Gestión Newsletter

Análisis de un mercado del alquiler comercial al alza

Por **Restauración News** - 5 marzo, 2020

El número de operaciones de alquiler de espacios comerciales para restauración continúa al alza, síntoma inequívoco de la buena salud del sector en nuestro país.

María Veiga

El precio de los alquileres es un debate candente en la actualidad nacional, no solo a nivel hogar, sino también en lo que a locales de uso comercial se refiere. En los últimos años, el acceso a zonas privilegiadas de las grandes ciudades, las conocidas como calles Premium, se ha dificultado sobremanera, bien sea por la **falta de espacios o por el incremento de los precios.**

Para la restauración, la competencia por hacerse con un establecimiento con una ubicación privilegiada es feroz. Al añadido de sacar rentabilidad a los altos costes fijos que supone el alquiler, se añade otra variante decisiva: la **lucha con otros sectores, como el de la moda o la belleza,** cuya capacidad de conversión y su dependencia zonal es más alta.

Con todo esto, la restauración independiente se ha ido claramente quedando relegada a ubicaciones más secundarias –sobre el papel, pero no para el consumidor–, en las que los más visionarios han creado destino y han visto cómo la zona crecía a su alrededor. "En la restauración hay muchas más cosas que la ubicación, el producto o el diseño. Es un conjunto. **Contra la subida de rentas ha florecido la capacidad de generar un negocio de destino entre los restaurantes,** en otras zonas más alejadas y, desde este punto de vista analítico, la

Restauración News - Febrero 2020

Restauración News en tu e-

Al final, para estos negocios gastronómicos, al consumidor no le importa desplazarse un poco más", declara Nacho Acha, socio y director de Retail Agency de Madrid de Cushman & Wakefield.

Un buen ejemplo de esto es el caso de la zona madrileña de Ponzano, la cual ha crecido en base a la implantación de pequeños locales de restauración. "Ponzano se pone de moda porque varios grupos deciden abrir allí y generan destino a un público que a otras marcas también les interesa, lo que ha causado un efecto llamada", añade Acha.

En la misma situación, por su parte, las grandes cadenas no han tenido más remedio que acometer ciertas **operaciones por encima del valor real del mercado** si querían abrir sus puertas en zonas de alto flujo de personas. Este procedimiento se acentúa en aquellos casos en los que la marca desembarca por primera vez en el país (Five Guys y Carl's Jr. con su primera apertura en España en la Gran Vía de Madrid es un buen ejemplo), o busca un fuerte impacto de imagen entre los transeúntes e ir abriendo posteriormente en otras zonas.

Por tanto, ¿se ha generado una clara diferenciación entre las posibilidades de acceso de grupos de restauración y establecimientos de carácter independiente? Nos contesta Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria. "Como tendencia general yo creo que sí, aunque también es cierto que las cadenas tienen locales mejor y peor ubicados".

Tendencias alcistas en todos los sentidos

El sector de la restauración goza de buena salud. España es un país abierto a su disfrute, independientemente del formato en el que sea, el horario o el precio: hay variedades para todos. Y las seguirá habiendo. "A nivel de transacciones en el sector de la restauración, la tendencia es alcista, ya que cada año va creciendo el número de operaciones de alquiler de espacios comerciales destinados a esta labor", explica Nacho Acha.

En cuanto al precio, este ha ido creciendo acorde a la demanda y a la reducción de espacios privilegiados disponibles. "En los últimos dos o tres años **hemos vivido una burbuja en el precio de los alquileres de locales comerciales** que está dificultando enormemente la apertura o la rentabilidad de nuevos establecimientos de restauración", asegura Jesús Duque.

Respecto al mismo tema, Nacho Acha manifiesta: "El techo de los precios lo va a poner el propio consumo. Al final cualquier tipo de negocio se mide, a la hora de pagar un alquiler, en tasas de esfuerzo. Cuando a una marca, por muchos metros que le des, no venda más que una cierta cantidad y no pueda pagar el alquiler por tasas de esfuerzo, pues frenará. Ya está ocurriendo. En rentas tan altas es difícil encontrar quien las pueda pagar".

El último hecho que comenta Acha tiene una relación directa con la diversificación de la oferta y el freno al consumo dentro de la sociedad española. La población, con miedo a una nueva recesión en un futuro próximo ha

las marcas quieren ganar más dinero y negocian y solicitan unos requerimientos mucho más exigentes. No es que antes no quisiesen, pero las rentas eran más bajas y el consumo más alto. Este también está más repartido entre muchos tipos de canales y, por tanto, para mantener los beneficios en el punto de venta se intenta forzar una bajada de las rentas. En algunos casos se consigue y en otros no porque siempre hay operaciones puntuales que interesa hacer".

La presión de los precios del alquiler en grandes ciudades está relegando a la restauración independiente de las calles prime. Shutterstock

ETIQUETAS alquiler inmobiliario

Me gusta 0

Restauración News

Artículos relacionados Más del autor

Grupo Saona apadrina 1.000 m2 de Posidonia por su 7º aniversario

Ribs incorpora una gama de hamburguesas para veganos

Cantina Mariachi abre en el centro de Madrid

DEJA UNA RESPUESTA

Iniciar sesión para dejar un comentario