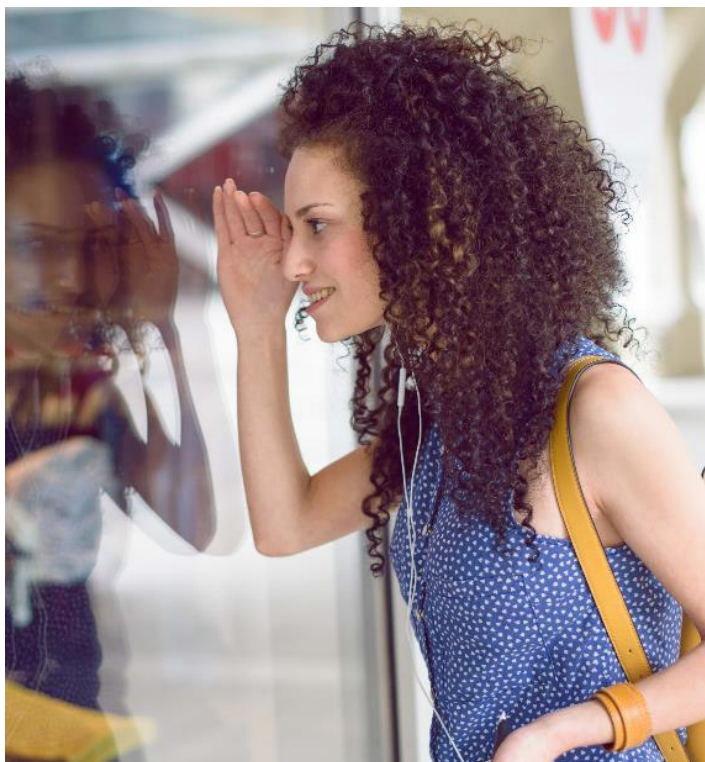


Observatorio del sector de centros y parques comerciales en España

Segundo trimestre 2025



Introducción



Observatorio PwC - APRESCO

El Observatorio del sector de centros y parques comerciales, elaborado por PwC y APRESCO, nace con la ambición de convertirse en la principal fuente de información del sector en España.

Este Observatorio presenta de forma trimestral la evolución del Índice PwC-APRESCO, que refleja las magnitudes más relevantes del sector, así como un análisis del contexto macroeconómico y de los temas más candentes del sector.

El Índice PwC-APRESCO ofrece datos medios agregados del sector basados en la muestra más completa y representativa de empresas y de centros y parques comerciales existente en la actualidad, con más de 200 centros y parques comerciales y 6 millones de m² de SBA (Superficie Bruta Alquilable).

Sobre PwC y APRESCO



El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 151 países con más de 364.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones.

www.pwc.es



APRESCO

Asociación de Propietarios
de Espacios Comerciales

La Asociación de Propietarios de Espacios Comerciales (APRESCO) agrupa a las empresas más representativas y líderes del sector de centros y parques comerciales en España, encargadas de gestionar e invertir en activos distribuidos por todo el territorio nacional.

www.apresco.es





Contenido

01	Contexto macroeconómico	04
02	Resultados del Índice PwC – APRESO	09
	a. Ventas	
	b. Afluencias	
	c. Tasas de ocupación	
03	Zoom trimestral: La visión de las empresas	16
04	Anexo: Metodología del Índice PwC - APRESO	25



01

Contexto macroeconómico



Contexto macroeconómico

El PIB creció de nuevo un **2,8% interanual** durante el segundo trimestre de 2025, superando las previsiones y sorprendiendo positivamente al mercado. De esta manera, la economía española se consolida como una de las economías más dinámicas de la eurozona.

Los datos de la EPA del segundo trimestre de 2025 reflejan un **mercado laboral dinámico**, impulsado por la estacionalidad favorable del periodo, marcada por la Semana Santa, el repunte turístico en primavera y el inicio de la campaña estival. En este periodo la tasa de paro se redujo nuevamente hasta el 10,3%.

