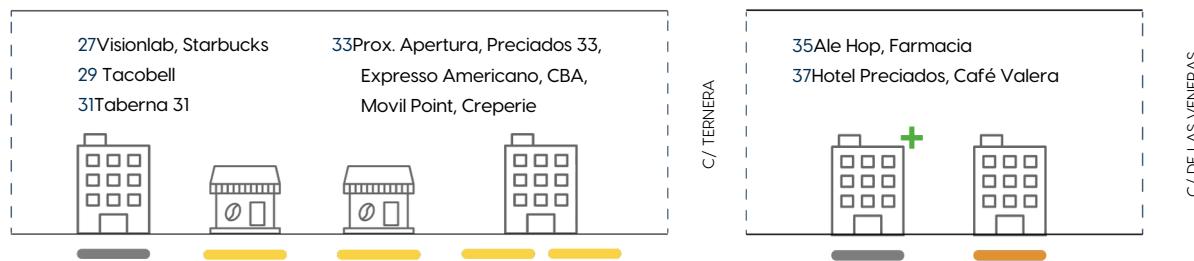
C/ROMPELANZAS

RENTAS SUPERFICIES C/ PRECIADOS

€/m²/mes



RENTA MÍNINA
RENTA MÁXIMA

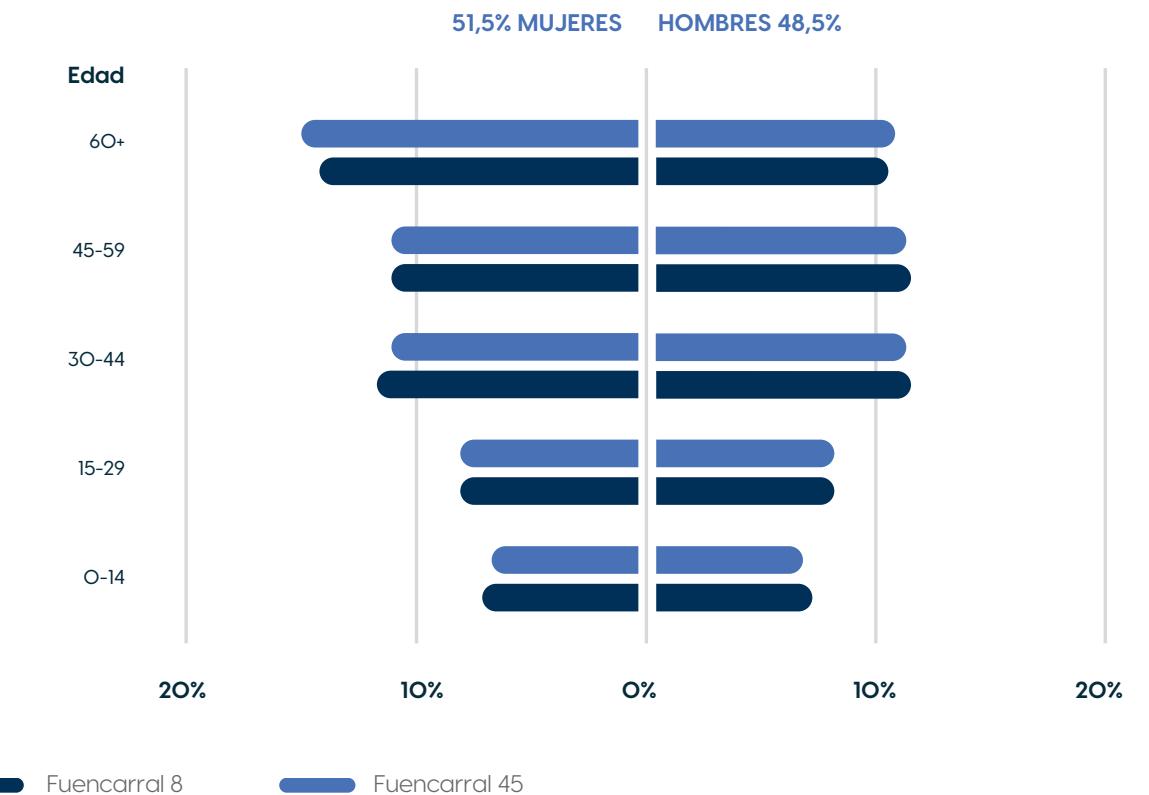


C/PRECIADOS



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

20,6 Mil €

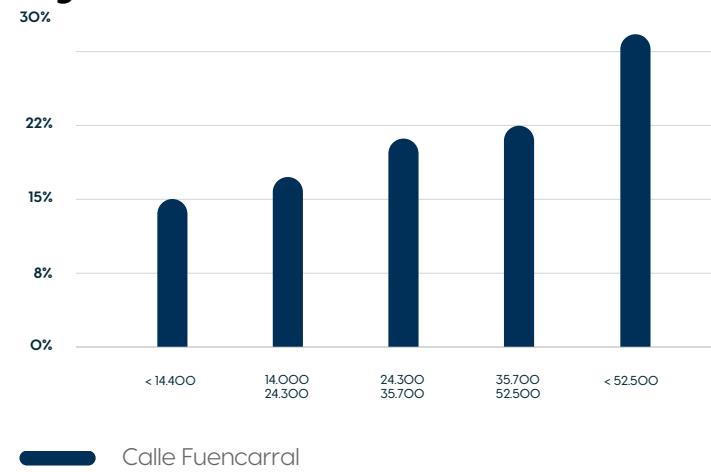
Calle Fuencarral

Tamaño medio de los hogares

2,4

Calle Fuencarral

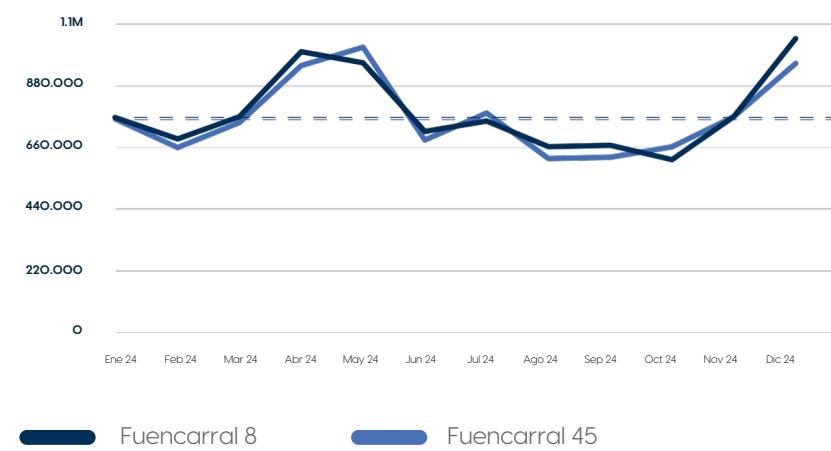
Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

7,75M
Fuencarral 8
7,75M
Fuencarral 45

TRÁFICO PEATONAL



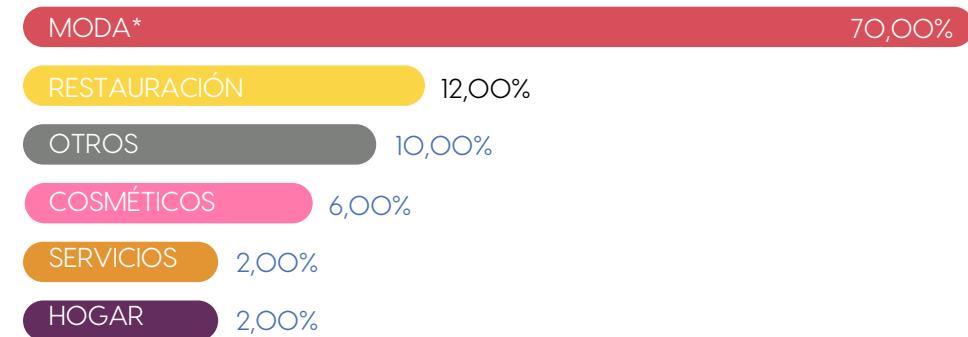
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 16,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
130	○	0,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES



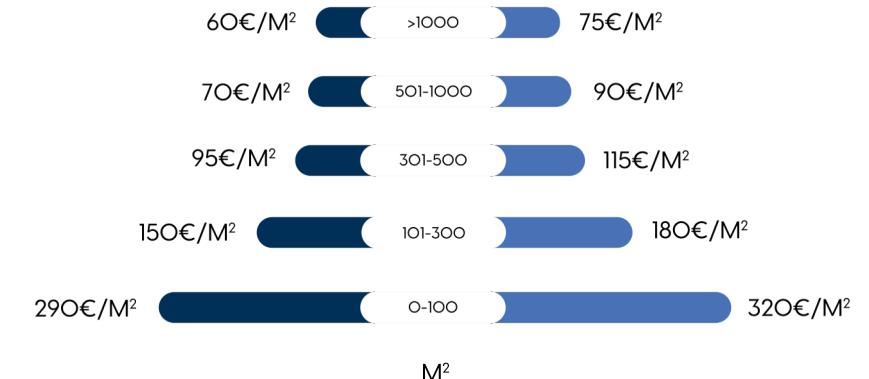
C/FUENCARRAL





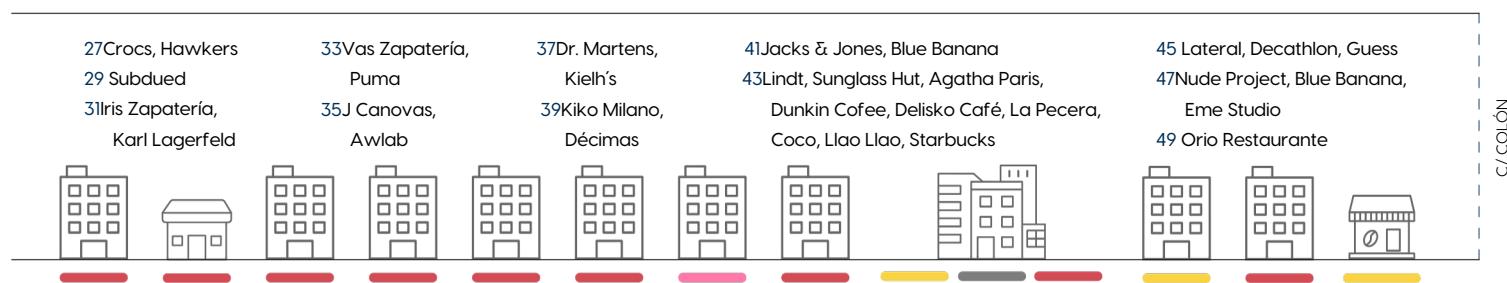
RENTAS SUPERFICIES C/ FUENCARRAL

€/m²/mes



M²

RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

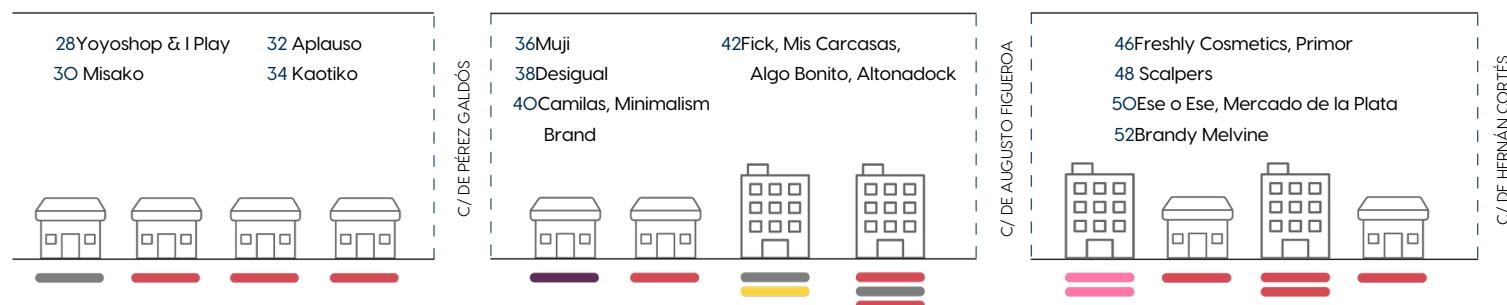


C/ COLÓN



C/ SANTA BÁRBARA

C/FUENCARRAL



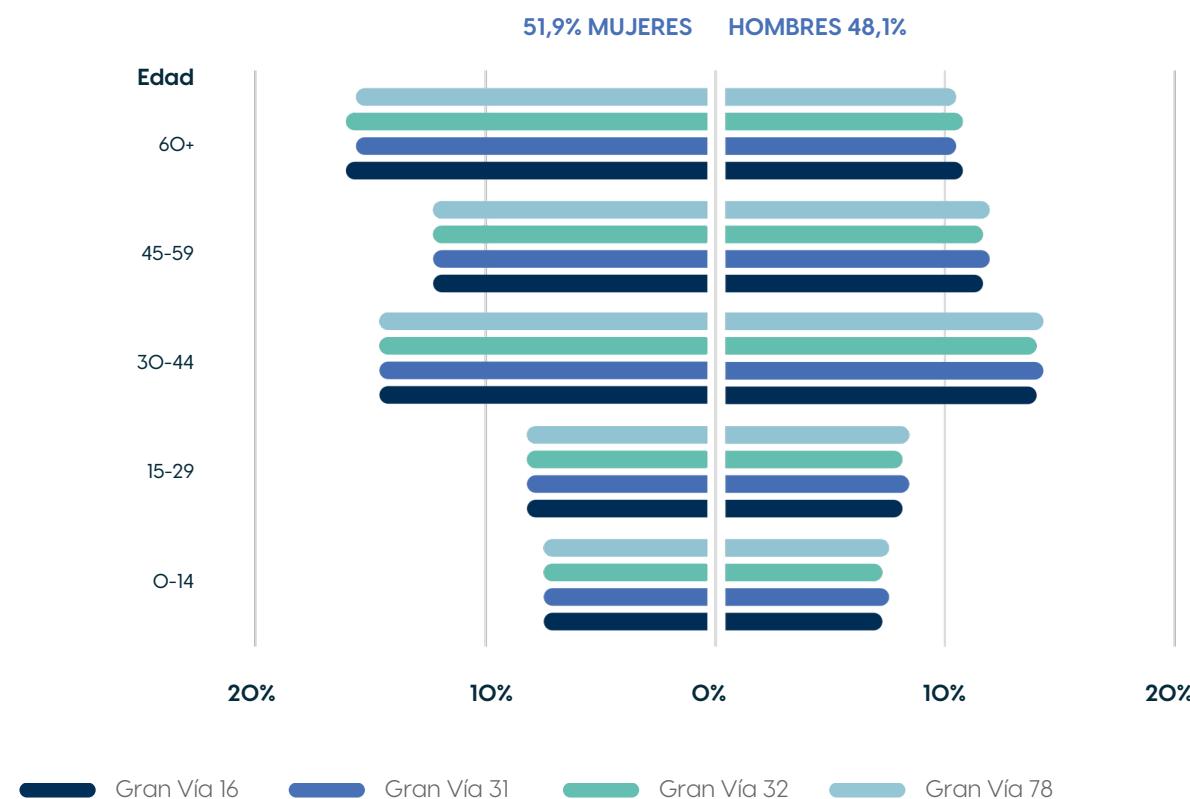
Gran Vía

Madrid



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

19,9Mil €

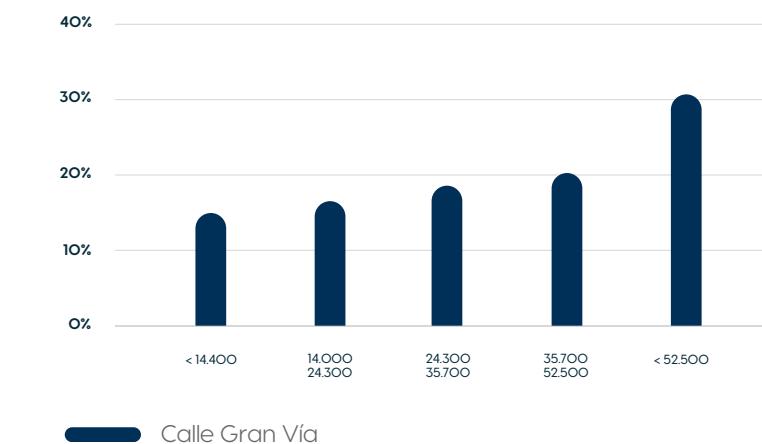
Calle Gran Vía

Tamaño medio de los hogares

2,45

Calle Gran Vía

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

4,26M

Gran Vía 16

2,96M

Gran Vía 31

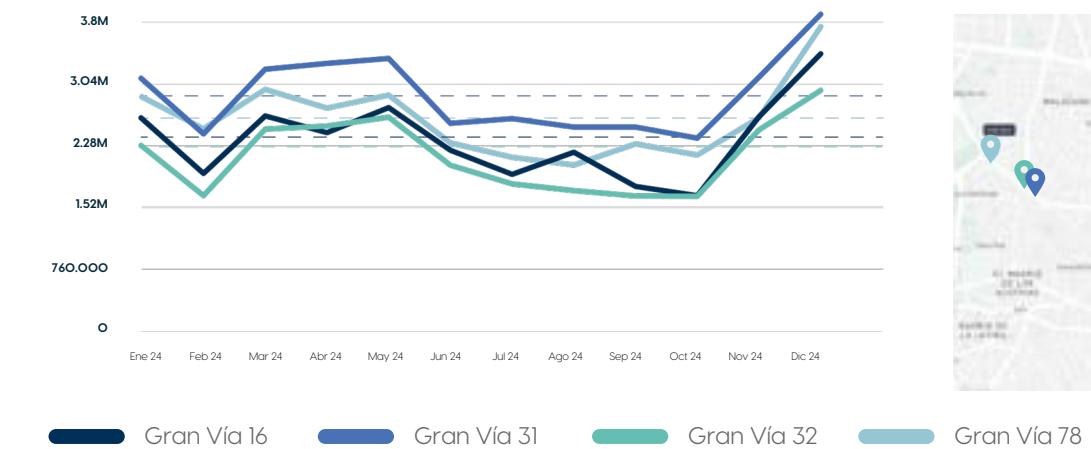
4,26M

Gran Vía 32

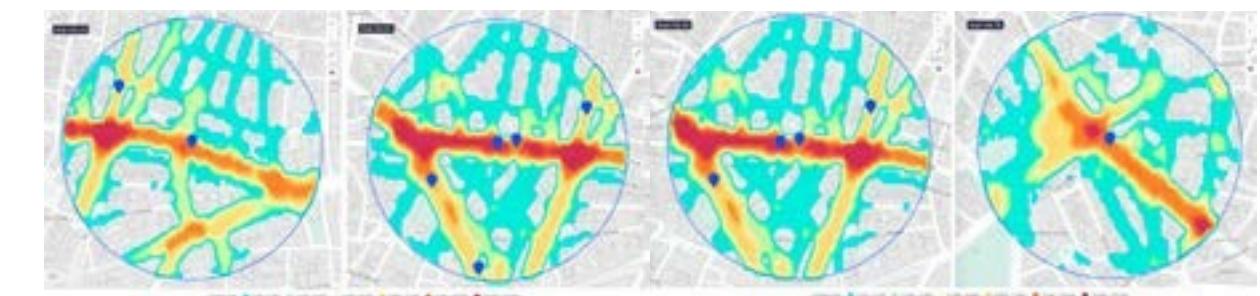
2,96M

Gran Vía 78

TRÁFICO PEATONAL



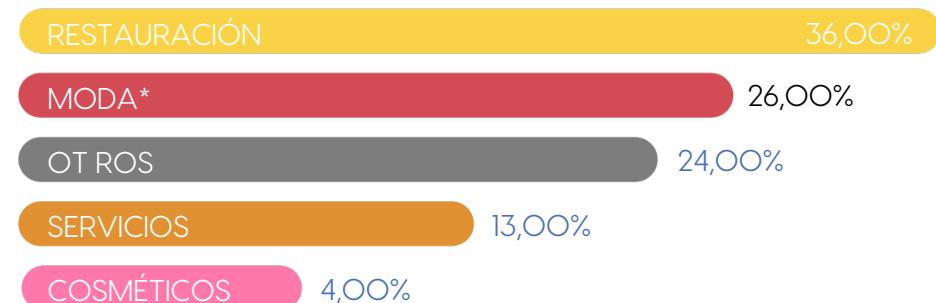
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 4,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
188	2	1,00%



ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES



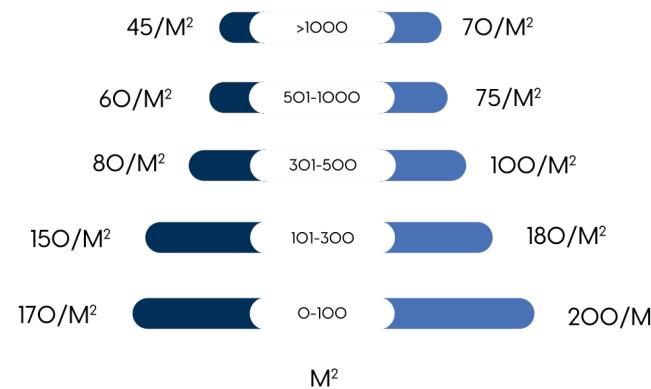
C/GRAN VÍA



RENTAS SUPERFICIES C/ GRAN VIA

€/m²/mes

Tramo I: de Callao a Pza. de España

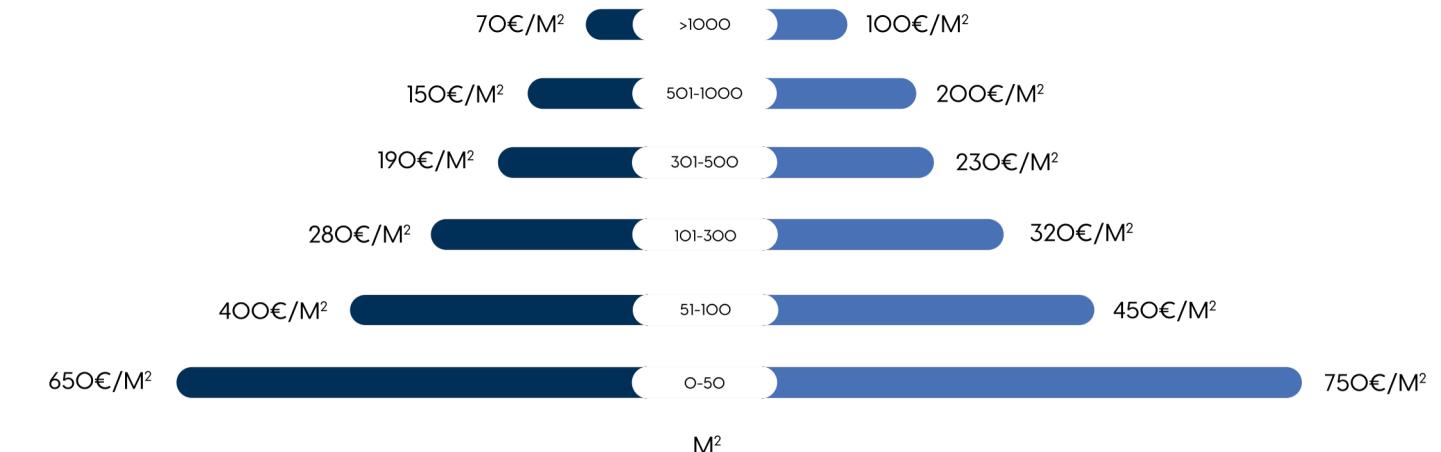


RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

RENTAS SUPERFICIES C/ GRAN VIA

€/m²/mes

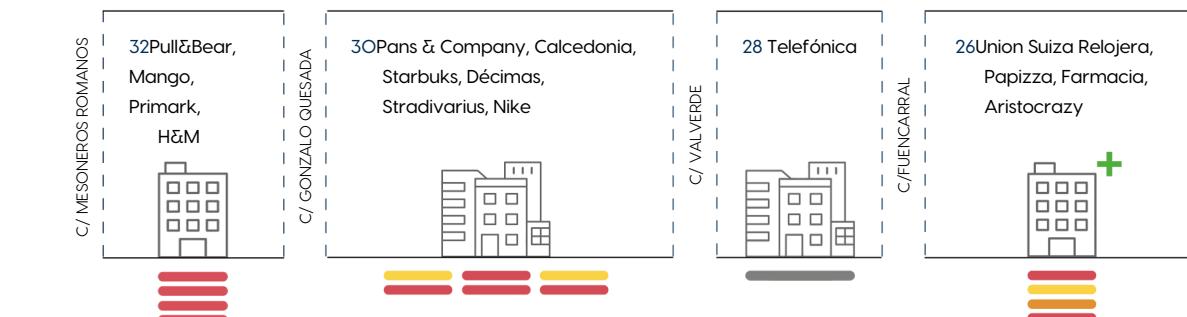
Tramo II: de Montera a Callao



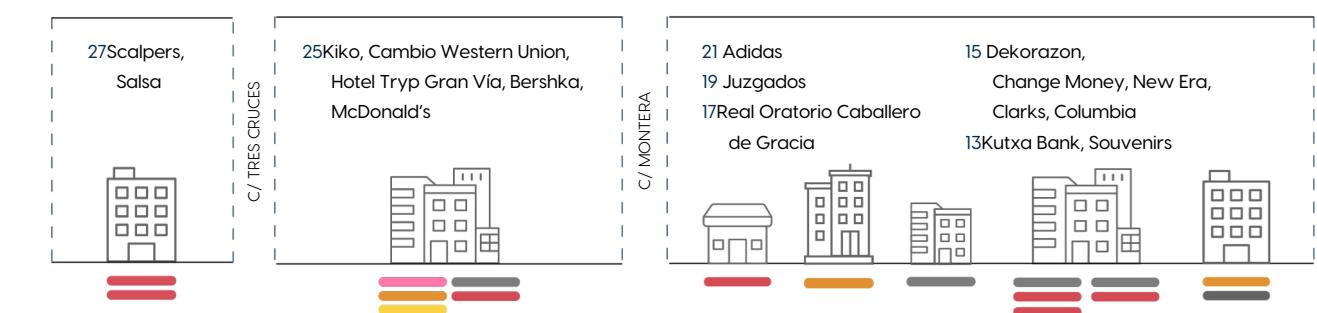
RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA



C/GRAN VÍA



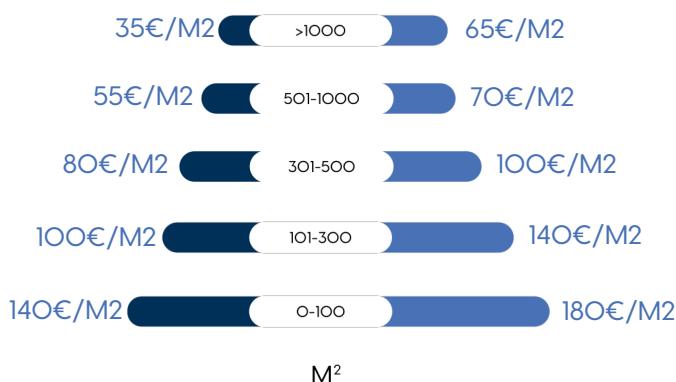
C/GRAN VÍA



RENTAS SUPERFICIES C/ GRAN VIA

€/m²/mes

Tramo III: de Alcalá a Montera



RENTA MÍNINA
RENTA MÁXIMA



HIGHLIGHTS

Durante 2024, Madrid ha continuado destacando como epicentro de nuevas aperturas y renovaciones comerciales en toda la ciudad. En el Barrio de Salamanca, especialmente en la calle Ortega y Gasset, este año ha sido particularmente dinámico, con la llegada de grandes nombres como Fendi, Richard Mille y Carrera y Carrera, la reubicación de Balenciaga de Lagasca a Ortega y Gasset, y la esperada inauguración de Tiffany's. Estas aperturas han consolidado aún más a esta zona como un referente para las marcas de lujo, generando una fuerte demanda por establecerse en ella. Para 2025, se prevé la llegada de Longines, la ampliación de la tienda de Chanel, además de un posible alquiler en el local anteriormente ocupado por Lavinia.

Por su parte, la calle Serrano también ha experimentado importantes transformaciones, destacando la apertura de Joyería Chochron y The Library (del Grupo Paraguas) en el tramo más cercano al Retiro, así como la reubicación de Rimowa a un local de más de 400 m² y la apertura de una nueva Joyería Suárez en el número 42 de la calle. Para los próximos meses, se espera la apertura de Tudor en la intersección con la calle Hermosilla, la de Paul Bakery, la reubicación de Chopard a la zona más codiciada por las marcas de lujo y la llegada de tres nuevas marcas en el tramo de Serrano entre Ortega y Gasset y Juan Bravo. La consolidación de Serrano como la principal arteria del lujo en Madrid sigue siendo una realidad y continuará atrayendo nuevas firmas.

El sector de la joyería ha jugado un papel preponderante en las aperturas del Barrio de Salamanca, siendo el principal motor de las nuevas llegadas a la zona. Además, este barrio también ha sido escenario de varias operaciones comerciales, siendo la más destacada la inauguración del nuevo concepto de Zara Man, que incluye su propia cafetería, Zacaffe, en el local que anteriormente ocupaba Pull&Bear.

En el centro de la ciudad, la calle Gran Vía ha visto la llegada de Victoria's Secret y Nike en el tramo más consolidado, mientras que Miniso ha inaugurado su primer flagship en España en el número 48 de esta icónica vía. Además, otras aperturas notables como las de Columbia, New Era y el segundo restaurante de Honest Greens también han tenido lugar en la zona. Aunque la calle Preciados experimentó menos cambios el año pasado, 2025 traerá nuevas aperturas, como la de Primor en el antiguo local de Pull&Bear, así como nuevas marcas en el edificio de Fnac de Callao y la posible llegada de una marca al local actualmente ocupado por Sfera.

Gran Vía también verá importantes transformaciones, con la apertura de Druni y Chalito en el número 43, la reubicación de Ray-Ban en el número 38 y la posible llegada de nuevas tiendas al número 76. Uno de los eventos más destacados para 2025 será la reapertura del Palacio de la Música, que ofrecerá una nueva propuesta de restauración, retail y cultura tras muchos años cerrado.

La calle Fuencarral ha sido testigo de numerosas aperturas y reubicaciones, con marcas urbanas y jóvenes como Nude Project y Blue Banana abriendo tiendas que superan los 200 m², consolidando la zona como un referente para el público más joven.

En cuanto a la zona alta del Barrio de Salamanca, las calles Goya y Conde Peñalver se han visto revitalizadas con la esperada apertura de Primark y la de Sephora, lo que ha generado un gran interés por parte de importantes marcas que buscan establecerse en el área. Además, el proyecto Monthi-



C/ GRAN VÍA



sa en el Paseo de la Castellana toma forma con la confirmación de marcas como Uniqlo y Nike, lo que fortalecerá aún más la oferta comercial en la zona de Azca, particularmente en la calle Orense.

Desde el punto de vista de inversión, si bien el año empezó de una manera muy progresiva, los últimos meses de 2024 han sido una carrera de fondo para inversores y vendedores con un comienzo de año marcado por la venta del emblemático edificio de WOW en Gran Vía.

No obstante, podríamos decir que Serrano ha sido la protagonista indiscutible en cuanto a inversión se refiere. Las ventas de los locales de Hublot y Breitling, del local arrendado a Liu Jo o a IKKS con rentabilidades en torno al 3,4% han sido muy relevantes al marcar la línea de rentabilidades en Madrid en zona prime.

Sin abandonar Barrio Salamanca, hemos sido testigos de al menos 6 operaciones entre las calles de Ayala, Claudio Coello y Hermosilla con unas rentabilidades cercanas al 4,5%, así lo demuestra la venta entre otros del local alquilado a Alohas y también Ace&Tate.

Asimismo, hemos visto cómo sigue imponiéndose el apetito value add de los inversores, comprando locales que llevan tiempo vacíos en zonas como la calle Princesa o Alberto Aguilera para reconver-tirlos y darles un formato de restauración con el que añadir valor a sus inversiones.

Entendemos que el apetito inversor que se ha visto en esta última franja de año acabará de dar sus frutos en 2025. Hay procesos ordenados abiertos y otros "offmarket" que han dado sus primeros pasos durante el mes de diciembre y que deberían acabar de materializarse en el primer cuatri-mestre de 2025 manteniendo esos niveles de rentabilidad tanto en la zona centro como en el Barrio Salamanca.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

ORTEGA Y GASSET

3,8%

4,25%

SERRANO

3,5%

3,5%

PRECIAZOS

3,5%

4,0%

FUENCARRAL

3,8%

4,5%

GRAN VÍA

3,5%

4,5%

Yield Mínima

Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Primor firma con Generali un contrato de alquiler en la calle Preciados de Madrid

La cadena italiana de perfumerías se instalará en uno de los edificios más representativos de la calle de los Reyes, en Madrid.



Modae
Empresa >

Prepara dos centros más en la capital madrileña
La cadena colombiana Action Black debutará en España con un nuevo gimnasio en Madrid

EL NUEVO LOCAL ESTÁ EQUIPADO CON BODYTONE

LIGERAS MARAVILLAS HOTEL & SPA ALCALÁ DE HENARES



CMD
Sports >

Carrefour abre un supermercado en la Puerta del Sol de Madrid, el único en esta emblemática plaza

Comienza con una sala de ventas de 93 m2 y un surtido de más de 2.500 referencias muy dirigidas al cliente turístico. Abre de 8:00 de la mañana a 11:00 de la madrugada.



Food Retail
& Service >

Álvaro Moreno aterriza en la calle Goya (Madrid)



Se trata del quinto punto de venta en Madrid después del de la calle El Carmen, el centro comercial Infur, el centro comercial Xanadú y The Style Outlets de San Sebastián de los Reyes.

Distribución
Actualidad >

Five Guys sigue creciendo en el centro de Madrid con un nuevo local en Princesa



Restauración
News >

La joyería Chocrón se muda a la Calle Serrano para seguir creciendo

La firma, que además de sus propias tiendas tiene más de 100 puntos de venta en diferentes países, se instala en un espacio de 1.000 m2 y la inversión asciende a 400.000 euros.



Forbes >

Paco Martínez refuerza su presencia en la capital con una apertura en el barrio de Salamanca

La firma italiana de ropa interior de alta gama ha abierto su primera tienda en Madrid.



Fashion Network >

Del Páramo Vintage inaugura su flagship en Madrid

La firma de joyería vintage ha abierto su primera tienda en Madrid.



Grupo Duplex >

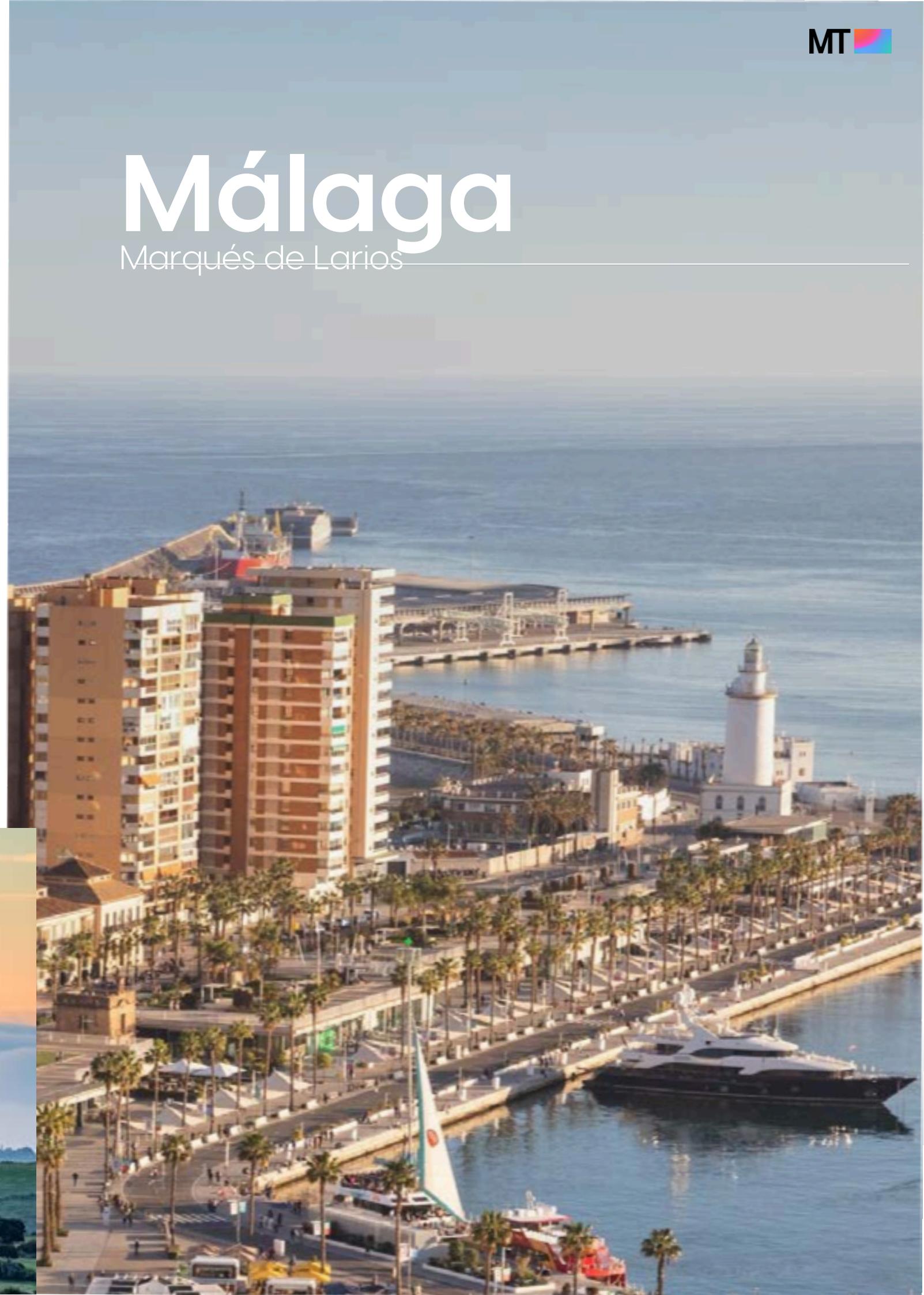
Comercial

Nueva apertura en Serrano: Majorica releva a la bombonería Santa en Serrano 56

La compañía mallorquina de joyería ha impulsado su estrategia de apertura de tiendas propias y prevé abrir en una de las principales avenidas del centro de Salamanca, en un local histórico que data de principios de siglo.



Eje Prime >



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la población de Málaga alcanzó los 591.634 habitantes, según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, lo que representa un ligero incremento del 0,9% respecto al año anterior. Este crecimiento estuvo impulsado por el saldo migratorio positivo y el atractivo de la ciudad como destino residencial y turístico. Este dinamismo consolida a Málaga como uno de los principales núcleos urbanos del sur de España, contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social de la región.

Málaga registra una renta bruta media de 29.191 euros, lo que refleja un nivel económico moderado en comparación con otras ciudades españolas de tamaño similar, pero con un crecimiento interanual del 5,72%. La tasa de desempleo en la ciudad, aunque superior a la media nacional, muestra una tendencia descendente. En la provincia, el paro se situó en el 17,45% en febrero de 2025, mejorando respecto a 2024, con mejoras en sectores clave como el turismo y los servicios, principales motores de la economía malagueña.

La capital andaluza ha logrado alcanzar su mejor dato en exportaciones durante 2024, con una cifra de 3.033 millones de euros (1,7% más que en 2023). Productos como el aceite de oliva, las frutas y la carne destacaron por su crecimiento en los mercados internacionales.

Por último, Málaga combina una oferta turística en constante expansión con un comercio minorista dinámico y resiliente. La ciudad continúa posicionándose como un motor clave para la economía regional, atrayendo tanto a visitantes como a nuevos residentes, que encuentran en ella una ciudad en constante evolución y con proyección internacional.

Población

591.634 hab.

0,9%
interanual

Renta Bruta Media

29.191 2022

5,72%
interanual

Desempleo

17,45% feb. 25

-9,59%
interanual

ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Málaga sigue consolidándose como un destino turístico de referencia en España y Europa. En 2024, la ciudad registró una cifra superior a 1.600.000 viajeros, con un incremento sobre 2023 del 5,81%. Las pernoctaciones en la capital andaluza se incrementaron también durante el 2024, un 4,86%, con 3.476.000 pernoctaciones.

La ciudad andaluza fue durante 2024 la ciudad española con mayor ocupación hotelera, alcanzando máximos históricos, superando cifras prepandemia. Se espera que en 2025 se produzca un crecimiento más moderado con precios más estables.

Málaga combina su oferta histórica y cultural, como el Museo Picasso y la Alcazaba, con una variada gastronomía y playas urbanas, convirtiéndola en un destino atractivo durante todo el año. Zonas emblemáticas como la Calle Larios y el Muelle Uno mantienen una alta ocupación, atrayendo tanto a grandes marcas internacionales como a pequeños negocios locales.

El comercio minorista en Málaga ha evolucionado para adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado, no obstante, se encuentra en una encrucijada, donde el crecimiento turístico y la evolución del comercio minorista deben gestionarse de manera equilibrada para garantizar la sostenibilidad económica y la calidad de vida de sus residentes.



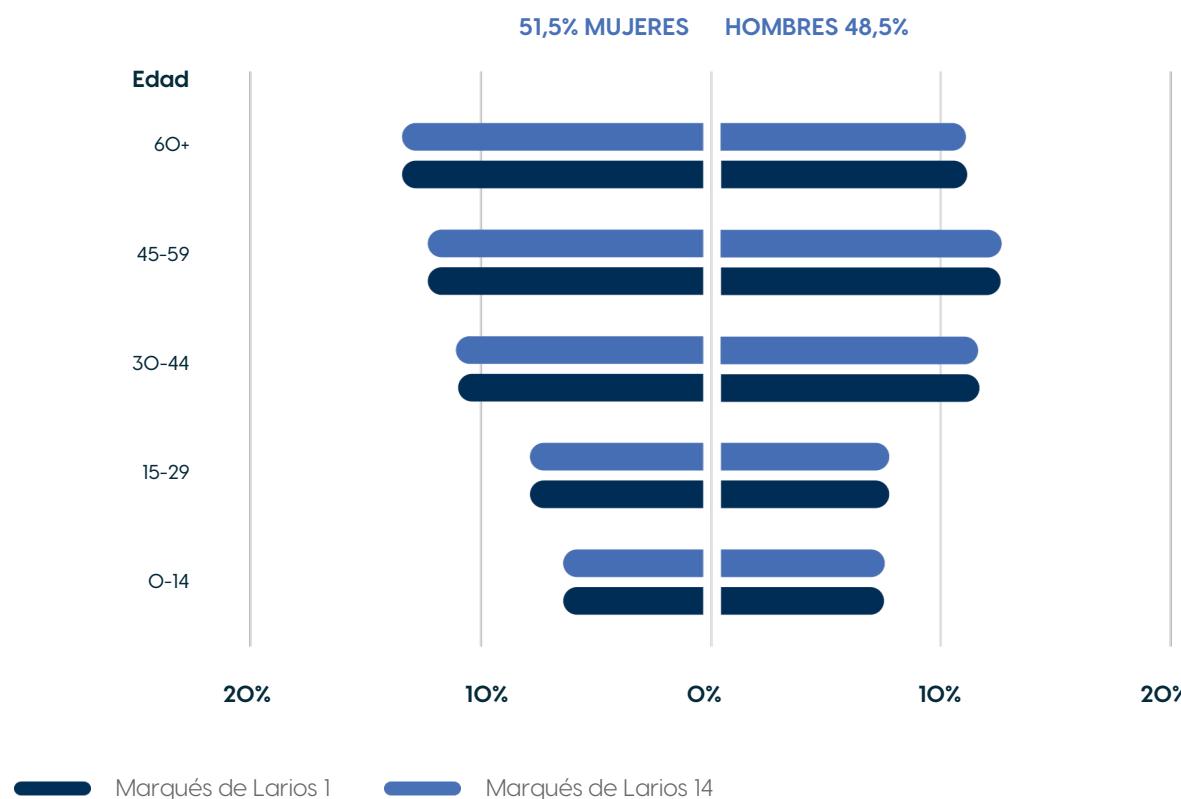
Marqués de Larios

Málaga



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

15Mil €

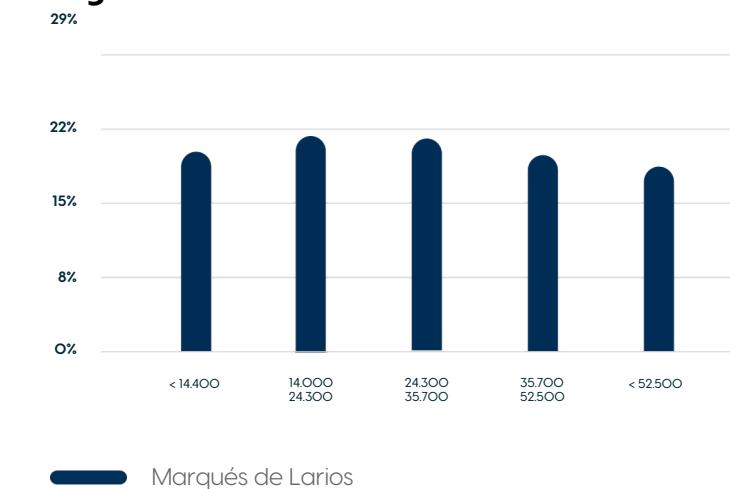
Marqués de Larios

Tamaño medio de los hogares

2,5

Marqués de Larios

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

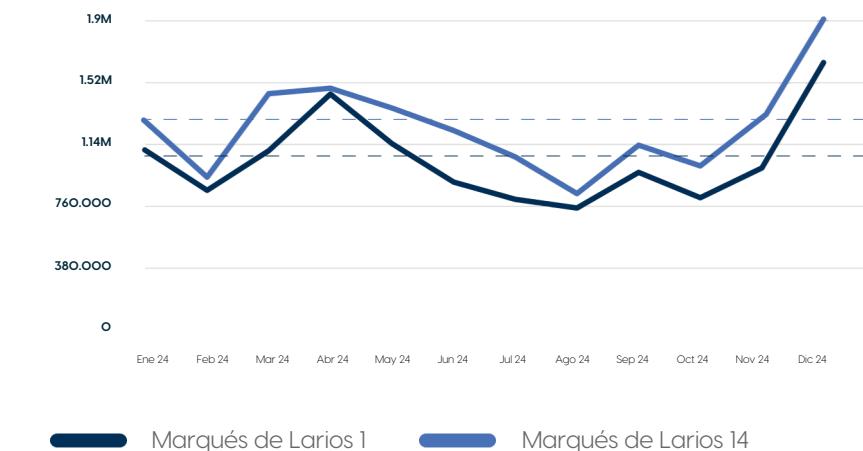
693.800

Marqués de Larios 1

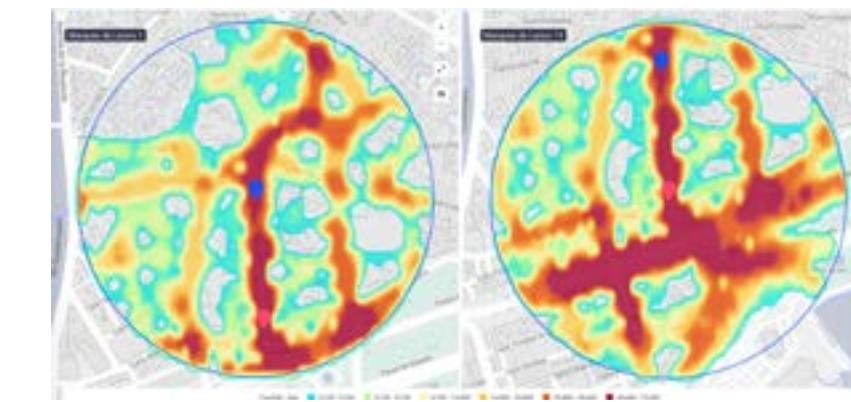
693.800

Marqués de Larios 14

TRÁFICO PEATONAL



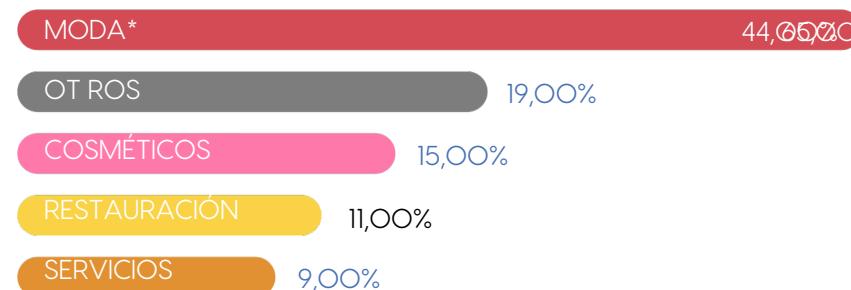
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

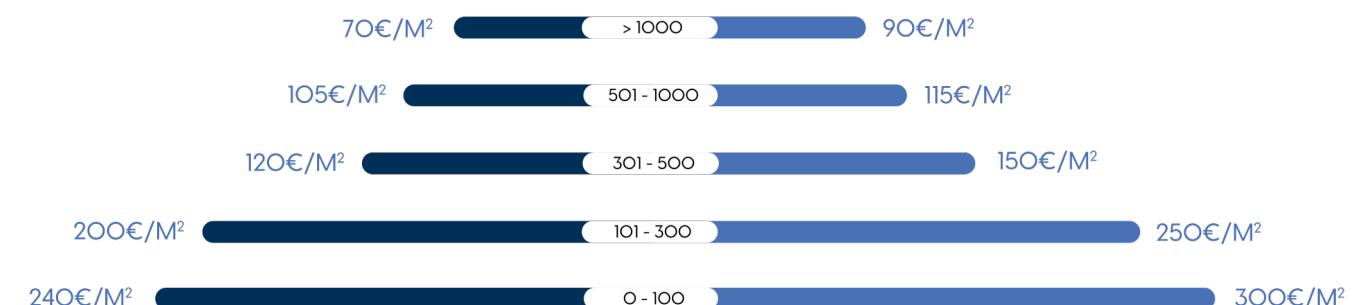
Categorías



*joyerías/relojerías representa un 11,00% y se incluyen en la categoría moda

RENTAS SUPERFICIES C/ MARQUES DE LARIOS

€/m²/mes



M2

RENTA M2 ÍNÍCIO
RENTA M AXI

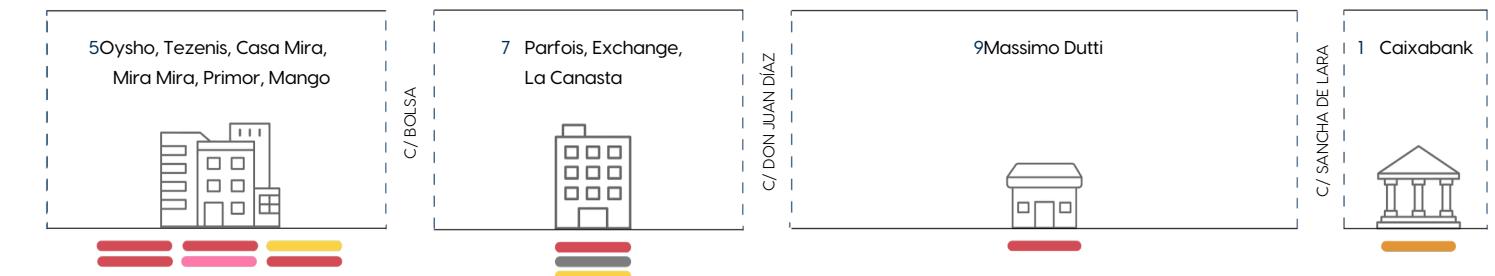
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
54	1	2,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES



C/MARQUES DE LARIOS



C/MARQUES DE LARIOS





HIGHLIGHTS

Un año más Málaga se sigue colocando en el top 5 de las ciudades que resultan extremadamente atractivas tanto para los retailers como para los inversores; no obstante, es otra de las ciudades cuya calle principal comercialmente hablando, calle Larios se encuentra bajo la propiedad de pocas familias quienes gestionan las transacciones y hacen que resulte más complicado la rotación en el mercado. Los hechos que podemos considerar relevantes son la salida de las marcas de Inditex: Bershka y Pull&Bear de la calle Larios.

Podemos destacar la apertura de la joyería Quera en el antiguo local ocupado por Bershka, la apertura de Adidas en el antiguo Pull&Bear, la ampliación de la joyería Marcos en el antiguo Vodafone, la apertura de Sephora en el antiguo Benetton, la futura apertura de La Canasta en la mítica cafetería Lepanto, así como la apertura de la tercera tienda de Primor en la calle Larios en el antiguo Springfield y la apertura de IQOS en el antiguo Apodemio.

Aun así la ciudad se encuentra en un momento efervescente y próspero, siendo relevante el interés creciente de inversión tanto nacional como internacional, en otros puntos comerciales de la ciudad.

En este sentido, destaca la zona del Soho, no sólo como zona residencial sino también desde el punto de vista comercial y de ocio. Así mismo la zona de Alameda o el Paseo Marítimo también son zonas en las que evidentemente con rentabilidades menos ajustadas que en calle Larios resultan muy atractivas para los inversores.



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

IQOS abre en Málaga su primera boutique en Andalucía



Con esta apertura, la marca suma ya seis tiendas repartidas en distintos puntos de España.

Ver Noticia >

Distribución
Actualidad >



Con la apertura de la enorme boutique de Quera en Málaga, esta centenaria firma gerundense ya no deja dudas de que su expansión va en serio.

Ver Noticia >

La nueva boutique de Quera en Málaga demuestra que existe un patrón muy estudiado en la estrategia de esta prestigiosa firma joyera y relojera. Primero se procedió a la modernización y ampliación de su establecimiento central de Girona, con lo que su liderazgo en dicha provincia se afianzó al extremo. Más tarde vino la sorpresa cuando Quera se estableció en Alicante, aunque bien podíamos deducir a una oportunidad de mercado y a una cierta cercanía geográfica. Ahora, con su desembarco en Málaga, parece quedar claro que existe un serio plan de expansión por el territorio español.

Watch
Test >

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

MARQUÉS DE LARIOS

3,75%

4,00%

Yield Mínima

Yield Máxima

Palma de Mallorca

Sant Miquel | Born



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

Palma de Mallorca alcanzó, en 2024, los 431.521 habitantes (según el Instituto Nacional de Estadística). Este dato refleja que la población en este municipio continúa con la tendencia de un crecimiento moderado con respecto a los años anteriores. Este incremento se debe a que Palma de Mallorca ha consolidado su posición como un destino turístico de primer nivel y se convierte además en un atractivo residencial para extranjeros.

La renta bruta media por hogar en Palma se sitúa en 33.871 euros, lo que representa un aumento del 7,14% con respecto al dato del año anterior. Este aumento se encuentra entre los más altos, si comparamos con el resto de las ciudades españolas con gran afluencia turística. En cuanto a la tasa de desempleo en Palma de Mallorca, este dato todavía se mantiene bastante por debajo de la media nacional, situándose en un 7,20% en febrero de 2025, y manteniendo una evolución en paralelo con la tasa provincial de las Islas Baleares.

Desde el punto de vista económico, Palma ha mantenido un crecimiento estable, alineándose con la evolución del Producto Interior Bruto (PIB) regional, ya que Islas Baleares fue la comunidad autónoma que registró en 2023 mayor crecimiento de su PIB en términos de volumen (5,7%), según datos del INE.

La tasa de variación anual del IPC en Islas Baleares alcanzó el 3,4% en enero de 2025, lo que supone un dato igual al mes anterior y con respecto al año anterior. Aunque la evolución de este dato es bastante estable, el IPC balear se sitúa por encima del dato nacional, que alcanza el 2,9% en el mismo periodo.



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Palma de Mallorca se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más importantes de Europa. La ciudad no solo destaca por su atractivo de sol y playa, sino que ha sabido reinventarse con una oferta cultural. Esto se refleja en el aumento del 4,11% (frente a 2023) de los viajeros que acuden a la ciudad hasta alcanzar los 2.577.097, con un alto predominio de turistas extranjeros. También se resalta el predominio de turistas extranjeros en las pernoctaciones registradas en la ciudad, que en conjunto (sumando turismo nacional e internacional) aumentaron un 4,20% respecto a las efectuadas en 2023.

Palma de Mallorca sigue consolidándose como el principal impulso económico de las Islas Baleares. La combinación de un turismo de alto nivel, el avance urbano y la ampliación de su actividad comercial la posicionan como una ciudad en continuo auge a nivel global.

Población

431.521 hab.

1,93%
interanual**Renta Bruta Media**

33.871 2022

7,14%
interanual**Desempleo**

7,20% feb. 25

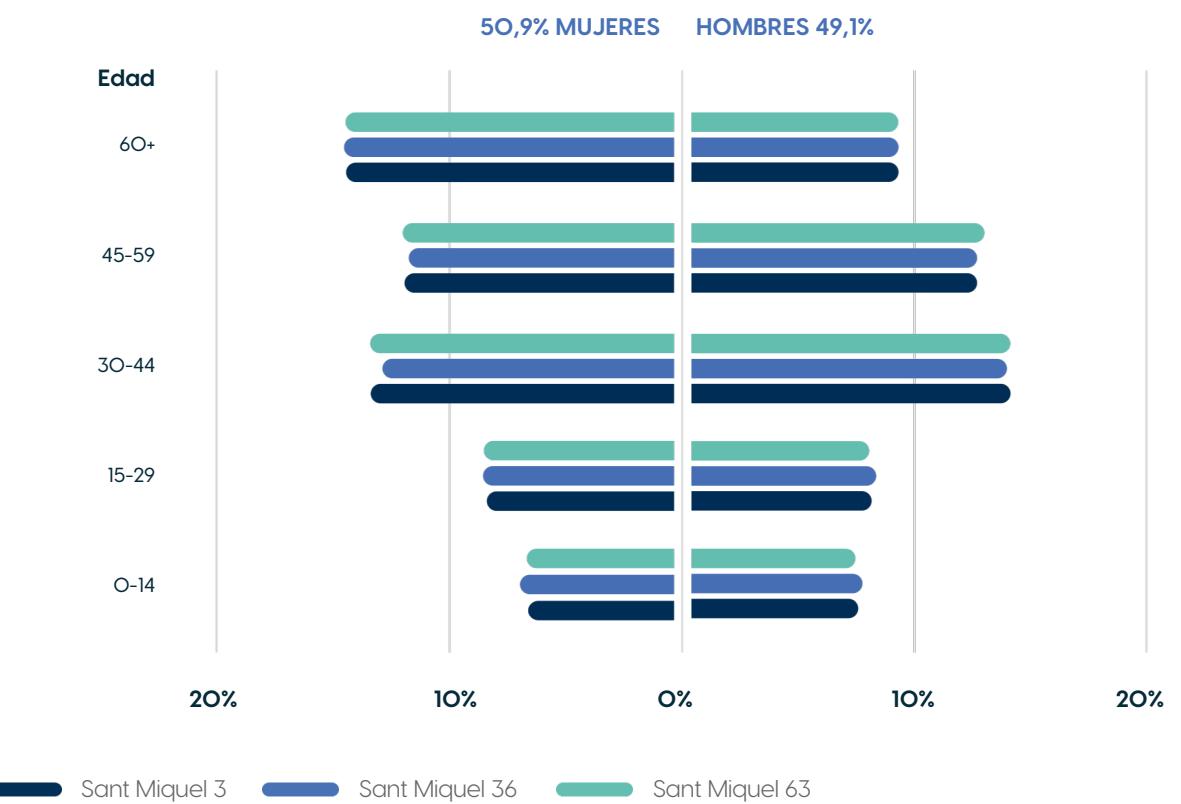
-7,33%
interanual

Sant Miquel

Palma de Mallorca



DATOS SOCIOECONÓMICOS

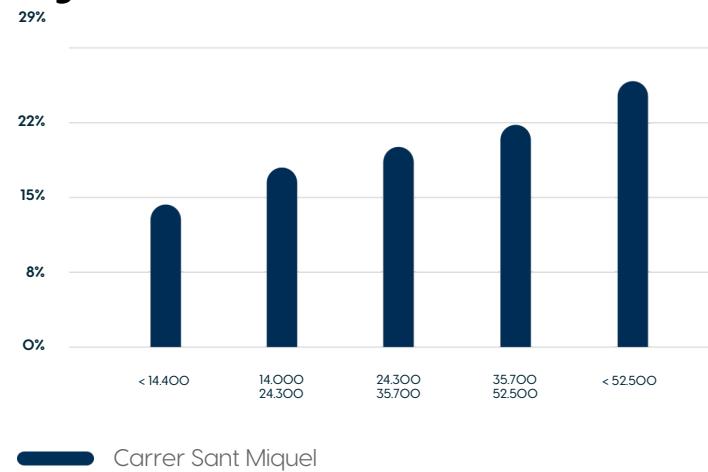
Edad y Género**Poder adquisitivo medio****18Mil €**

Carrer Sant Miquel

Tamaño medio de los hogares**2,5**

Carrer Sant Miquel

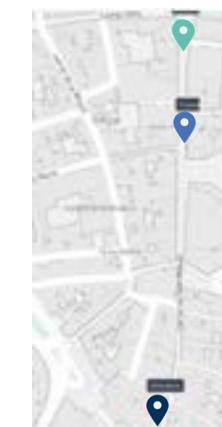
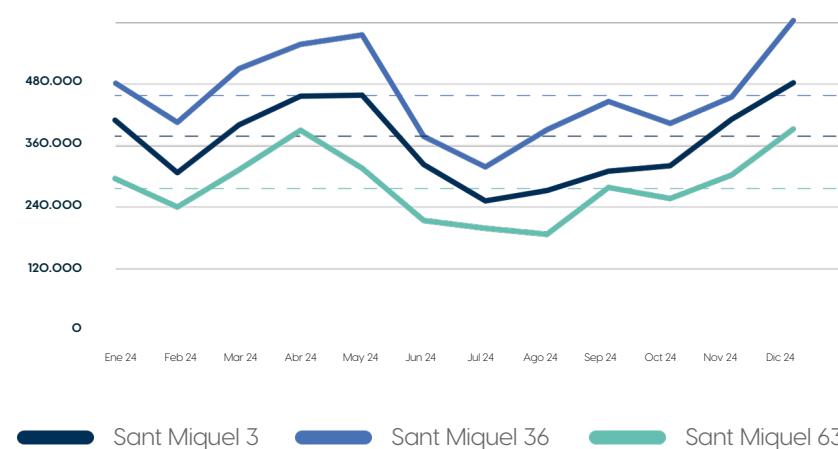
Ingresos anuales



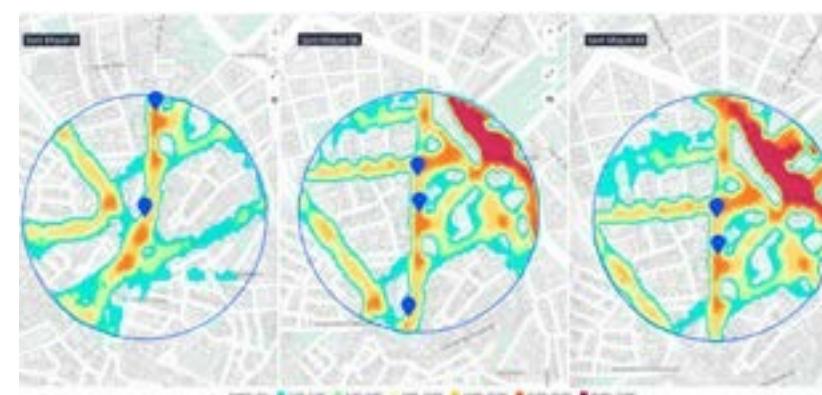
Mercado potencial (habitantes)

375.700
Sant Miquel 3
363.500
Sant Miquel 36
375.700
Sant Miquel 63

TRÁFICO PEATONAL



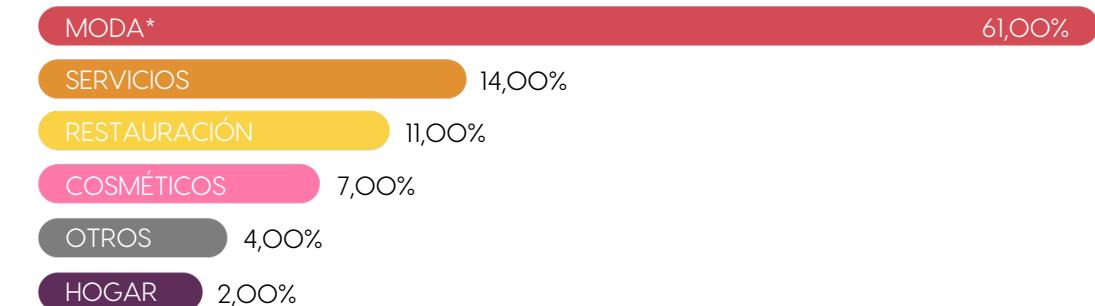
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

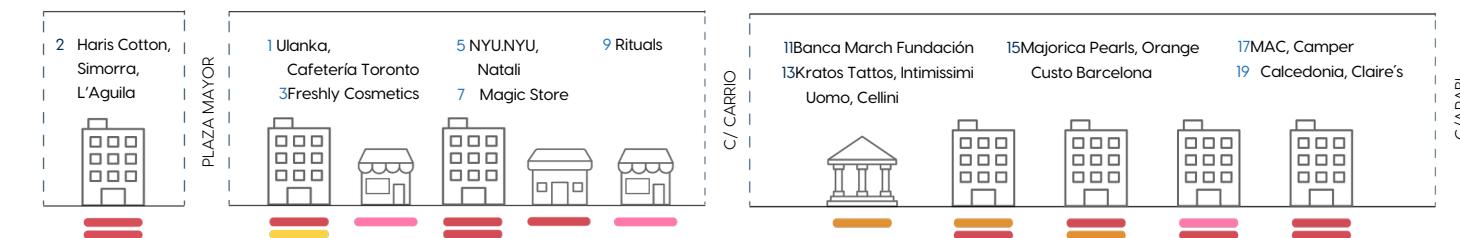


*joyerías/relojerías representa un 14,00% y se incluyen en la categoría moda

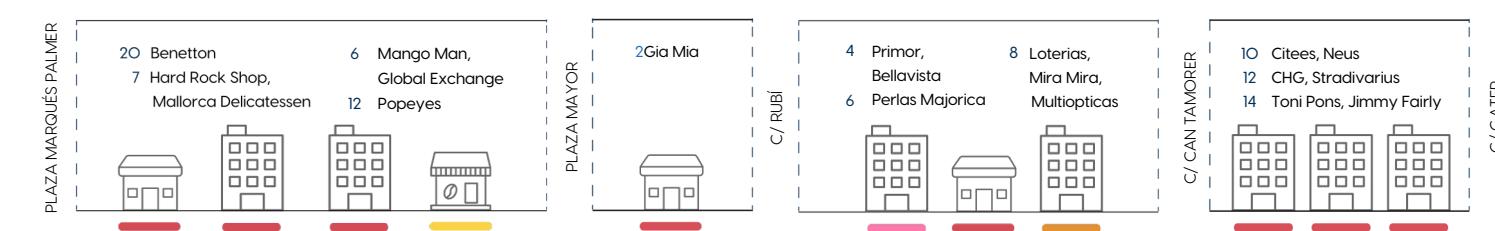
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
101	2	2,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº Nº DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES



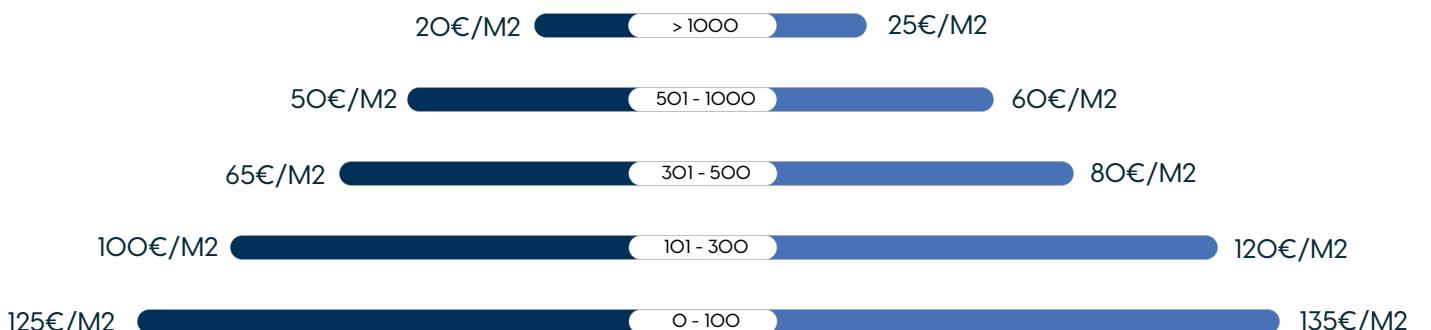
C/ SANT MIQUEL





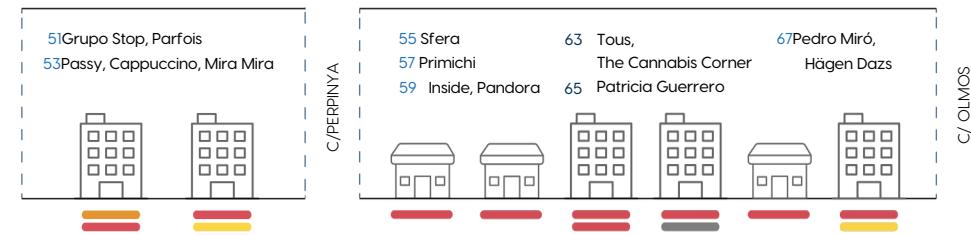
RENTAS SUPERFICIES C/ SANT MIQUEL

€/m²/mes



M2

RENTA M2 MÍNIMA
RENTA M2 MÁXIMA



Born

Palma de Mallorca



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

18,6Mil €

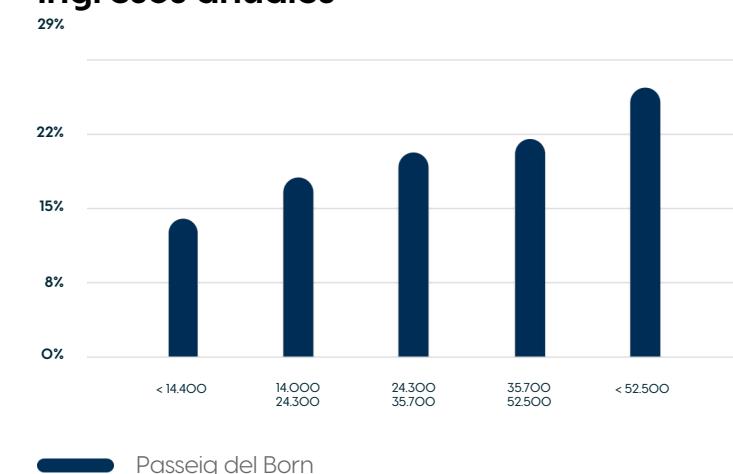
Passeig del Born

Tamaño medio de los hogares

2,5

Passeig del Born

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

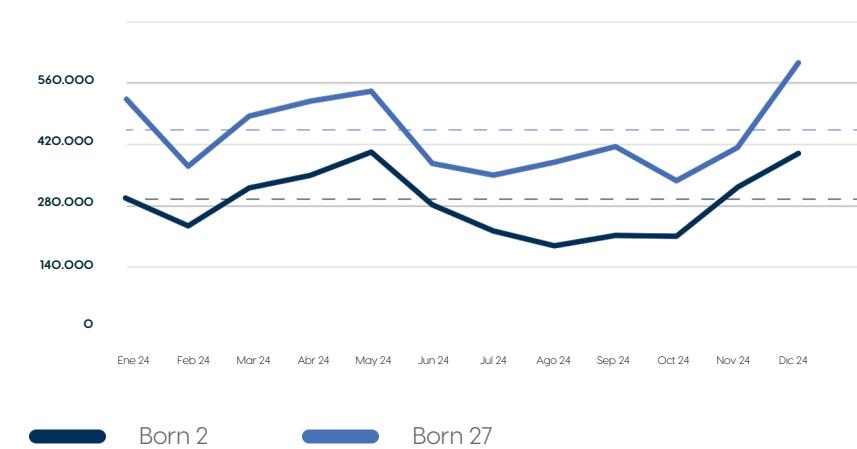
523.400

Born 2

522.100

Born 27

TRÁFICO PEATONAL



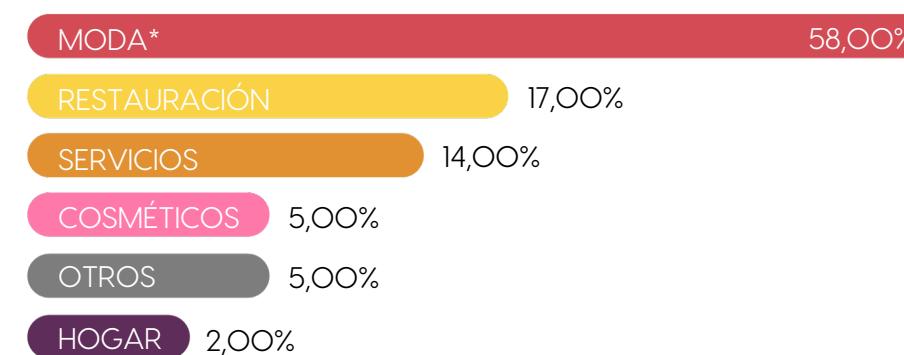
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

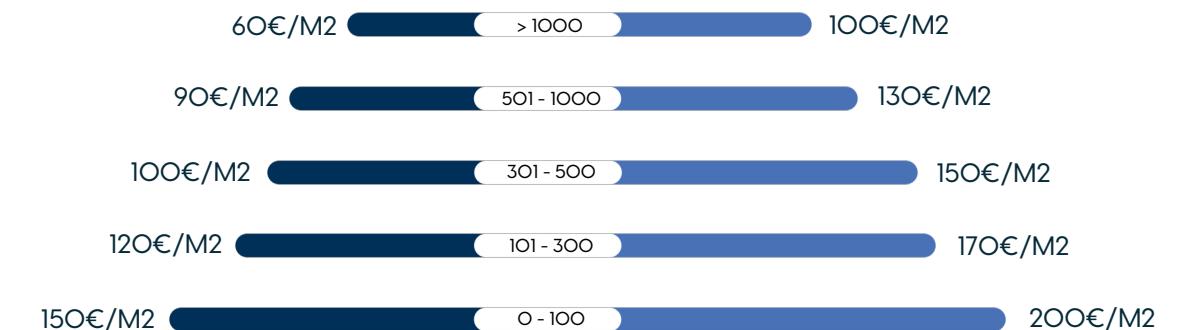


*joyerías/relojerías representa un 10,00% y se incluyen en la categoría moda



RENTAS SUPERFICIES C/ BORN

€/m²/mes

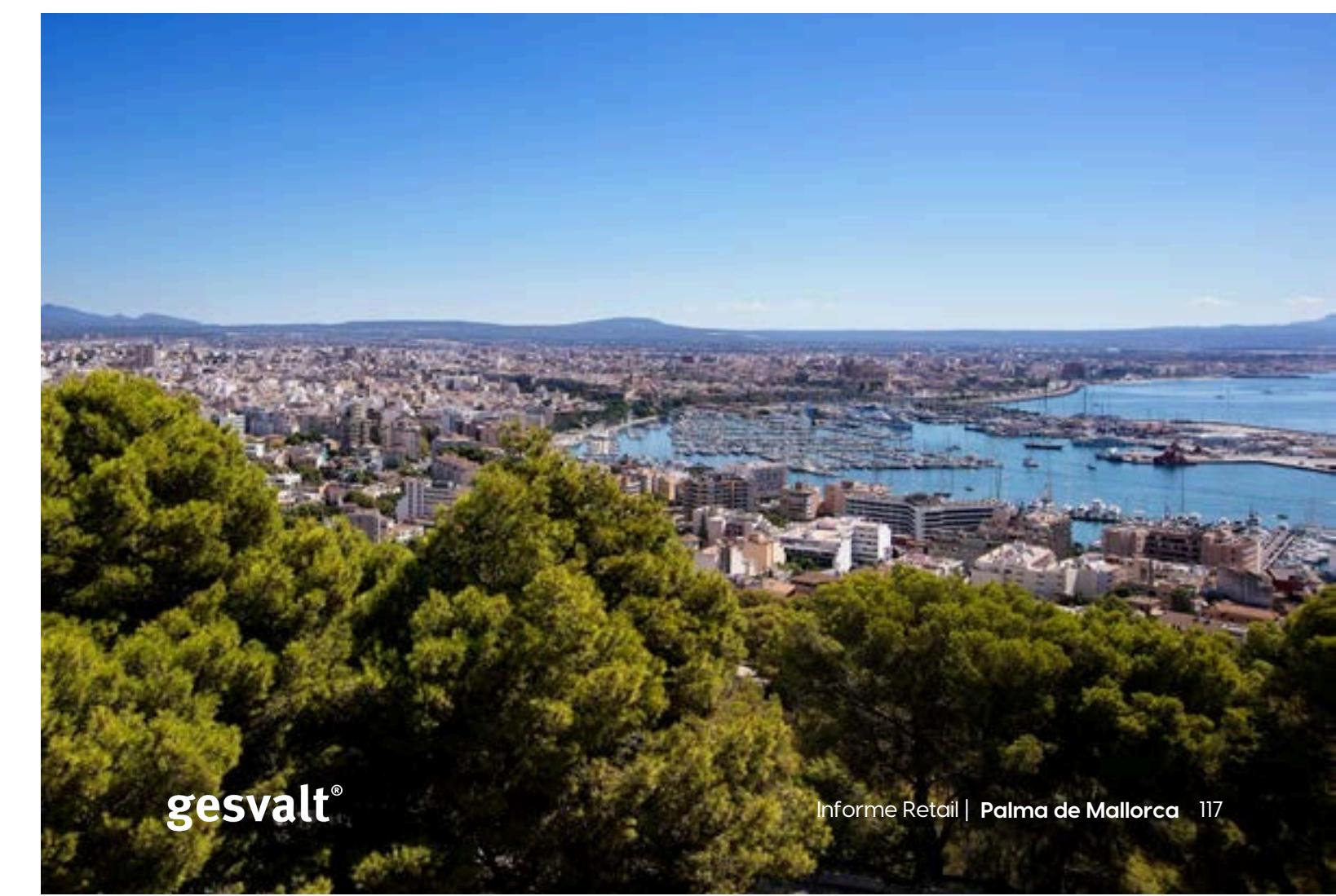


M2

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES



PASSEIG DEL BORN





HIGHLIGHTS

Palma de Mallorca se ha convertido en los últimos años en foco de interés de los principales grupos de lujo del mundo. Concretamente, quieren ubicarse en Passeig del Born donde ya podemos encontrar marcas como: Louis Vuitton, Max Mara, Hugo Boss, Sandro, etc. El problema se encuentra en la escasez de locales de gran tamaño debido a la morfología de la calle, es por ello que algunas marcas de lujo optan por ubicarse en Jaime III como alternativa (siempre cerca de la intersección con Passeig del Born).

Para los grupos mass market, su principal objetivo es la calle Sant Miquel o la Plaça del Marqués de Palmer donde la disponibilidad es prácticamente nula y donde los contratos se firman antes de la salida del anterior inquilino.

Desde el punto de vista de inversión, Palma de Mallorca es una de las ciudades principales que levantan el apetito inversor.

Las calles Sant Miquel y Born, son las dos zonas preferidas para la inversión por parte de las familias nacionales. Las rentabilidades de estas zonas empiezan a consolidarse en torno al 4,5% y seguramente la bajada de los tipos de interés motivará el cierre de varias transacciones que no se han realizado estos años pasados.

Pese a que el foco inversor no es tan acusado como en estos dos puntos, existen otras calles comerciales como Jaime III, San Nicolás o la Calle Colón que están comenzando a aumentar el interés de este público debido a la modernización de la zona y la disponibilidad de edificios en rehabilitación.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

SANT MIQUEL

4,50%

5,00%

BORN

4,50%

4,75%

 Yield Mínima

 Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Alimarket

Vicio lleva a Mallorca su formato de local híbrido

La cadena de hamburguesas Vicio ha inaugurado el primer restaurante de formato híbrido en Palma, que ha abierto sus puertas en la plaza del Comitat del Roselló, muy próximo a la playa d'Espanya, en pleno centro de la capital mallorquina. Dispone de 450 m² de superficie, con capacidad para atender a más de 130 comensales y una plantilla de 25 profesionales. La cadena [ya consta con presencia en Mallorca desde mayo de 2013](#), tras la apertura de una cocina para delivery. Esta inauguración es la suma a la apertura realizada por Vicio en Barcelona el pasado 24 de septiembre. El tercer establecimiento híbrido de la Ciudad Condal se sitúa en el barrio de Gràcia, en la confluencia de Gran de Gràcia con la plaza de Lesseps. Se trata de un local de 437 m², que anteriormente estuvo ocupado por la firma automovilística Nissan.

[Alimarket >](#)

Noticias i Notícies

La ola de cafés de especialidad arrasa en Palma

En total, siete cafeterías gourmet se suman al creciente gremio de la capital.



A la largo del verano, se pone la apertura de **siete cafeterías de especialidad** en Palma. El boom del [café gourmet](#) se ha frenado de largo en verano en la capital mallorquina. Desde 2013, cuando abrió la primera del grupo, La Molineta, ahora son más de diez los lugares que se enfocan en este tipo de experiencia. El concepto 'specialty coffee' se acaba de popularizar en la revista *For coffee Trade America* en los años 90. Con la apertura de empresas más sofisticadas y servicios de calidad, el café pasa de ser un producto de consumo básico a lo que algunos definen como 'drinking experience'. La tendencia popular en Escandinavia, Estados Unidos, Australia y Nueva Zealand ha comenzado su péliz en la Isla.

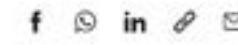
[Notícies >](#)

[Última hora >](#)

Empresa

Lola Casademunt impulsa su expansión en España con una apertura en Palma de Mallorca

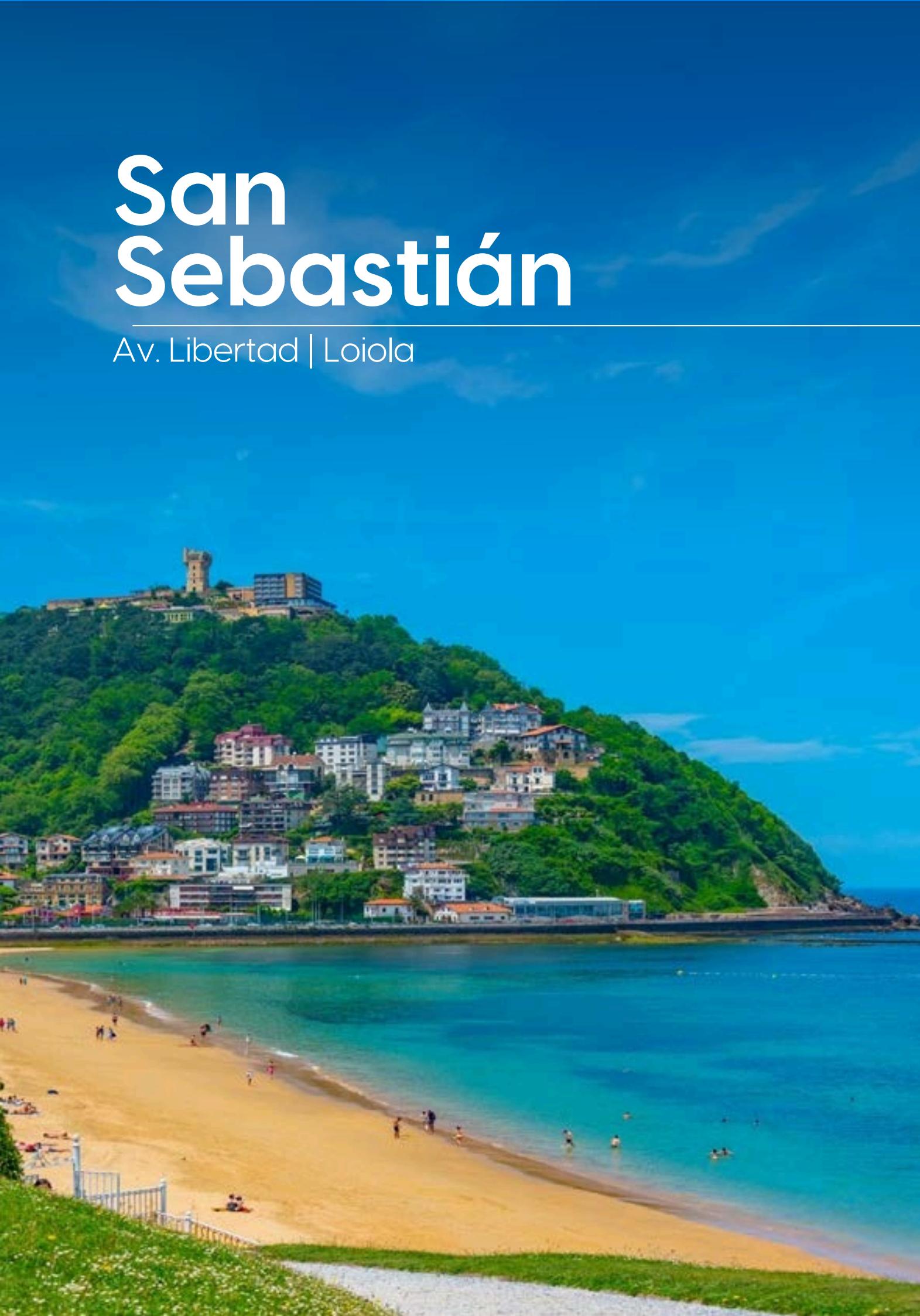
La compañía, que se está apoyando en las franquicias para crecer, también subirá la persiana en Madrid y Granada antes de acabar el año.



[Modaes >](#)

San Sebastián

Av. Libertad | Loiola



ANÁLISIS SOCIECONÓMICO

En 2024, la población de San Sebastián alcanzó los 189.093 habitantes, según el INE. Aunque se trata de una evolución estable respecto al año pasado, este dato representa el máximo histórico de habitantes en la ciudad. Esto refleja el atractivo de la ciudad como un destino residencial de alta calidad de vida.

La renta bruta media por hogar en San Sebastián se sitúa en 60.091 euros (INE 2022), lo que refleja un nivel económico elevado en comparación con otras capitales de provincia. En el ámbito laboral, la tasa de paro en la ciudad se redujo en un 7,21% en febrero de 2025, situándose muy por debajo de la media nacional. Pese a un ligero repunte en comparación con el dato de hace un año, San Sebastián se mantiene como una de las ciudades con menor tasa de desempleo.

La tasa de variación anual del IPC en el País Vasco alcanzó el 3,5% en enero de 2025, lo que supone un descenso de una décima con respecto al mes anterior, aunque se mantiene en la misma cifra que hace un año. Esto representa cierta estabilidad (dentro del contexto alcista de los precios), que sin embargo se mantiene por encima del dato nacional alcanzando el 2,9% en el mismo periodo.



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

San Sebastián ha mantenido en 2024 su posición como uno de los destinos turísticos más destacados de España. Según el INE, el número de viajeros a este punto turístico en 2024 fue de 1.010.617, lo que representa un aumento del 9,91% con respecto al año pasado. Además, las pernoctaciones también se mantienen un 10,21% por encima del dato de 2023, hasta alcanzar las 2.049.903 pernoctaciones (contando turismo nacional y extranjero). Como se aprecia, el turismo sigue evolucionando positivamente en la ciudad, que se consolida como uno de los atractivos turísticos más llamativos del norte de España.

El comercio en San Sebastián mantiene una dinámica positiva. La Avenida de la Libertad registró una ocupación del 95,83%, mientras que la calle Loiola alcanzó el 100% de ocupación. Estos datos evidencian la alta demanda y el atractivo de estas zonas para los comerciantes.

Población

189.093 hab.

0,19%
interanual

Renta Bruta Media

60.091 2022

8,60%
interanual

Desempleo

7,21% feb. 25

-5,38%
interanual

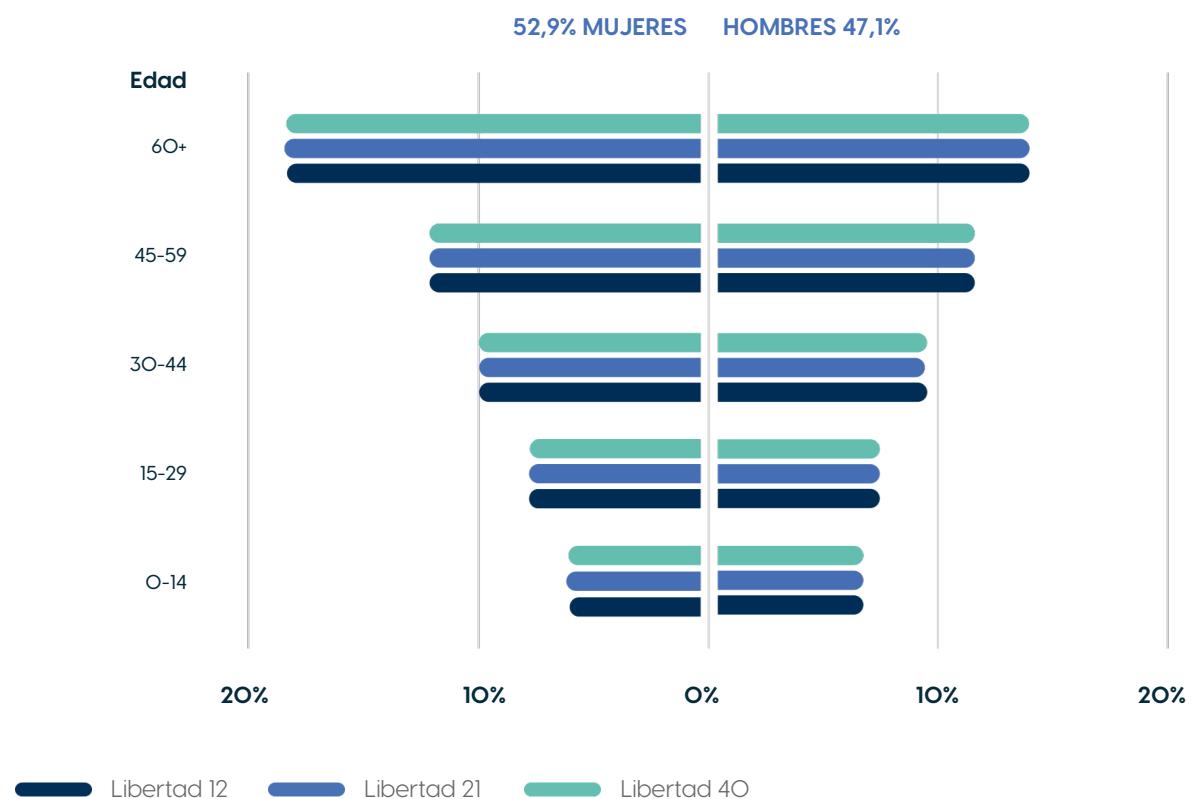
Av. Libertad

San Sebastián



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

23,3Mil €

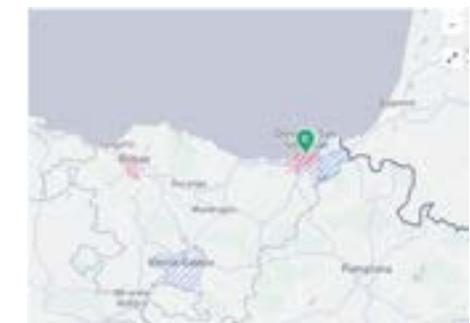
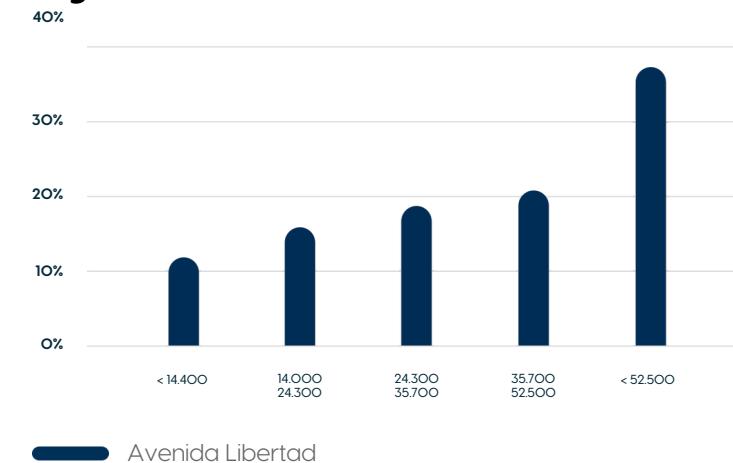
Avenida Libertad

Tamaño medio de los hogares

2,4

Avenida Libertad

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

208.800

Libertad 12

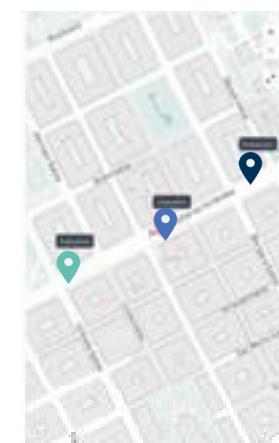
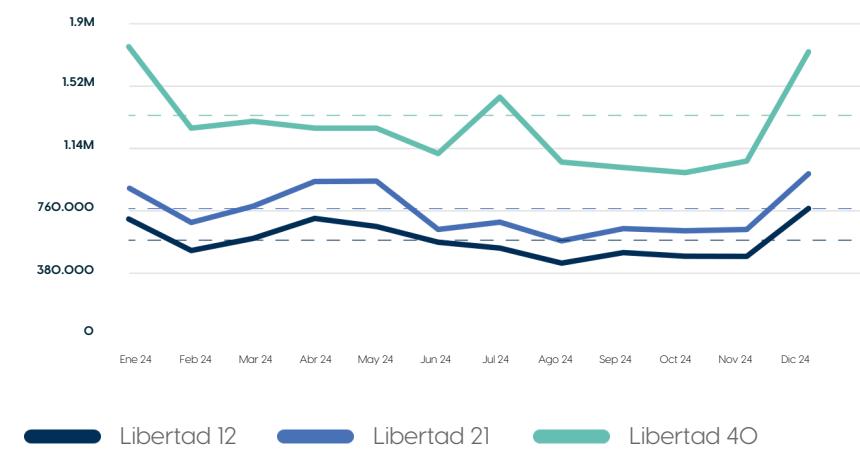
203.100

Libertad 21

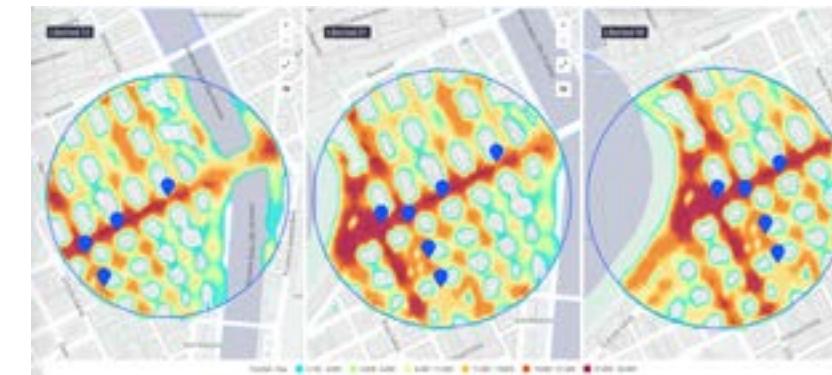
208.800

Libertad 40

TRÁFICO PEATONAL



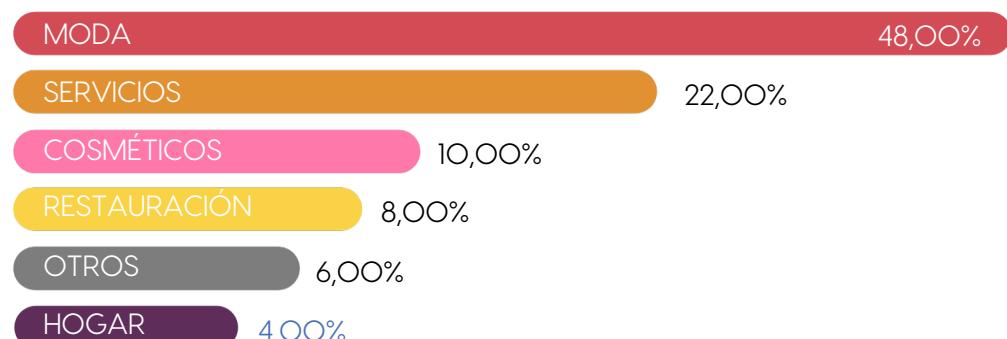
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 14,00% y se incluyen en la categoría moda

RENTAS SUPERFICIES AV. LIBERTAD

€/m²/mes



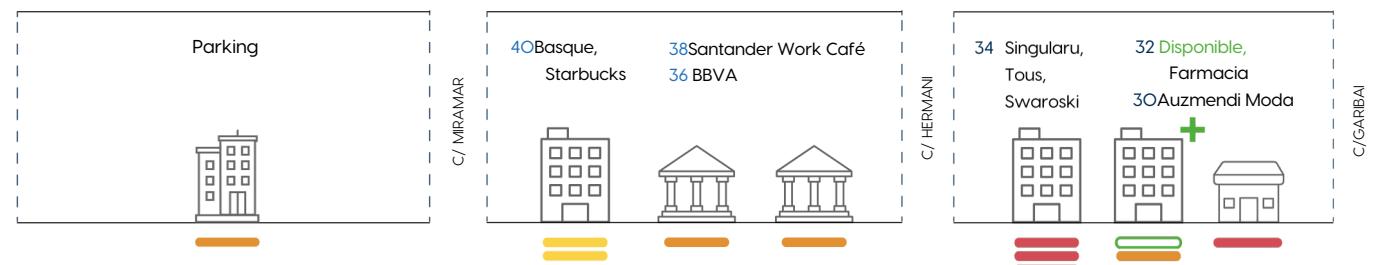
M2

RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

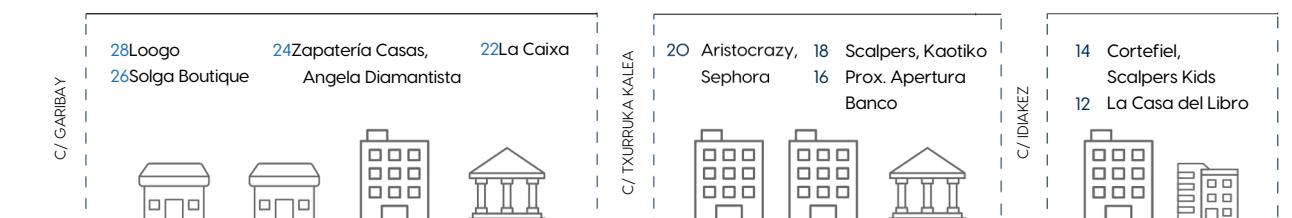
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
50	1	2,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

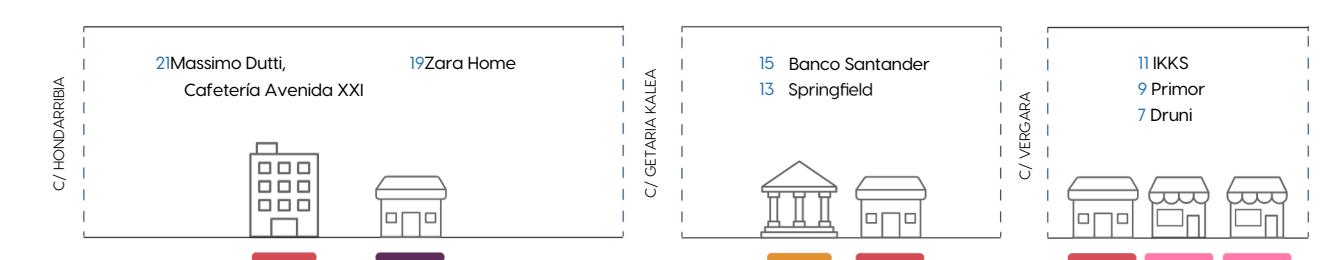
Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES



AV. LIBERTAD



AV. LIBERTAD



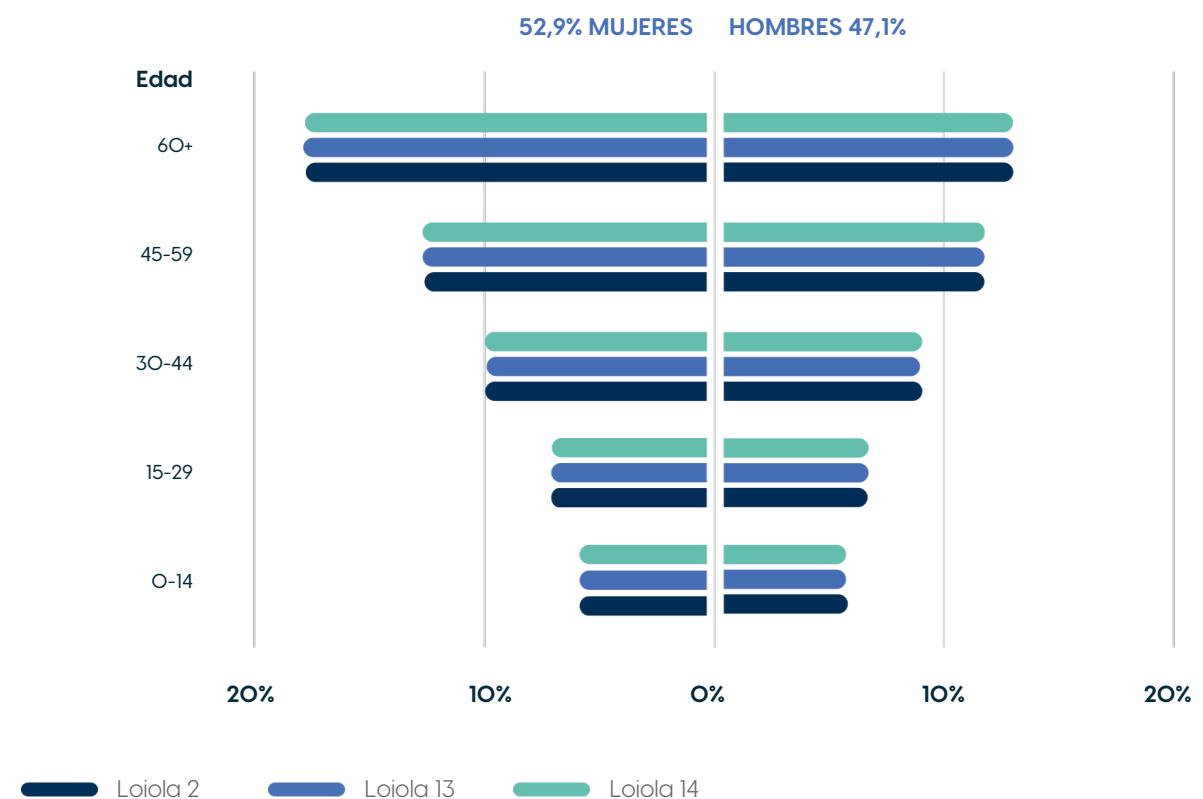
Loiola

San Sebastián



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

23,4Mil €

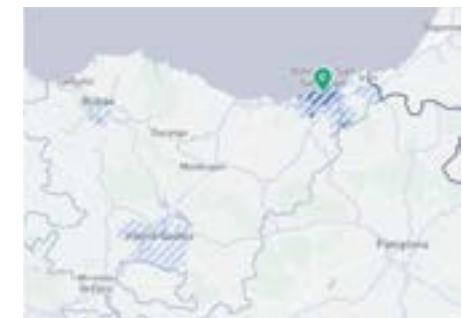
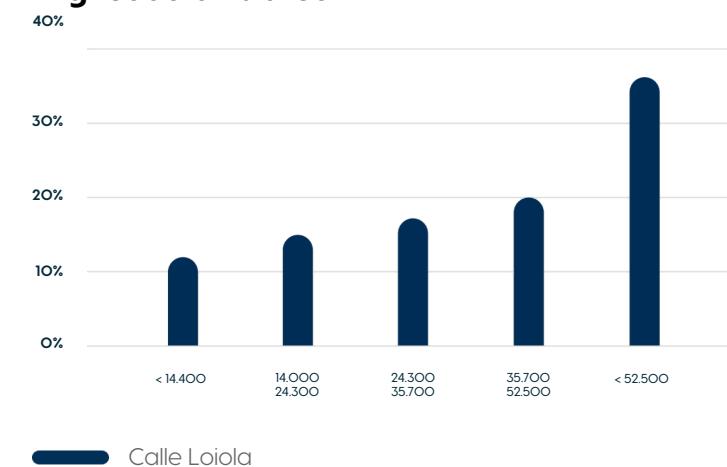
Calle Loiola

Tamaño medio de los hogares

2,4

Calle Loiola

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

203.100

Loiola 2

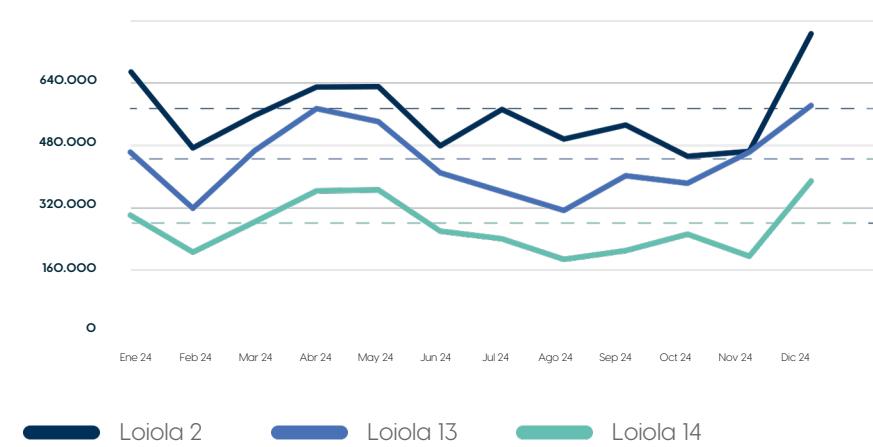
203.100

Loiola 13

203.100

Loiola 14

TRÁFICO PEATONAL



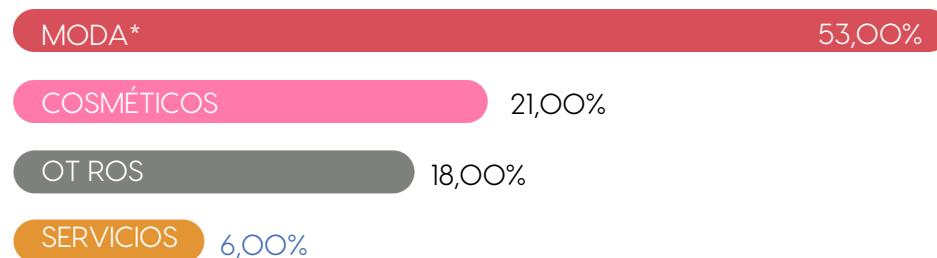
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

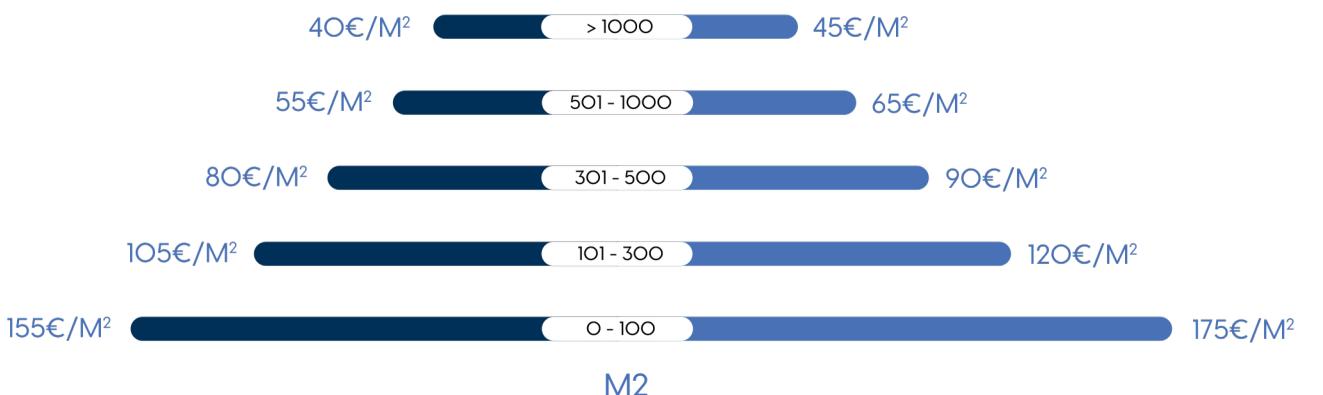


*joyerías/relojerías representa un 6,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
35	1	3,00%

RENTAS SUPERFICIES C/ LOIOLA

€/m²/mes



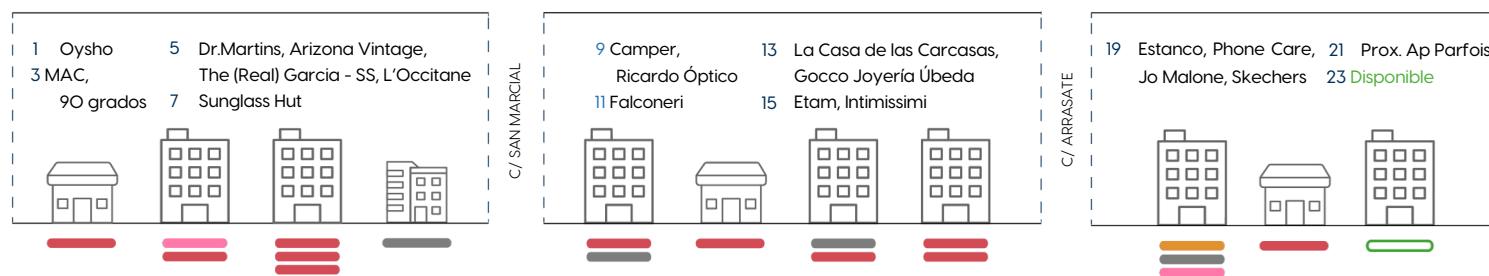
M2

RENTAMÍNIMA

RENTAMÁXIMA

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES



C/ LOIOLA



HIGHLIGHTS

San Sebastián es una de las principales ciudades a nivel retail de España, gran parte del interés que despierta viene motivado por la influencia del público francés que, en general, vienen a España a comprar motivados por la diferencia de precios con respecto a su país de origen.

Avenida Libertad y Loiola, siguen siendo las calles más deseadas de la ciudad y con las rentas más altas. No obstante, las calles San Marcial, Getaria y Arrasate también presentan un alto índice de demanda.

En la línea de otras ciudades españolas, el sector perfumería ha estado (y sigue) muy activo. Prueba de ello es que marcas como Druni o Sephora tienen dos locales en el centro de la ciudad. También es importante destacar que marcas como Brownie y Parfois están apostando por la ciudad para el desarrollo de sus nuevos conceptos de tienda con más superficie.

Desde el punto de vista de la inversión San Sebastián está dentro del Top 3 de ciudades con mayor foco para la inversión tanto nacional como internacional. Calles como Loiola, Arrasate o Libertad están dentro de las calles más codiciadas con rentabilidades cercanas al 4,5%.

La ausencia de un centro comercial de referencia en la ciudad, junto con la solidez en las ventas de los retailers (favorecida en parte por esta misma razón) y la afluencia del turismo francés, convierten a San Sebastián en una ciudad con alta demanda de inversión y una oferta limitada.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

AV. LIBERTAD

4,75%
5,00%

LOIOLA

4,50%
4,75%

■ Yield Mínima

■ Yield Máxima

2

Sevilla

O'Donnell | Velázquez | Tetuán



NOTICIA DESTACADA

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

Los relojes suizos de Swatch llegan a Donostia



PRÓXIMA APERTURA

La marca suiza de relojes Swatch abrirá próximamente en la calle Loiola 2, en el local dejado por Desigual en el centro de Donostia.

[DonoSShopping >](#)



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la ciudad de Sevilla ha experimentado un crecimiento moderado, que la sitúa en 687.488 habitantes, y la mantiene como la cuarta ciudad más poblada del país, siendo el distrito de Este-Alcosa-Torreblanca el más poblado del municipio. Según los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE), la edad media de la población en la ciudad de Sevilla es de 42,14 años.

La renta bruta media por hogar en Sevilla se sitúa en 31.576 euros, lo que supone un notable aumento del 6,14% y refleja un nivel económico y una evolución similar a la de otras capitales de provincia. En el ámbito laboral, la tasa de desempleo en la ciudad se redujo al 17,15% en febrero de 2025, que pese a haber experimentado un descenso de casi el 8%, aún se mantiene por encima de la media nacional.

En términos de crecimiento económico, Sevilla presenta un crecimiento desacelerado, registrando un 0,7% de crecimiento del PIB en el cuarto trimestre de 2024, para finales de 2025 se estima que la cifra alcance el 1,6%. Por último, en 2024 Sevilla destacó en el ámbito de la construcción al registrar un incremento del 30% en los permisos para nuevas viviendas, contrastando este aumento con la tendencia observada en otras ciudades españolas, donde la construcción se encuentra más estancada.

ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Sevilla continúa consolidándose como uno de los destinos turísticos más emblemáticos de España y Europa. En 2024, la ciudad registró un incremento del 3,28% en el número de viajeros (nacionales e internacionales), alcanzando la cifra de 3.122.242 viajeros. Esta afluencia de viajeros es más notable en los meses primaverales por eventos como la Feria de Abril y la Semana Santa. Este auge del turismo también se ve representado en el número de pernoctaciones, pues han sido un 5,57% mayores que en 2023, hasta alcanzar un total de 6.539.019 pernoctaciones en 2024 (según el INE).

El comercio en Sevilla mantiene una dinámica positiva, ya que se consolidó como la provincia líder en exportaciones de Andalucía, alcanzando un récord de 5.283 millones de euros, lo que representa un incremento del 35,93% respecto al mismo período del año anterior. También cabe destacar el incremento en el tráfico de mercancías en el puerto de Sevilla y la importancia que tiene el comercio local en los barrios sevillanos.

Población

687.488 hab.

0,51%
interanual

Renta Bruta Media

31.576 2022

5,04%
interanual

Desempleo

17,15% feb. 25

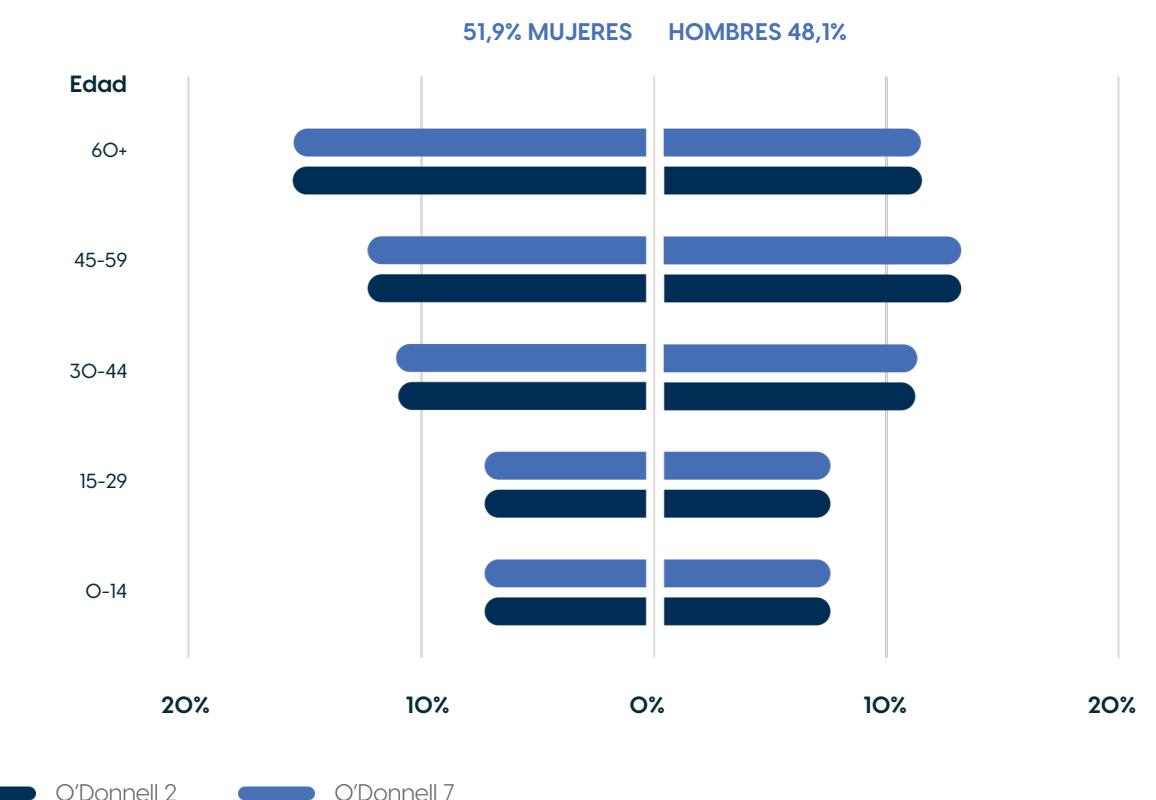
-7,99%
interanual



O'Donnell
Velazquez
Tetuán
Sevilla

DATOS SOCIOECONÓMICOS | O'DONNELL

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

18,4Mil €

Calle O'Donnell

Tamaño medio de los hogares

2.5

Calle O'Donnell

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

3,71M

O'Donnell 2

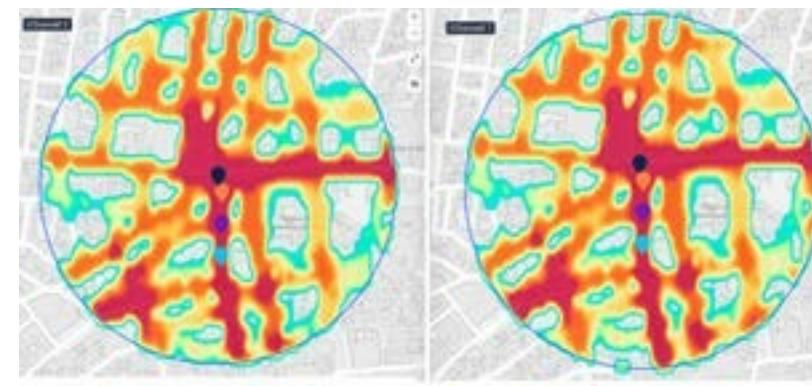
3,71M

O'Donnell 7

TRÁFICO PEATONAL



Mapas de calor

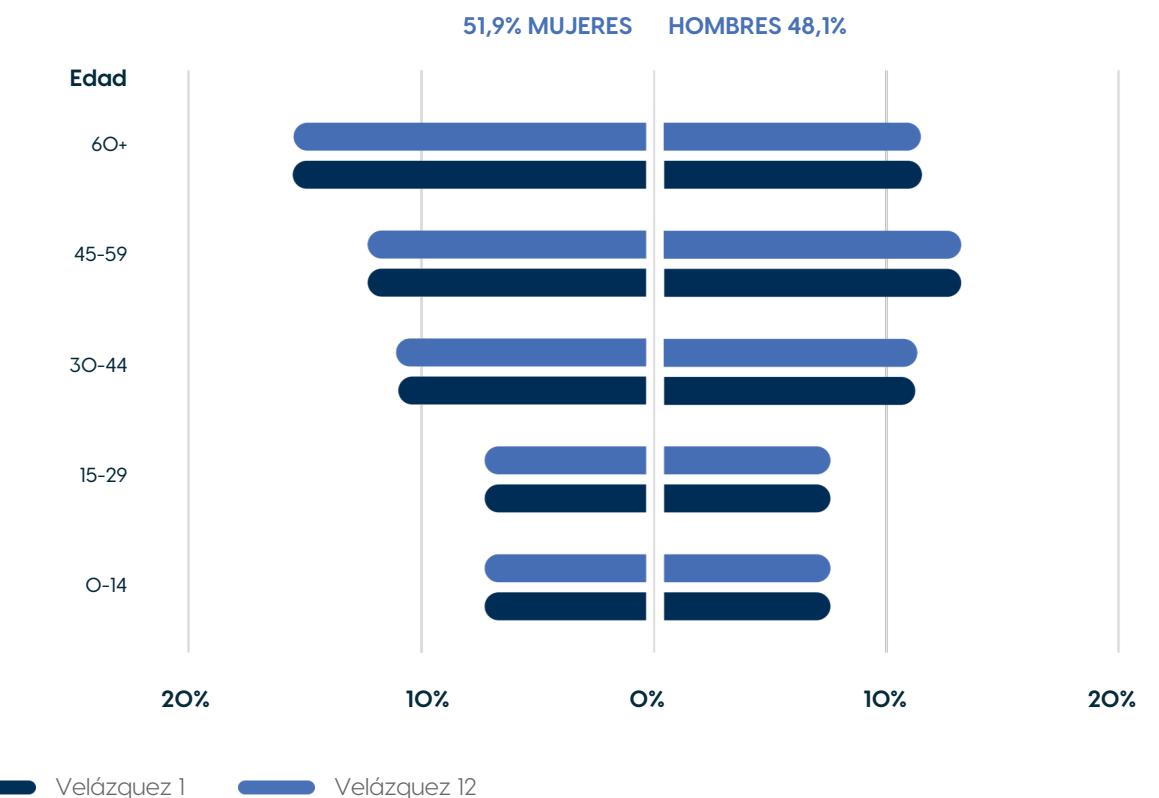


*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

DATOS SOCIOECONÓMICOS | VELÁZQUEZ

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

18,4Mil €

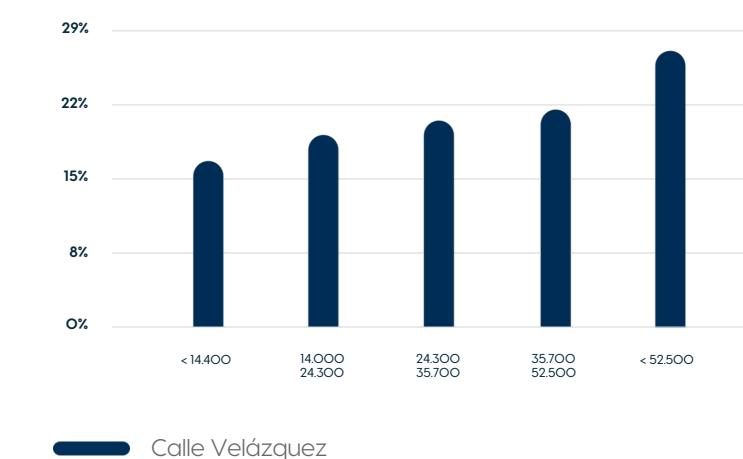
Calle Velázquez

Tamaño medio de los hogares

2.5

Calle Velázquez

Ingresos anuales



DATOS SOCIOECONÓMICOS | TETUÁN

Mercado potencial (habitantes)

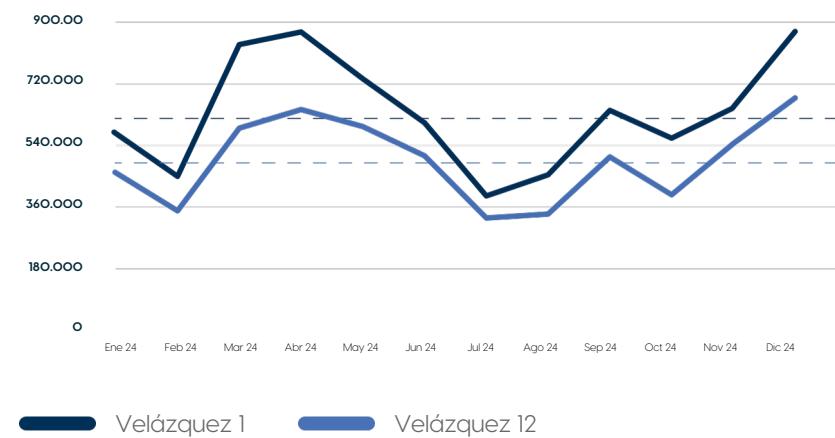
3.71M

Velázquez 1

3.71M

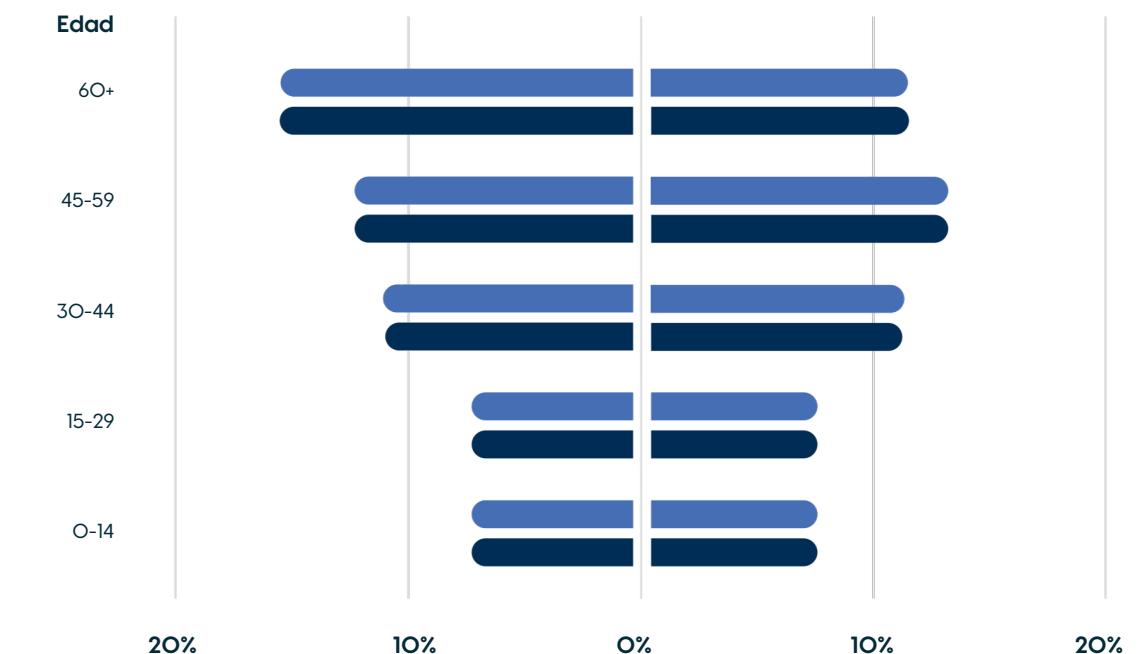
Velázquez 12

TRÁFICO PEATONAL

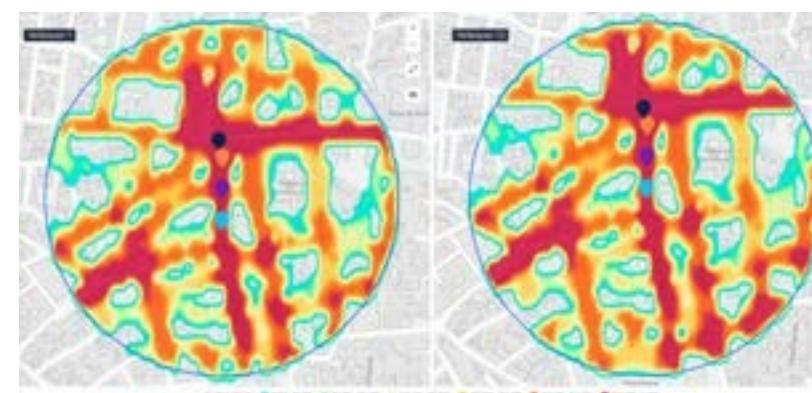


Edad y Género

51,9% MUJERES HOMBRES 48,1%



Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Poder adquisitivo medio

18,4Mil €

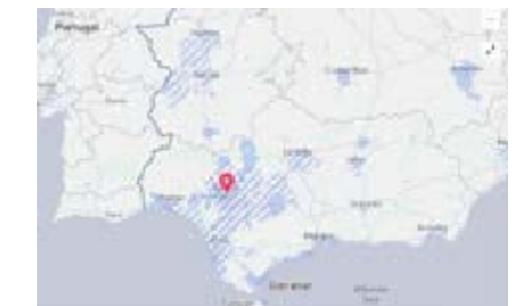
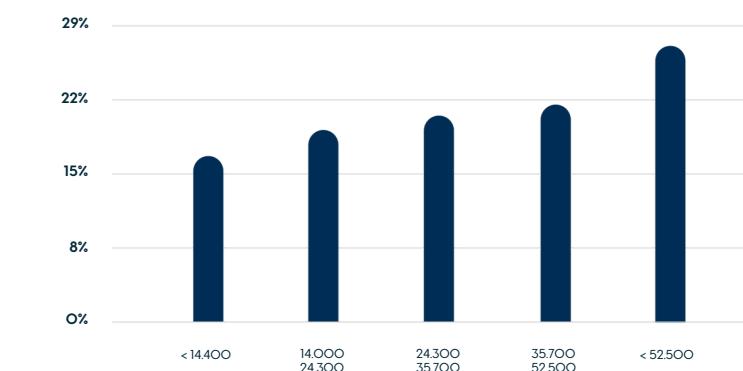
Calle Tetuán

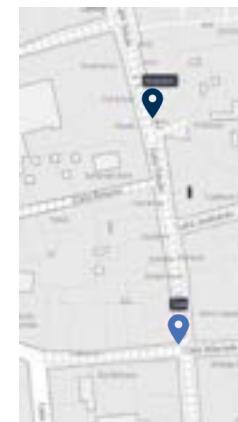
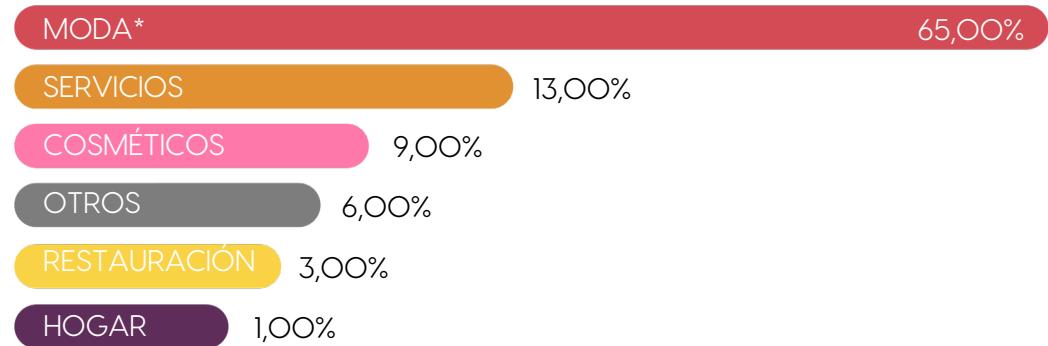
Tamaño medio de los hogares

2.5

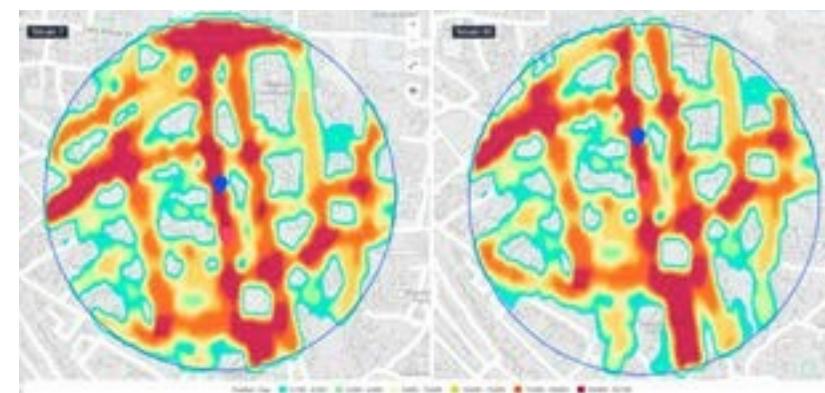
Calle Tetuán

Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)**3.71M**
Tetuán 7**3.71M**
Tetuán 30**TRÁFICO PEATONAL****Categorías**

*joyerías/relojerías representa un 16,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales
69**Locales disponibles**
2**Disponibilidad**
3,00%**Mapas de calor**

*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por **Geoblink by MyTraffic**, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES

1 Burguer King	7 Mango Teen,
3 Kiko Milano	Mango,
5 Estanco	H&M

1 Bershka	5 Antonio Ortiz	7 Mango Man	11 Swatch,	13 Intimissimi Uommo,
3 Misako	Zapatería	9 Pandora	Parfois	Scalpers

C/ PEDRO CARAVACA

C/ RIOJA

C/ O'DONNELL**C/ VELÁZQUEZ**

12 Zara	6 Zapatería Carril	10 Tous, Woman Secret
2 Aristocrazy	8 Bimba y Lola	9 IQOS
4 Prox. Rolex		

2 Anda Zapatería	8 La Casa del Libro
4 Etam	18 Zara Home
6 Alvaro Moreno	

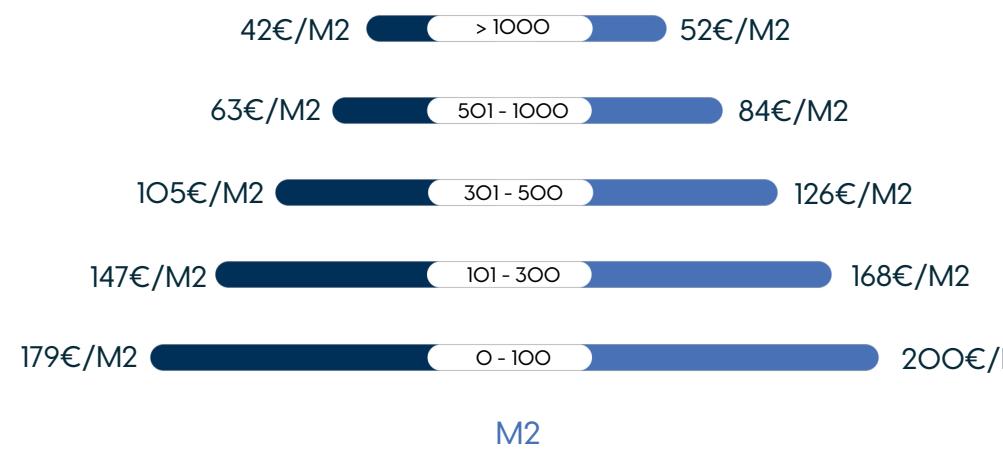
C/ O'DONNELL

C/ JOSE DE VEILLA

12 Calcedonia, Massimo Dutti

RENTAS SUPERFICIES C/ O'DONNELL

€/m²/mes

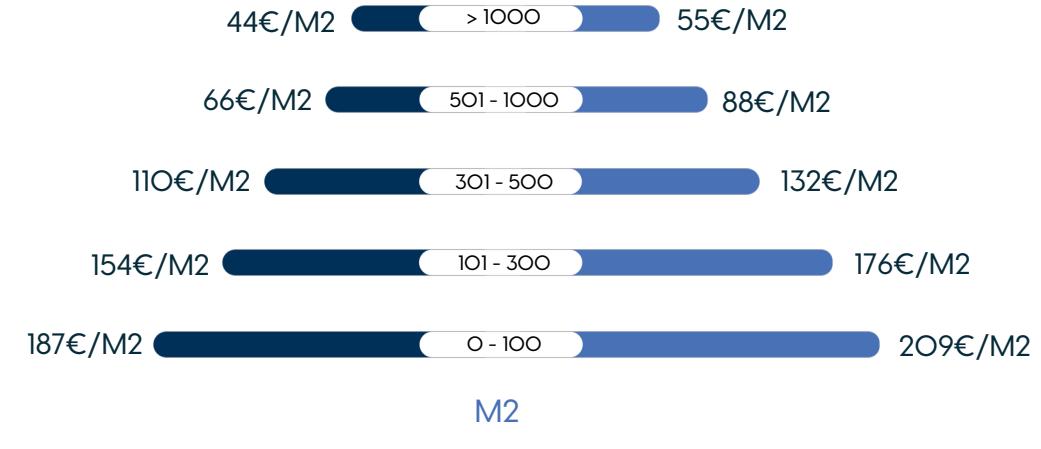


M2

RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

RENTAS SUPERFICIES C/ VELÁZQUEZ

€/m²/mes



M2

RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

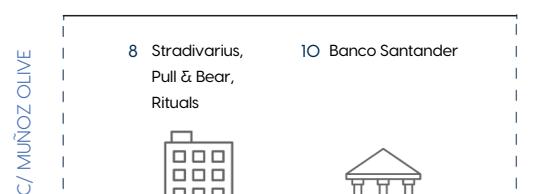
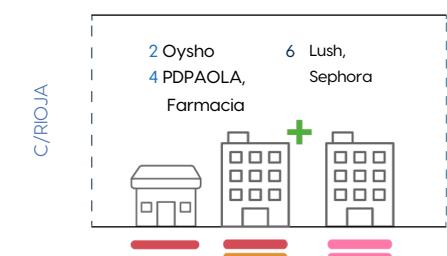


C/ VELÁZQUEZ

C/ TETUÁN

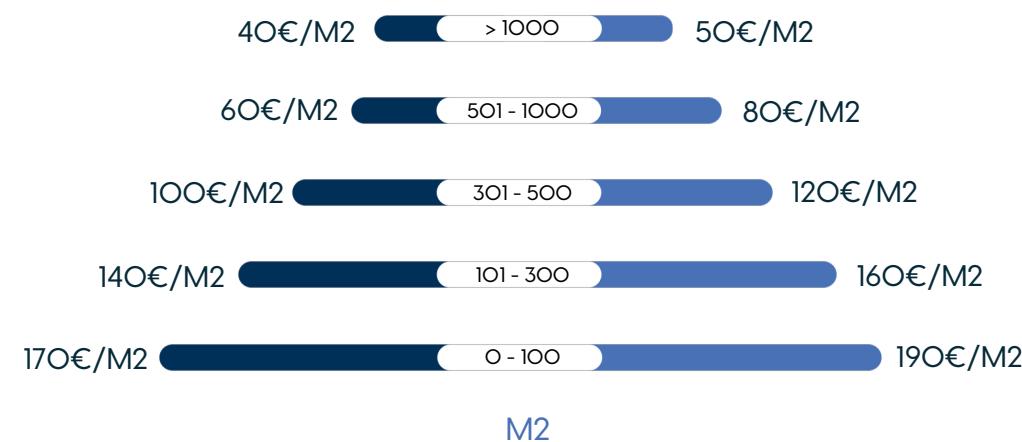


C/ TETUÁN



RENTAS SUPERFICIES C/ TETÚAN

€/m²/mes



RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

HIGHLIGHTS

Un hito importante de la ciudad a nivel retail es la apertura del nuevo flagship de Zara en la Plaza del Duque, con más de 5.000 m² de superficie. Este movimiento implicó a su vez que los tres locales que ocupaba Zara hasta el momento fueran reemplazados por otras marcas del Grupo Inditex, Zara Man y Zara Home, y el tercer local por el Grupo Scalpers. Esto demuestra la apuesta del Grupo Inditex por el centro de Sevilla, la tercera ciudad más visitada de España.

El eje Tetuán-Velázquez-O'Donnell sigue siendo el principal eje comercial de la ciudad. No obstante, cabe destacar la calle Rioja como nicho para las marcas más premium que quieren establecerse en la ciudad. La calle Sierpes que, pese a haber pasado por momentos delicados en cuanto a "vacancy" se refiere, podemos decir que en los últimos dos años ha recuperado su fortaleza pues las marcas más urbanas de la ciudad han creado su "cluster" en la calle, sin olvidar la presencia de marcas del sector servicios y souvenirs. Estas dos calles están ganando interés debido a la poca disponibilidad de locales en otros tramos.

Sevilla continúa siendo una de las principales ciudades de interés para los inversores. Quizá el apetito inversor en este sentido resida algo más acusado en los inversores nacionales.

Como se comentaba anteriormente, el eje comercial Tetuán - Velázquez - O'Donnell siguen siendo objeto de deseo de los inversores, sin embargo, la oferta de locales disponible es muy limitada para esta gran demanda, lo que implica que las rentabilidades se han ido ajustando a lo largo de los años. Podríamos destacar que, en el último año, las operaciones en este eje se han cerrado en el entorno del 4,5%.



YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

O'DONNELL

4,5%

4,75%

VELÁZQUEZ

4,0%

4,5%

TETUÁN

4,25%

5,0%

Yield Mínima

Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

4 La foto de la Página de inicio es cortesía de Buletín

La ilicitana Pikolinos abre tiendas en Sevilla y en Madrid con su estrategia para reforzar la marea



PIKOLINOS
SANTA MARÍA
BULEVAR SUR

22º FERIA DEL LIBRO DE MÉJICO
ELCHE

HASTA 10.000€
DE DESCUENTO

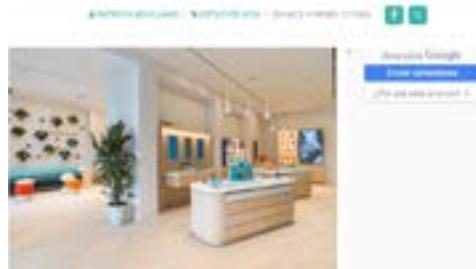
ELCHE
COSTA BLANCA

Noticias Noticias

Noticias para tener el conocimiento que necesitas en tu vida profesional y personal

BulevarSur >

IQOS abre su nueva boutique en Sevilla inspirada en los patios andaluces



La nuova boutique IQOS più grande d'Europa di J.A.
mentre di un altro stile e vissuto.
Ubicata via la calle O'Donnell, la nuova IQOS Boutique de Sevilla,
segundo edificio en Andalucía, y que cuenta con los últimos
avances en diseño, tecnología e innovación en las alternativas
libres de humo. Ha conseguido subirse de la competencia y tener un
espacio único y exclusivo con un diseño exclusivo creado solo para
la marca.

Alicante
Plaza >

Brownie abre una nueva tienda en Sevilla y apunta a nuevas localizaciones para ganar terreno

La empresa barcelonesa, especializada en moda tren, abre en la capital andaluza una nueva tienda bajo su nuevo concepto de marca y apunta a la apertura de nuevos espacios en Zaragoza y Santander para seguir creciendo en España.



El plan de expansión de la empresa contempla la apertura de entre diez y doce tiendas cada año hasta 2020, con un total de 30 aperturas en tres años.

Modaes >

Valencia

Juan de Austria | Colón



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

Valencia se mantiene como la tercera ciudad española con mayor número de habitantes, alcanzando en 2024 los 825.948, lo que representa un incremento poblacional del 2,26% con respecto al año anterior. La distribución de estos habitantes es bastante similar en todos los distritos, siendo Quatre Carreres el más poblado.

La renta bruta por hogar asciende (en el último dato disponible) en el municipio a los 33.491 euros, lo que representa un incremento del 3,96% frente al dato anterior, lo que coloca a la riqueza en la capital del Turia por encima de la media provincial y autonómica. En cuanto a la tasa de desempleo en Valencia se sitúa en un 11,67%, que se encuentra por encima de la media española, pero ha experimentado un descenso interanual de más del 3%.

En 2024, la economía de la Comunidad Valenciana demostró una notable capacidad de recuperación, alcanzando un crecimiento de más del 2% a pesar de los retos derivados de la DANA que golpeó la región a finales de año. Este avance superó la media de la Unión Europea y se vio impulsado por la reactivación de las exportaciones, el auge del turismo y el incremento de la inversión extranjera, con especial protagonismo del sector digital.

ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Valencia continúa afianzándose como un referente del turismo mediterráneo, con un crecimiento constante en la llegada de visitantes nacionales e internacionales. El número de viajeros que visitaron la ciudad en 2024 asciende a 2.089.771 (según el INE), lo que representa un 1,01% más que el año anterior. En este dato destaca la afluencia de viajeros extranjeros en el periodo estival. La afluencia de turismo internacional también se hace notar en las pernoctaciones en 2024, que han sido un 6,55% más que en el año 2023.

En cuanto al comercio, la DANA afectó significativamente al comercio local de Valencia. Por ello, la Confederación de Comerciantes y Autónomos de la Comunidad Valenciana impulsó una campaña destinada a apoyar la reapertura de los pequeños negocios damnificados. Además, el Ayuntamiento de Valencia ha adjudicado obras para mejorar el Mercado del Rastro.

Población

825.948 hab.

2,26%
interanual

Renta Bruta Media

33.491 2022

3,96%
interanual

Desempleo

11,67% feb. 25

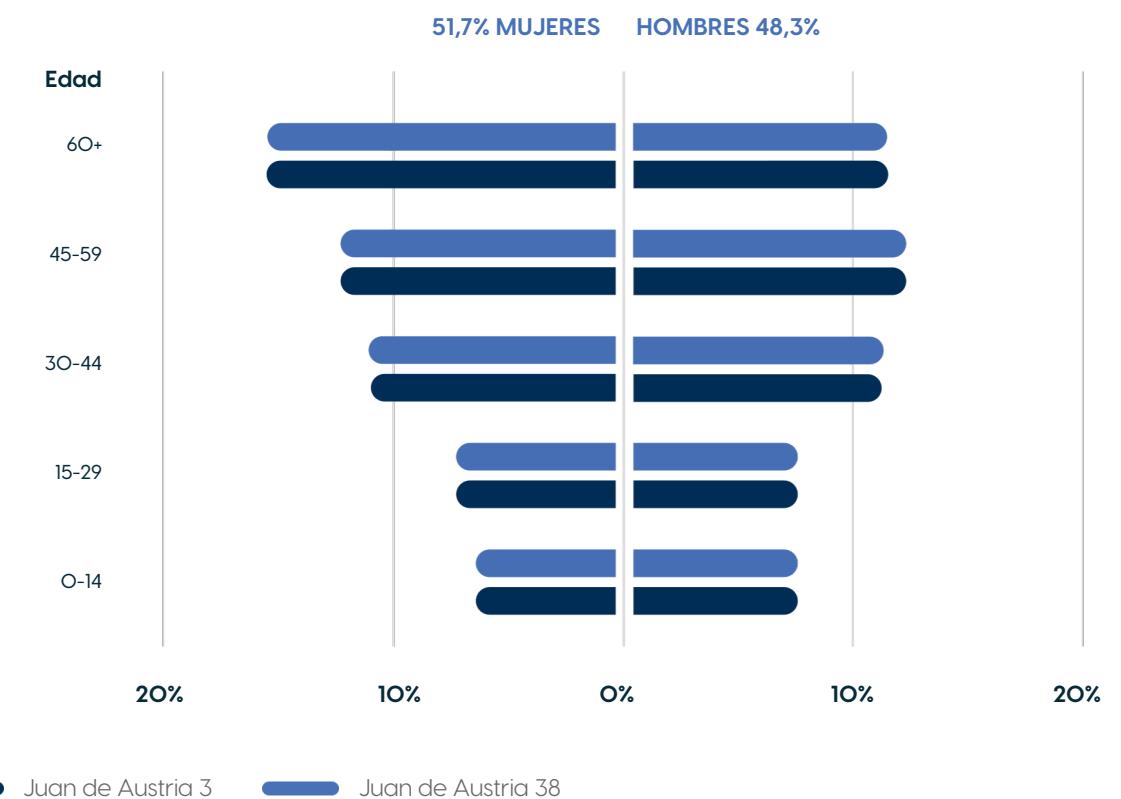
-3,63%
interanual



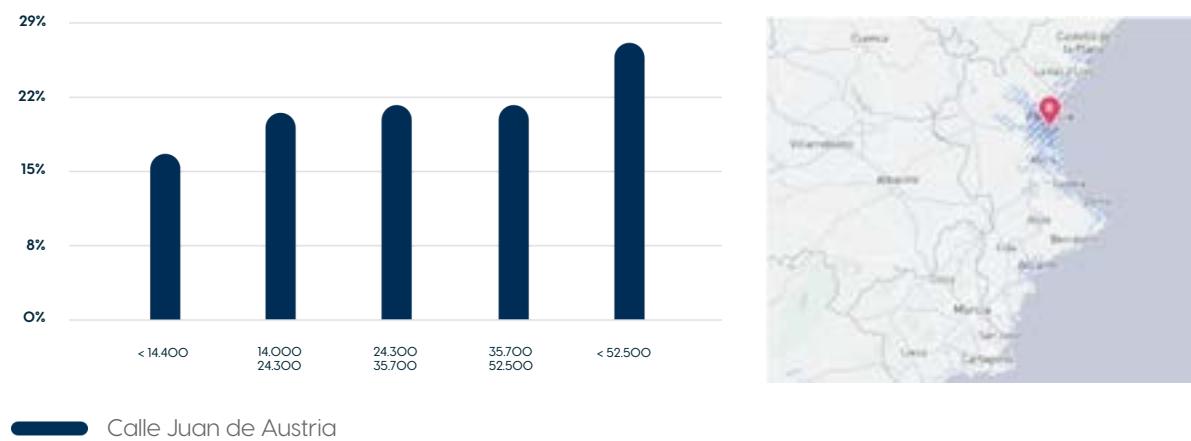
Juan de Austria Valencia

DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Ingresos anuales



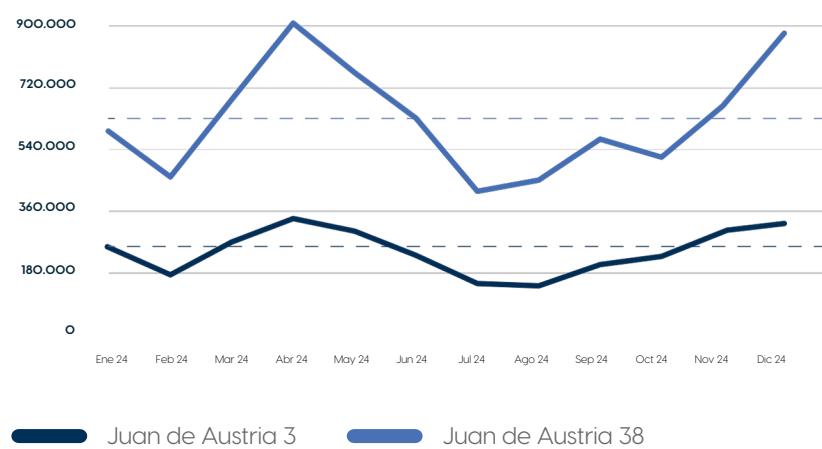
Calle Juan de Austria



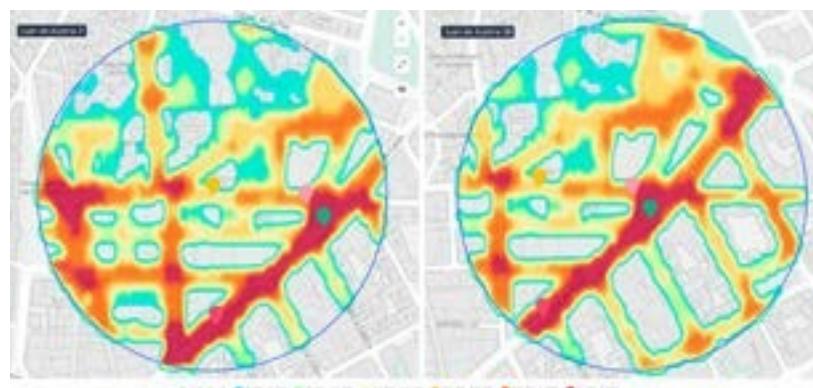
Mercado potencial (habitantes)

1,25M
Juan de Austria 3
1,25M
Juan de Austria 38

TRÁFICO PEATONAL



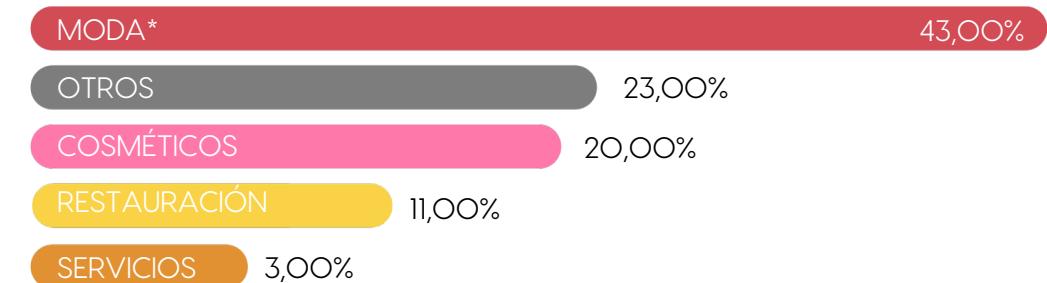
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 0,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
35	0	0%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES

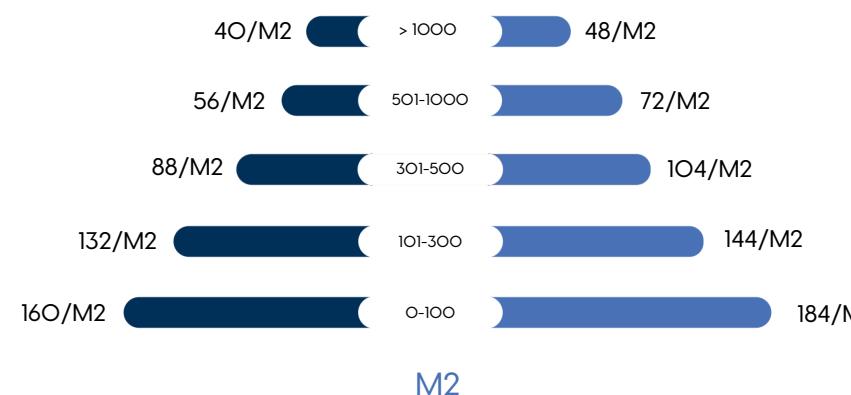


C/ JUAN DE AUSTRIA

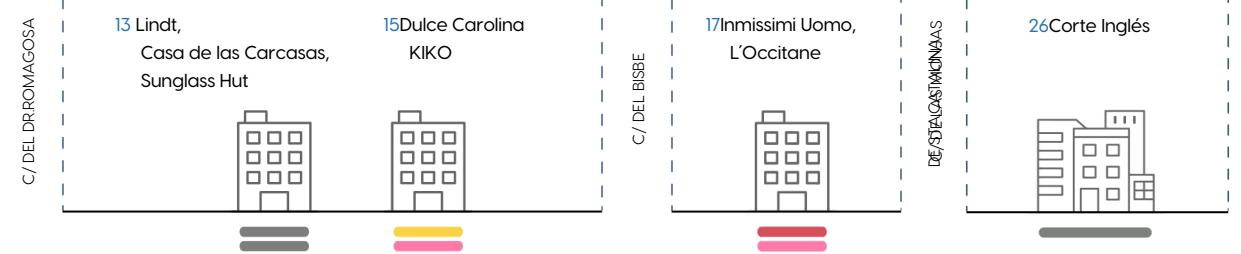


RENTAS SUPERFICIES C/ JUAN DE AUSTRIA

€/m²/mes



RENTA M2 MÍN
RENTA M2 ÁXII

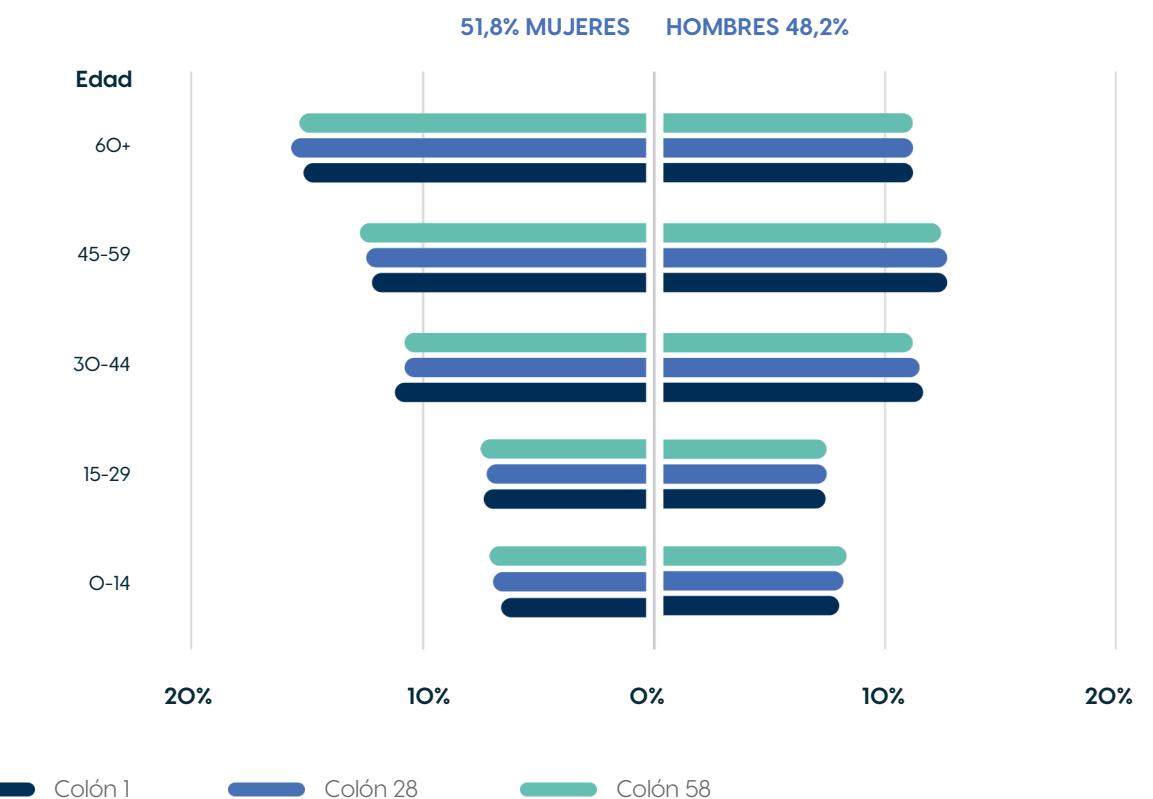


C/ JUAN DE AUSTRIA



DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

17,6Mil €

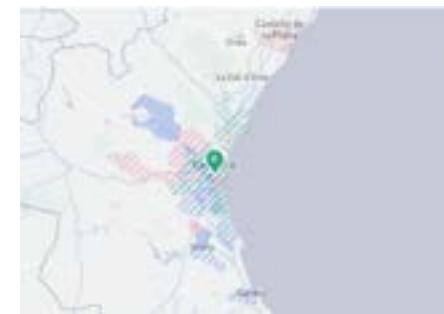
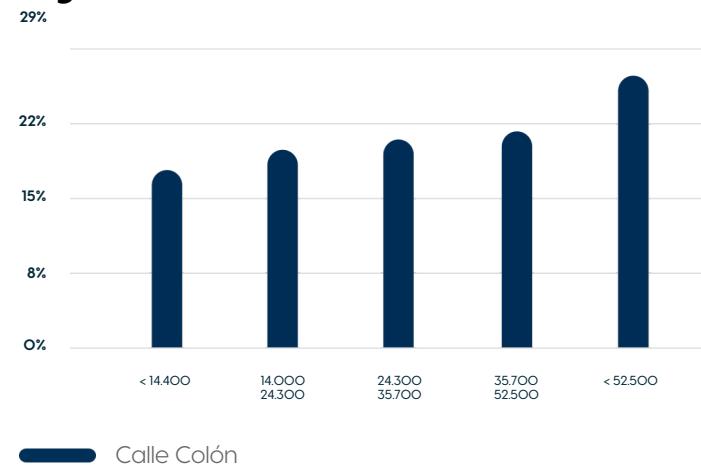
Calle Colón

Tamaño medio de los hogares

2,4

Calle Colón

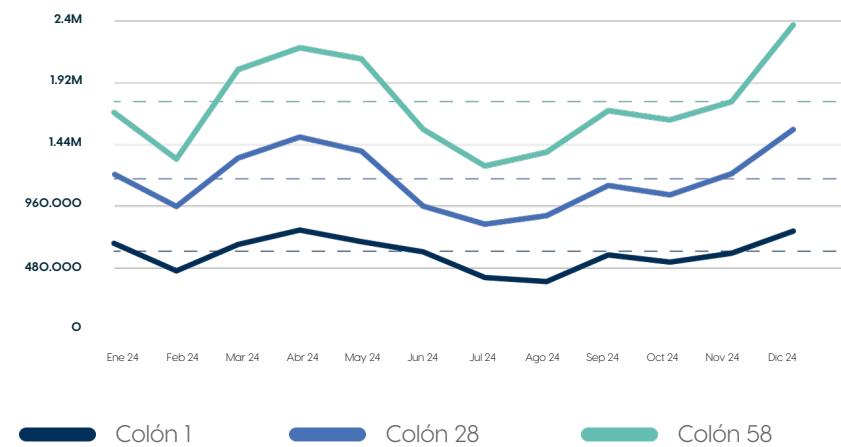
Ingresos anuales



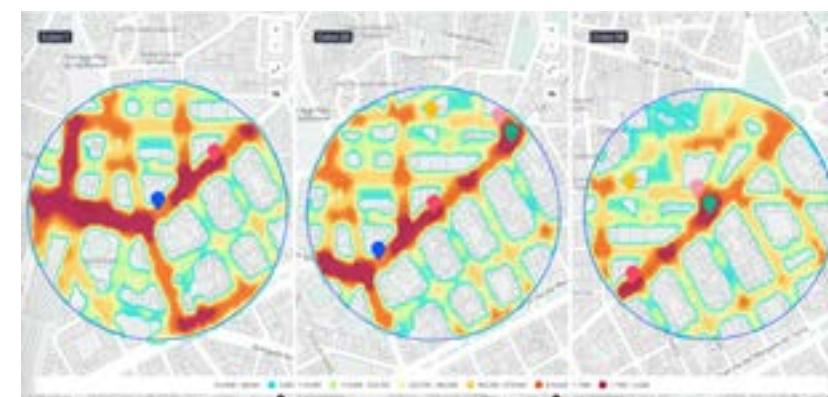
Mercado potencial (habitantes)

1,11M
Cotón 1
994.100
Cotón 28
891.400
Cotón 58

TRÁFICO PEATONAL



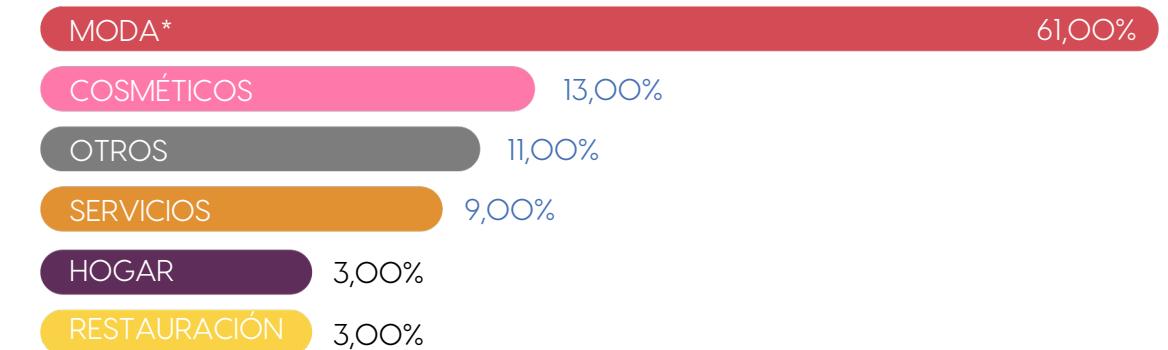
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 8,00% y se incluyen en la categoría moda

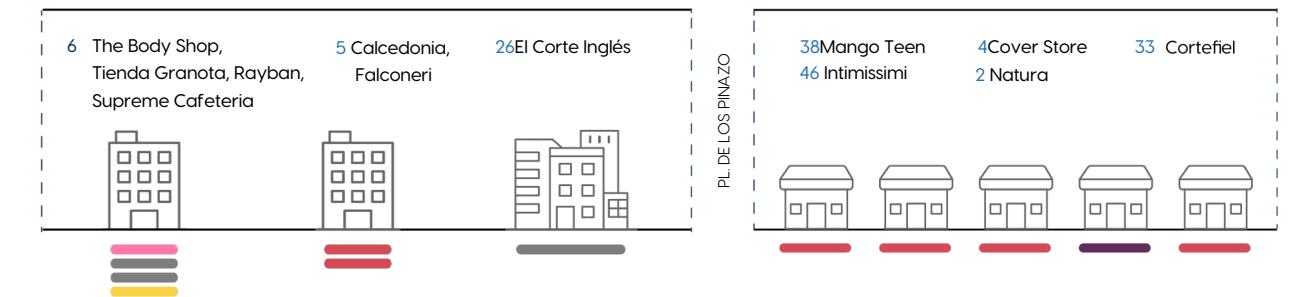
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
76	1	1,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº Nº DE CALLE MODA OTROS COSMÉTICOS SERVICIOS HOGAR RESTAURACIÓN LOCALES DISPONIBLES



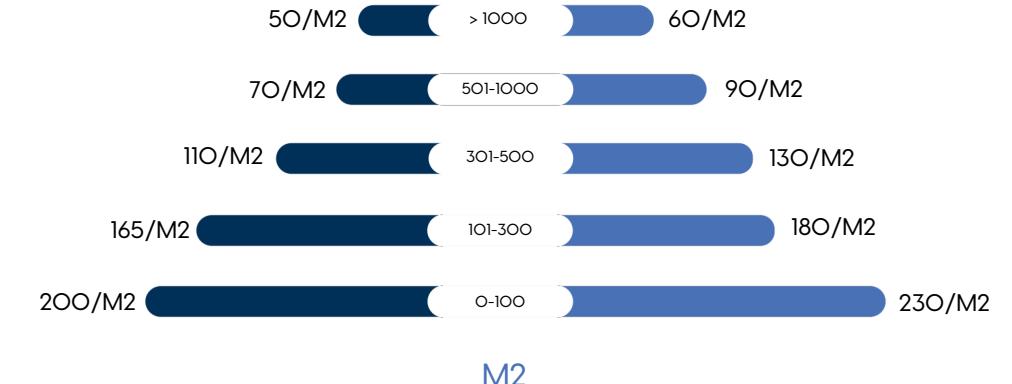
C/ COLÓN



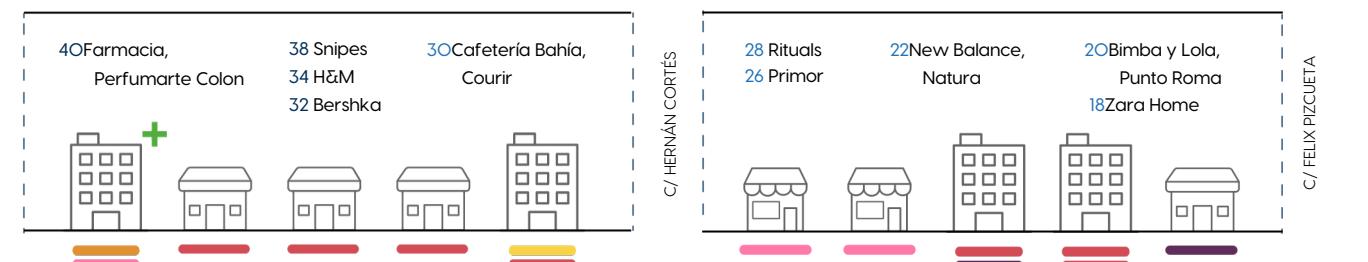


RENTAS SUPERFICIES C/COLÓN

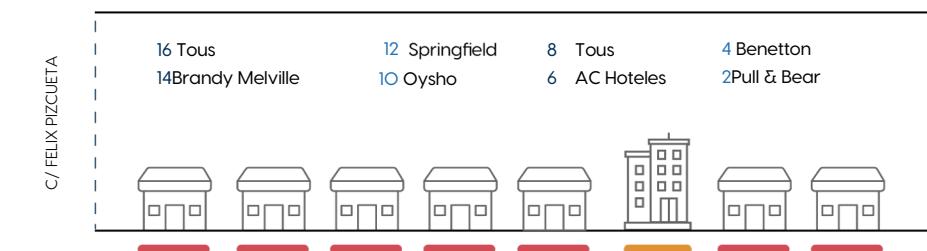
€/m²/mes



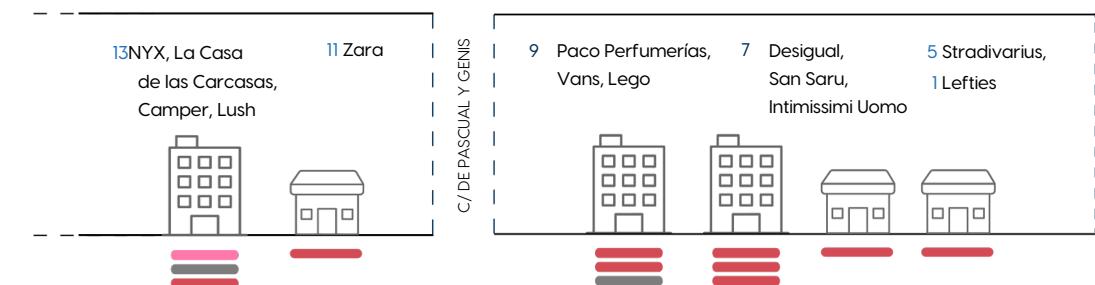
RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA



C/ COLÓN



C/ COLÓN





HIGHLIGHTS

Valencia, que ha mantenido su posición en el ranking de las principales ciudades para la apertura de retailers y la atracción de inversores, ha sido protagonista de una de las transacciones más relevantes en 2024. El local ocupado por Zara en la calle Colón ha sido adquirido por una de las grandes mutualidades españolas, lo que ha hecho que las rentabilidades en la ciudad se sitúen por debajo del 5%.

Además de la calle Colón, otras zonas como Jorge Juan y Juan de Austria siguen siendo puntos clave para los inversores, quienes observan cómo los retailers continúan abriendo tiendas en estas arterias comerciales, consolidándolas como calles de inversión segura para grandes patrimoniales y familiares.

Por otro lado, aunque calles como Ruzafa o Poeta Querol siguen siendo importantes en términos comerciales, las rentabilidades no son tan atractivas, debido a que la demanda en estas zonas es algo menor.

En cuanto al mercado de agencia, destacan varias reubicaciones y aperturas, como la de Hugo Boss, que ha trasladado su tienda de la calle de la Paz a Sorní; la de Swatch, que se ha mudado de la calle Juan de Austria a Colón; la inauguración de Alvaro Moreno en la calle Colón, su primera tienda en el centro de la ciudad; y la apertura de Lego, que también marca su primer establecimiento en Valencia.

El sector retail está en constante evolución y, en los últimos años, el eje de Martínez Ferrando y Conde Salvatierra ha ganado relevancia, albergando algunas de las marcas más urbanas de la ciudad, como Two Jeys, Eme Studios, Yuxus, Scuffers, Kaotiko, entre otras.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

JUAN DE AUSTRIA	COLÓN
4,5%	4,25%
4,75%	4,5%

● Yield Mínima ● Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.



Scuffers.co
Instagram >



America >
Malls&Retail



Vigo

Príncipe



ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la población de Vigo llegó a los 293.977 habitantes, de acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), consolidándose como el municipio más habitado de Galicia. Aunque el aumento ha sido moderado, indica una estabilidad en el crecimiento demográfico de la ciudad, que sigue siendo un lugar atractivo por su importancia industrial y portuaria en el noroeste de España. Este incremento es una muestra favorable del progreso y la evolución de la ciudad.

La renta bruta media por hogar en Vigo se sitúa en 29.886 euros (INE 2022), lo que representa un incremento del 4% con relación al año anterior. Este dato refleja un nivel económico intermedio de la ciudad en comparación con otras localidades españolas. En el ámbito laboral, la tasa de desempleo en Vigo descendió 12,09% en febrero de 2025, acercándose a la media nacional. Este descenso refleja el impacto de la diversificación económica, con el crecimiento de sectores como la automoción, pesca y tecnología marina, además de la importancia del Puerto de Vigo como hub logístico global, lo que ha favorecido la creación de empleo.

Desde el punto de vista económico, Vigo ha mantenido un crecimiento económico constante, alineado con el aumento del PIB de Galicia. La ciudad ha diversificado su economía mediante la modernización industrial, el desarrollo de polos tecnológicos y la apuesta por infraestructuras energéticas sostenibles, destacando en sectores como naval, automoción y energías limpias, lo que refuerza su posición como referente en innovación industrial en el noroeste de España.

En 2024, el mercado inmobiliario en Vigo ha experimentado un aumento de precios debido a la creciente demanda impulsada por el crecimiento económico. La oferta sigue siendo limitada, lo que dificulta el acceso a la vivienda, especialmente para los jóvenes. Además, se observa un creciente interés por las zonas periféricas de la ciudad.

Población

293.977 hab.

0,11%
interanual

Renta Bruta Media

29.886 2022

4,03%
interanual

Desempleo

12,09% feb. 25

-7,28%
interanual



ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Vigo ha experimentado un notable crecimiento en los sectores de turismo y comercio en los últimos años, alcanzando la cifra de 530.576 viajeros (nacionales e internacionales) y consolidándose como un destino clave en Galicia, especialmente durante las fiestas navideñas. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en agosto de 2024, la ciudad alcanzó su máximo histórico en cuanto a turismo alojado en hoteles, con un total de 123.424 pernoctaciones registradas. Este crecimiento se debe principalmente al aumento del turismo internacional, que experimentó un incremento significativo tanto en el número de turistas extranjeros como en el gasto turístico (INE).

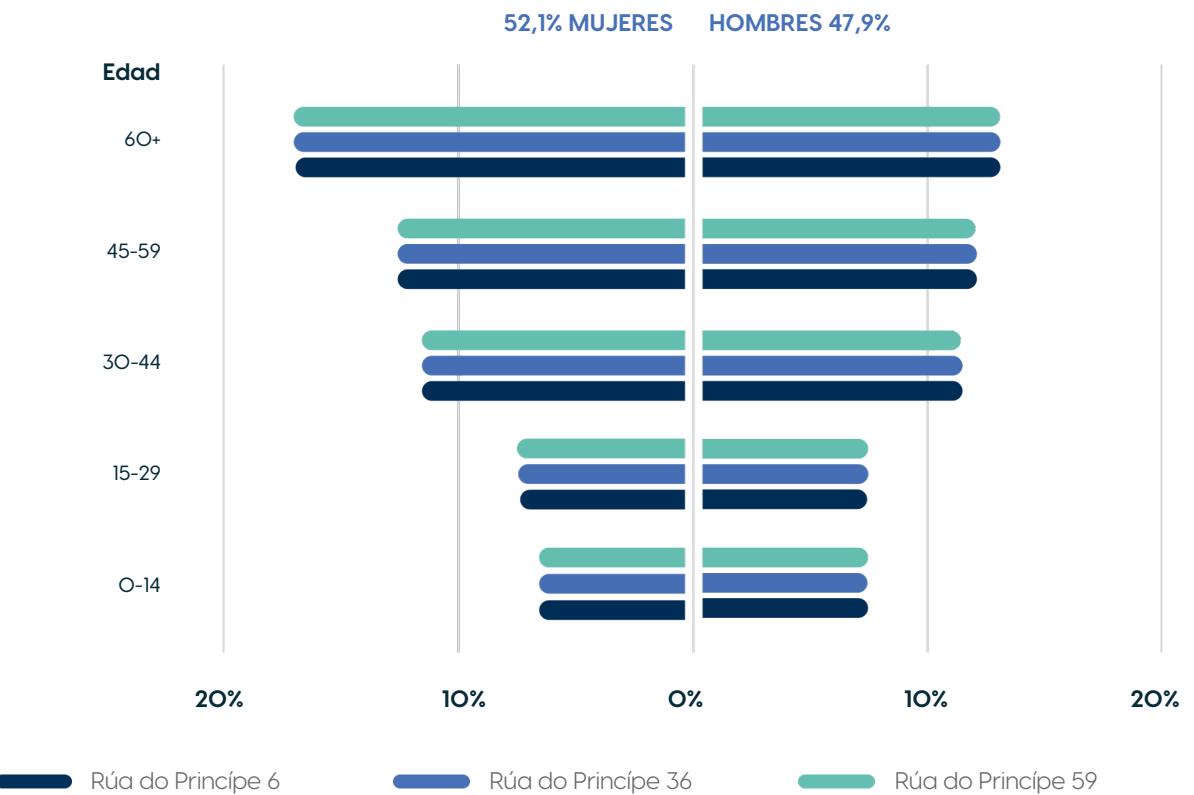
El comercio en Vigo ha batido récords históricos en tráfico de mercancías. En 2024, se gestionaron más de 5,6 millones de toneladas, lo que representa un aumento del 18% en comparación con 2023, según datos de la Autoridad Portuaria de Vigo.



Príncipe Vigo

DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

16,7 Mil €

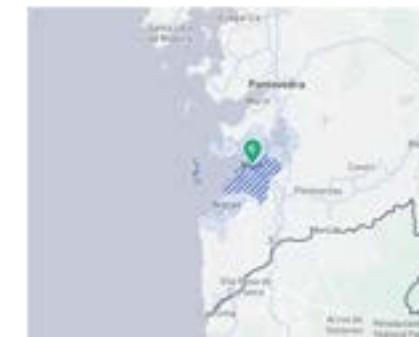
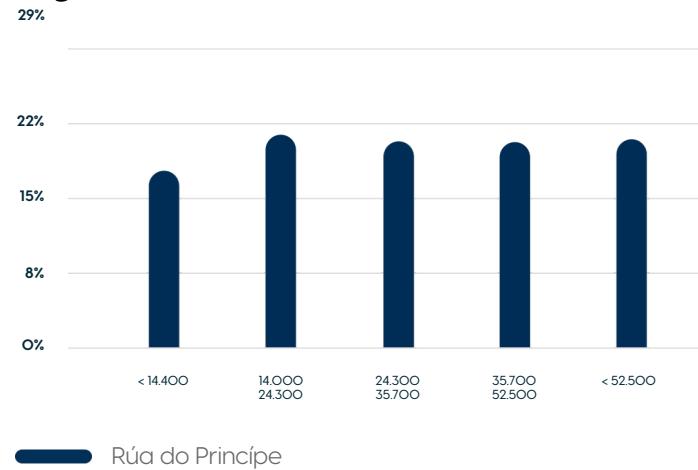
Rúa do Príncipe

Tamaño medio de los hogares

2,4

Rúa do Príncipe

Ingresos anuales

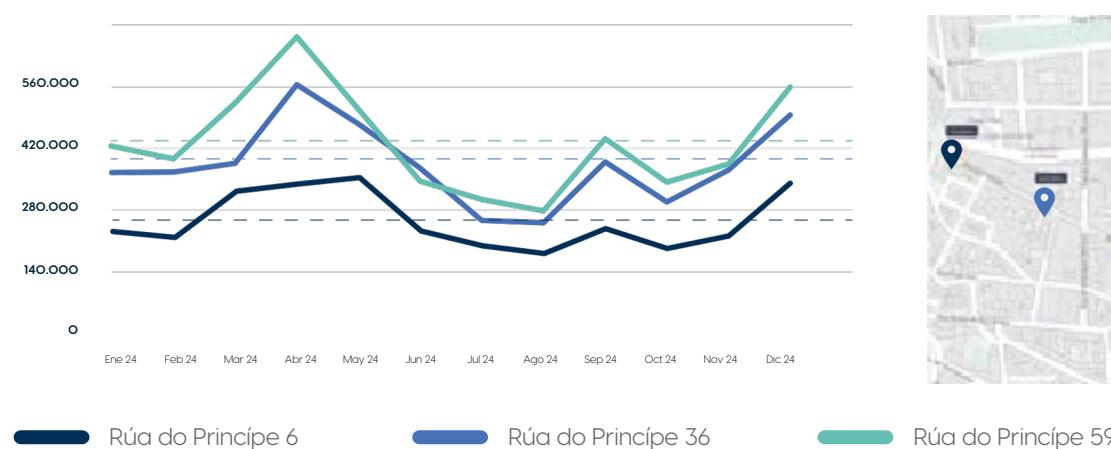


Mercado potencial (habitantes)

254.100 254.100 254.100

Rúa do Príncipe 6 Rúa do Príncipe 36 Rúa do Príncipe 59

TRÁFICO PEATONAL



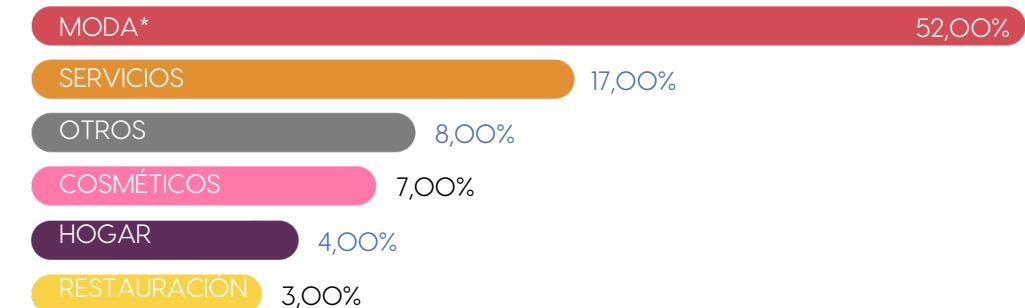
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías



*joyerías/relojerías representa un 3,00% y se incluyen en la categoría moda

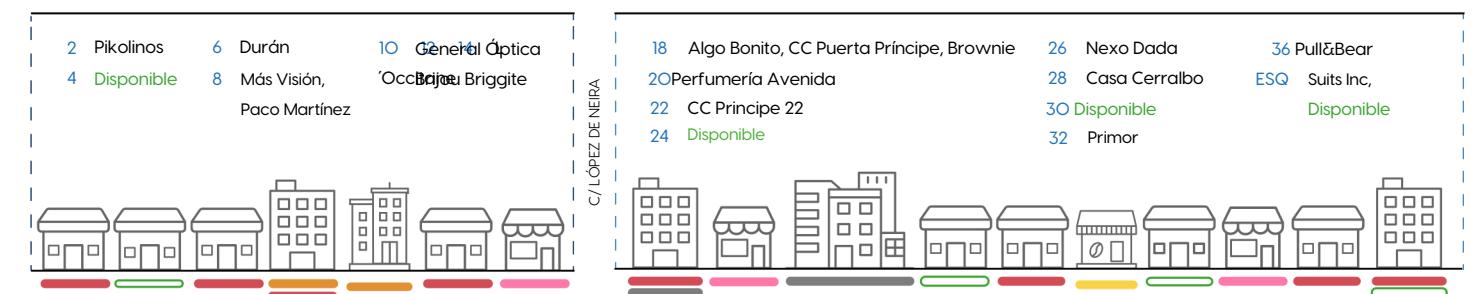
Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
71	6	8,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº Nº DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES

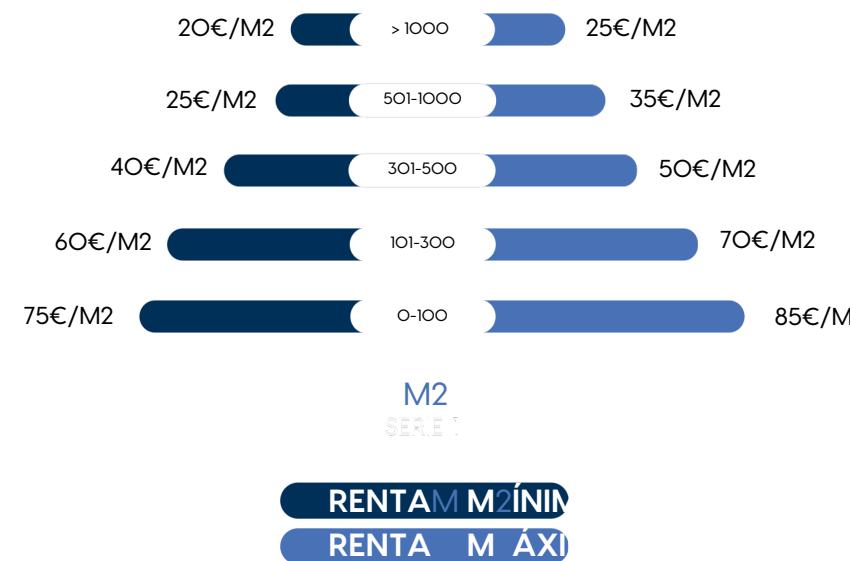


R. DO PRÍNCIPE



RENTAS SUPERFICIES C/ PRÍNCIPE

€/m²/mes



HIGHLIGHTS

Siguiendo la dinámica del cambio de tramo de la calle de Urzaiz a Príncipe ya comentada para los retailers, podríamos decir que se repite esta dinámica para los inversores. La apertura del flagship de Zara en la calle Príncipe ha sido el principal motor de este cambio, el cual ya podemos decir que se ha consolidado.

Una de las principales operaciones de la ciudad, ha sido la sustitución de Cortefiel por la perfumería Primor y la apertura de Mango Teens en el antiguo local ocupado por Inside.

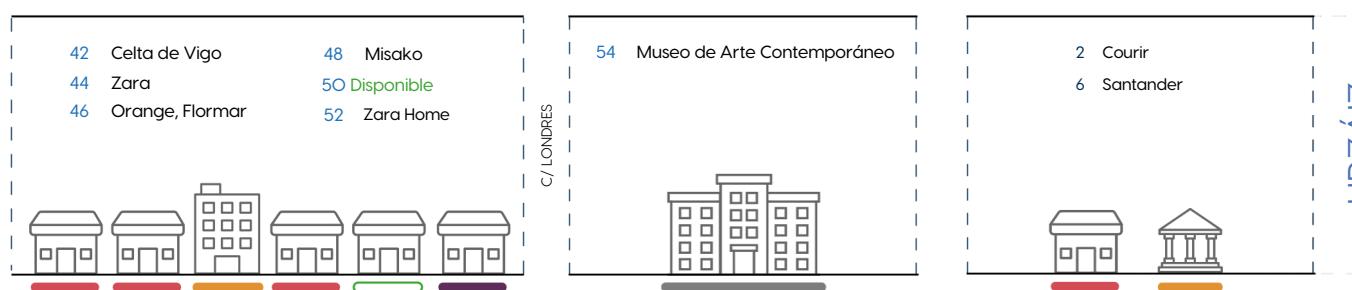
Hemos de situar las últimas operaciones en la calle Urzaiz en el entorno del 6%, lo que lo convierte en un volumen cómodo y siempre con rentas a mercado y con contratos recién firmados.

Por su parte la calle Príncipe, lugar elegido a día de hoy para las nuevas aperturas de los retailers, es como decíamos objeto de deseo para los inversores que tienen en el punto de mira invertir en Galicia.

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA



R. DO PRÍNCIPE



PRÍNCIPE

4,50%

5,00%

Yield Mínima

Yield Máxima



NOTICIAS DESTACADAS

A continuación, destacamos alguna de las transacciones en las que aRetail ha participado para el cierre.

JUST RETAIL

ARTICULOS | DOD FINAN | LOCACIONES | MARKETING | TECH | CONSUMIDOR | ESG | MEDIOS

HOME > ESTABLECIMIENTOS

PRIMOR ABRE SU PRIMER ESTABLECIMIENTO EN VIGO Y EL SEGUNDO EN GALICIA

El establecimiento Primor inauguró en Vigo con su primer establecimiento dentro de la provincia de Pontevedra y la segunda en Galicia. Es la tercera tienda de la ciudad, así como su establecimiento en La Rúa do Príncipe. El local, con 1.100 metros cuadrados en una planta, cuenta con un diseño innovador, inspirado al diseño original del local fundacional de los establecimientos de la marca.

La tienda ofrece productos de todas las categorías, desde ropa y accesorios hasta productos de gastronomía con marcas conocidas como Thaikitchen, Cavaia, Mio, Ametsa, Sancha, etc., incluyendo una cafetería.

[Just Retail >](#)

EL ESPAÑOL

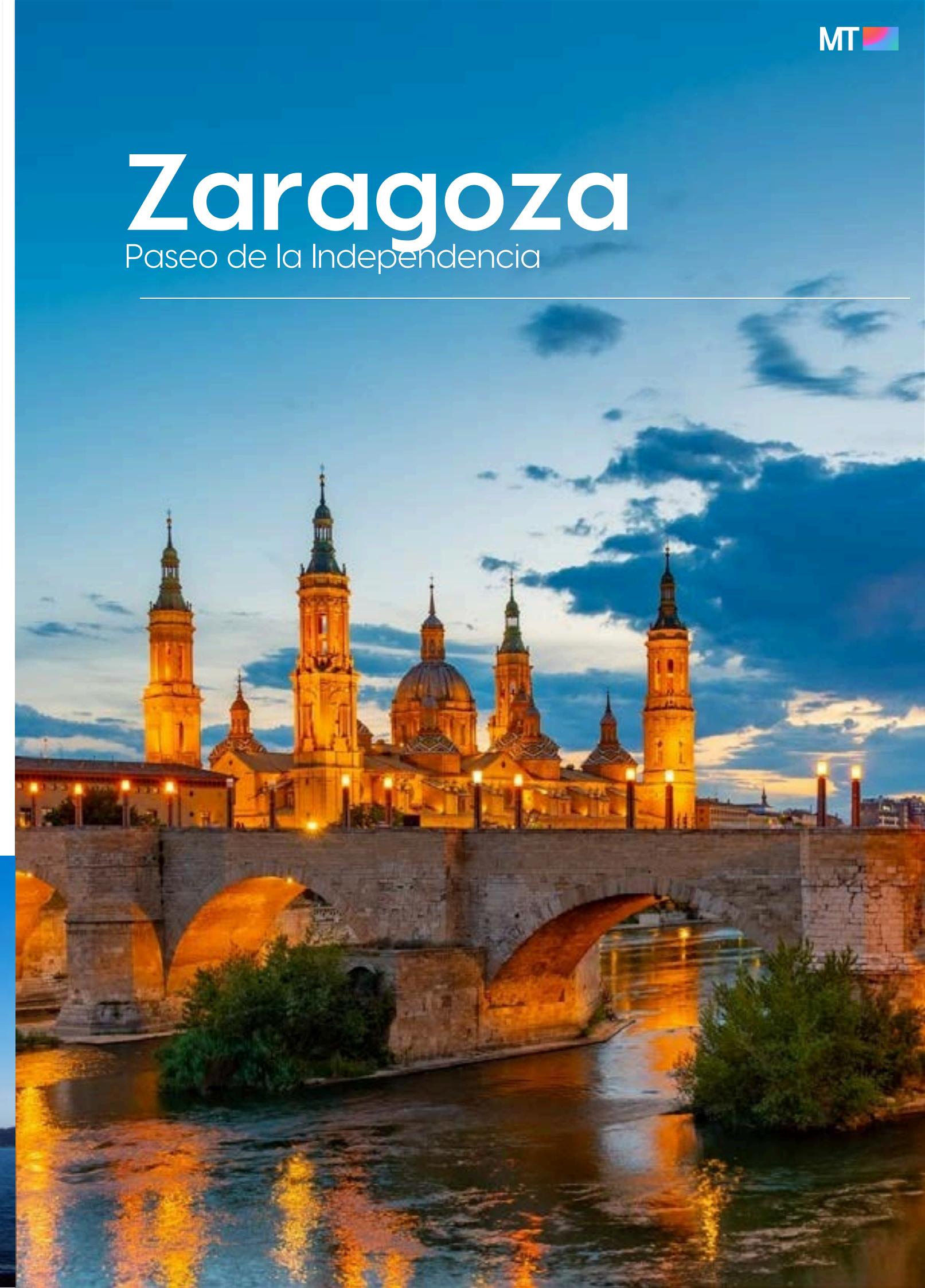
treintayseis

COMERCIO

Mango apuesta por Príncipe: la marca de ropa abrirá una nueva tienda para adolescentes en Vigo

El número 45 de la peatonal contará con un tercer local dedicado a la moda para adolescentes, Mango Teen, una de las grandes apuestas de la marca desde 2021.

[El Español >](#)



Zaragoza

Paseo de la Independencia

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

En 2024, la población de Zaragoza alcanzó los 686.986 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), y se sitúa en la quinta ciudad más poblada del país. Su crecimiento refleja un equilibrio entre su legado histórico y su evolución como centro económico e industrial de referencia.

La renta bruta media por hogar en Zaragoza se sitúa en 31.519 euros (INE 2022), lo que supone un notable aumento del 5,06% y una tasa de desempleo del 8,75%, dos puntos por debajo de la media nacional y la segunda más baja del país. También resalta su atractivo turístico y cultural, siendo un destino clave en España gracias a su patrimonio histórico y eventos como la Feria del Pilar.

En 2024, el Producto Interior Bruto (PIB) de Aragón experimentó un crecimiento del 3,3%, superando la media nacional, según datos del Instituto Aragonés de Estadística (IAEST). Las exportaciones de Aragón sumaron 15.637,8 millones de euros, con una caída del 4,4% respecto al mismo periodo de 2023. Este descenso refleja los desafíos del sector, especialmente la automoción, que ha sufrido importantes reducciones en varios meses.

ANÁLISIS TURISMO Y RETAIL

Zaragoza experimentó un aumento del 8,23% en el número de viajeros (nacionales e internacionales), alcanzando un total de 1.230.695 turistas. Este crecimiento se debe, en gran parte, a la alta afluencia de visitantes durante las Fiestas del Pilar en octubre, el periodo de mayor atracción turística de la ciudad, así como al incremento del turismo cultural y de negocios en primavera y verano. Además, este crecimiento también se refleja en las pernoctaciones, que subieron un 5,18% en comparación con 2023, alcanzando 2.057.998 estancias (según el INE).

Según datos del Observatorio de Complejidad Económica (OEC), el comercio en Zaragoza mostró un notable dinamismo y se posicionó como la quinta provincia española en exportaciones, alcanzando un valor de 1.040 millones de euros, y en importaciones, con 1.300 millones de euros. Además, cabe destacar que el comercio minorista en Zaragoza creció en 2024, con un 49,5% de los comercios aumentando sus ventas en los primeros cinco meses del año y un 47,7% anticipando mayor facturación en la campaña de verano, según la Cámara de Comercio, reflejando la recuperación del sector.

Población

686.986 hab.

0,66%
interanual

Renta Bruta Media

31.519 2022

5,06%
interanual

Desempleo

8,75% feb. 25

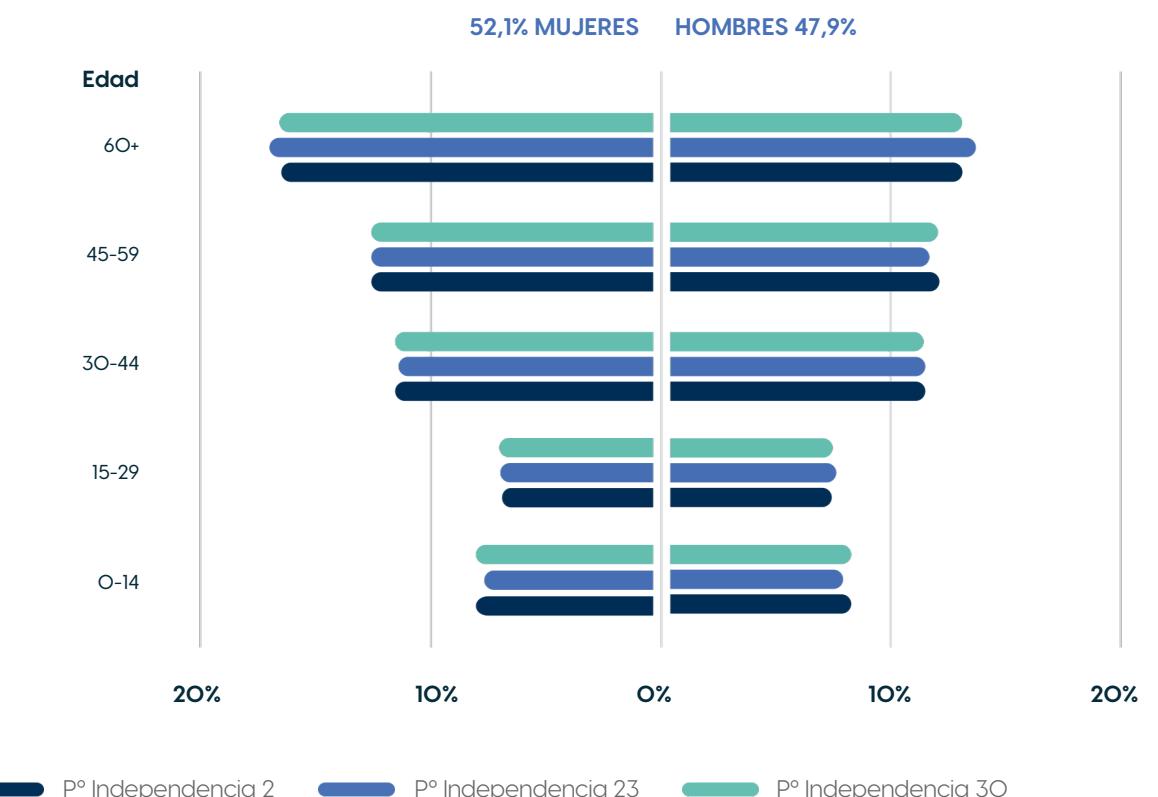
-5,41%
interanual



Paseo de la Independencia Zaragoza

DATOS SOCIOECONÓMICOS

Edad y Género



Poder adquisitivo medio

19,1Mil €

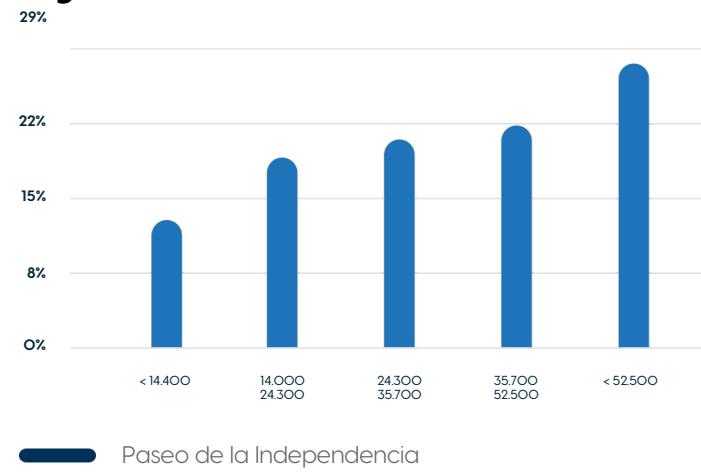
Paseo de la Independencia

Tamaño medio de los hogares

2,4

Paseo de la Independencia

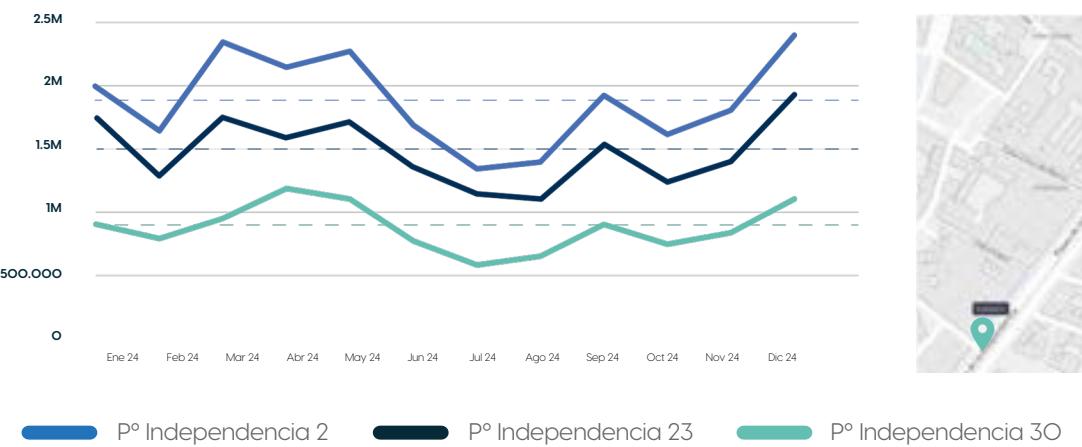
Ingresos anuales



Mercado potencial (habitantes)

397.500
Pº Independen. 2
453.700
Pº Independen. 23
397.500
Pº Independen. 30

TRÁFICO PEATONAL



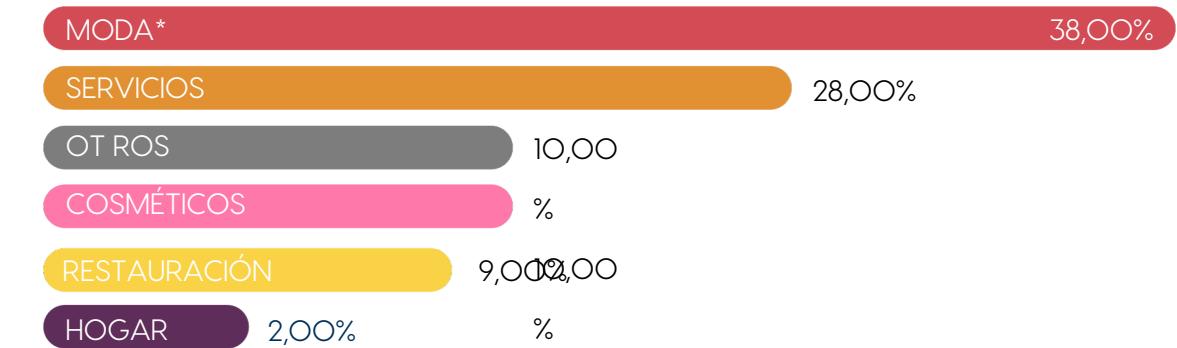
Mapas de calor



*Los datos mostrados en las gráficas de los apartados 'Datos Socioeconómicos' y 'Tráfico peatonal' han sido aportados por Geoblink by MyTraffic, líder en datos de geolocalización en Europa.

MyTraffic

Categorías

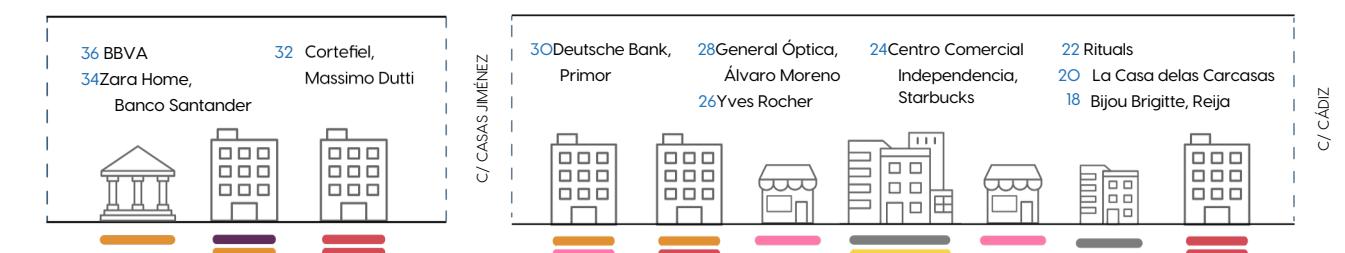


*joyerías/relojerías representa un 5,00% y se incluyen en la categoría moda

Nº Locales	Locales disponibles	Disponibilidad
58	2	3,00%

ESTABLECIMIENTOS ACTUALES

Nº N° DE CALLE ● MODA ● OTROS ● COSMÉTICOS ● SERVICIOS ● HOGAR ● RESTAURACIÓN ○ LOCALES DISPONIBLES

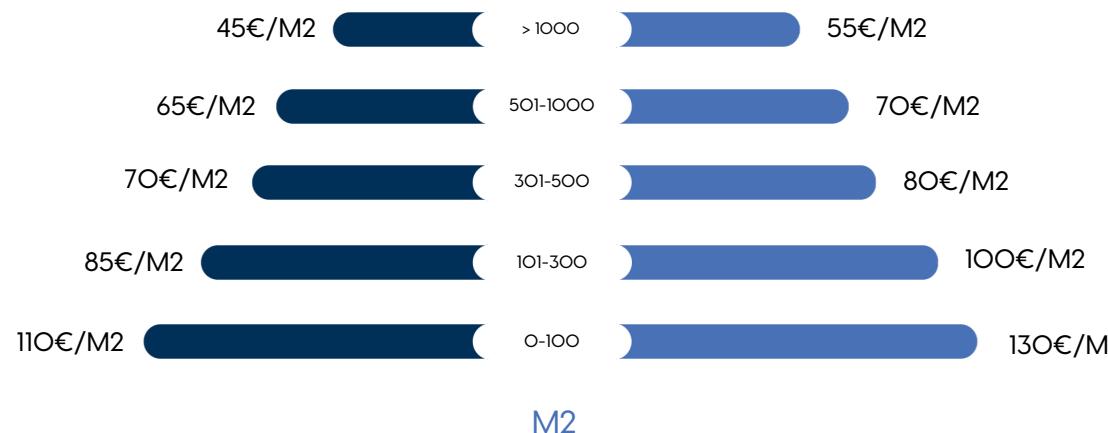


C/ PASEO DE LA INDEPENDENCIA



RENTAS SUPERFICIES Pº DE LA INDEPENDENCIA

€/m²/mes



RENTA MÍNIMA
RENTA MÁXIMA

HIGHLIGHTS

Zaragoza es una de las principales ciudades de España a nivel retail y podríamos decir que junto con Bilbao, la más importante de la zona norte de España. La capital aragonesa es punto de unión entre Madrid y Barcelona convirtiéndose en una ciudad estratégica por su ubicación.

La próxima apertura del flagship de Zara, que incluirá también Zara Man, en Paseo de Independencia con más de 5.000 m², pone de manifiesto el buen funcionamiento de la ciudad.

Zaragoza ha sido la protagonista, tanto en el mercado de alquileres como de inversión, de operaciones relevantes de retail en 2024 con el arrendamiento a Nike del antiguo local de BBVA en la calle Coso o la venta de los locales arrendados a C&A y Stradivarius.

Estas operaciones han vuelto a dejar claro que Zaragoza y en concreto Av. Independencia y Coso siguen estando dentro de los objetivos de los principales retailers e inversores de familias españolas.

Si bien la rentabilidad estuvo situada por encima del 5%, respondería básicamente al importante volumen que suponía una operación de esa envergadura para las familias españolas, y quizás un volumen demasiado pequeño para un fondo institucional que busque en Zaragoza.

No obstante, otras operaciones cerradas este año en Independencia han situado la rentabilidad en el 4,7%-5,25%. Son operaciones siempre muy bien recibidas por los inversores, dada la tipología premium de los retailers que siguen ocupando los locales.



C/ PASEO DE LA INDEPENDENCIA

YIELD -MÁXIMA | MÍNIMA

PASEO DE LA INDEPENDENCIA

4,5%

5,25%

Yield Mínima

Yield Máxima





#RetailNeverDies



gesvalt®

aretail.es

BCN +34 932 931 905 · Madrid +34 918 005 468 · Lisboa +351 93 934 08 85

gesvalt.es

+34 900 802 862 · gesvalt@gesvalt.es