Los precios se mantienen en niveles razonables, aunque en julio experimentaron un repunte de 0,4 puntos hasta llevar el IPC general al 2,7%. La inflación subyacente se mantiene ligeramente por debajo en el 2,3%.

El índice de comercio minorista en España confirma su tendencia positiva a lo largo de 2025, registrando en julio un crecimiento interanual del 4,2%, encadenando trece meses de crecimiento.

La confianza de los consumidores repuntó en el mes de julio, aunque sigue manteniendo en niveles pesimistas (por debajo de 100). Por su parte, la confianza empresarial creció ligeramente durante el segundo y tercer trimestre a pesar de la guerra comercial iniciada por EEUU.

El BCE ha anunciado en su última reunión de septiembre el mantenimiento de los tipos en el 2,15%, enfriando las expectativas de nuevas bajadas en los próximos meses.



+2,8%

PIB (T2 25 vs T2 24).



10,3%

Desempleo en T2 25.



+2,7%

IPC general (jul 25 vs jul 24).



+4,3%

Índice de comercio minorista (jul 25 vs jul 24).



+1,1%

Índice de confianza empresarial (T3 25 vs T2 25).



+8,9%

Índice de confianza consumidor (jul vs jun 25).



2,12%

Euríbor 1 año
Agosto 25.



2,15%

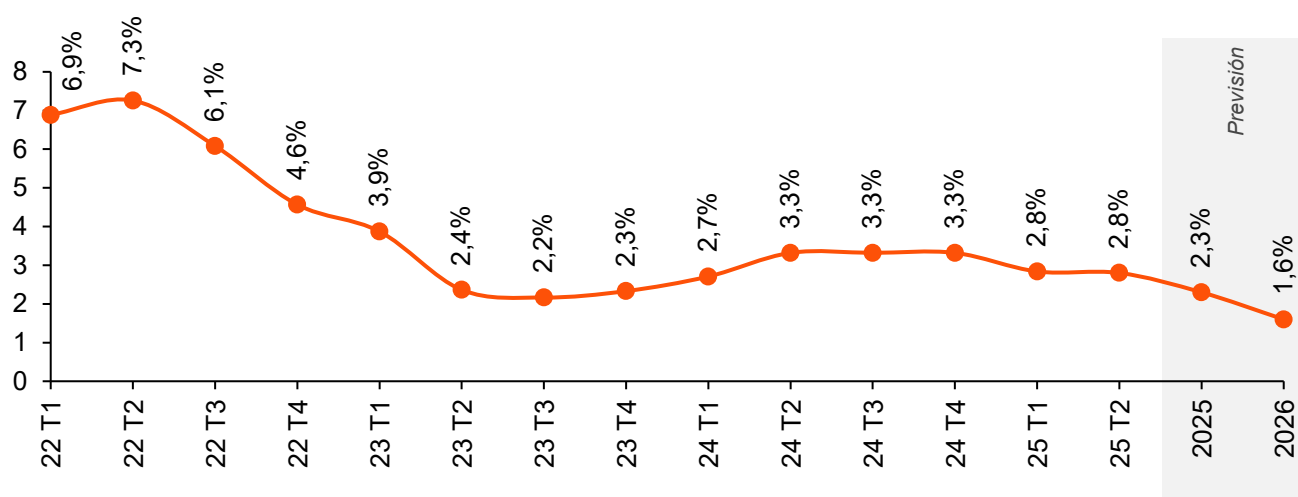
Tipos de interés BCE
Septiembre 25.

El PIB sigue manteniendo un crecimiento sólido durante el primer semestre con proyecciones favorables para la segunda mitad del año



Durante el segundo trimestre el PIB se incrementó un 0,7% y se mantuvo por segundo trimestre consecutivo un 2,8% por encima del mismo trimestre del año anterior. Este avance se apoyó principalmente en la fortaleza de la demanda interna, con un fuerte impulso del consumo de los hogares y la inversión empresarial

Variación trimestral interanual PIB (%)*

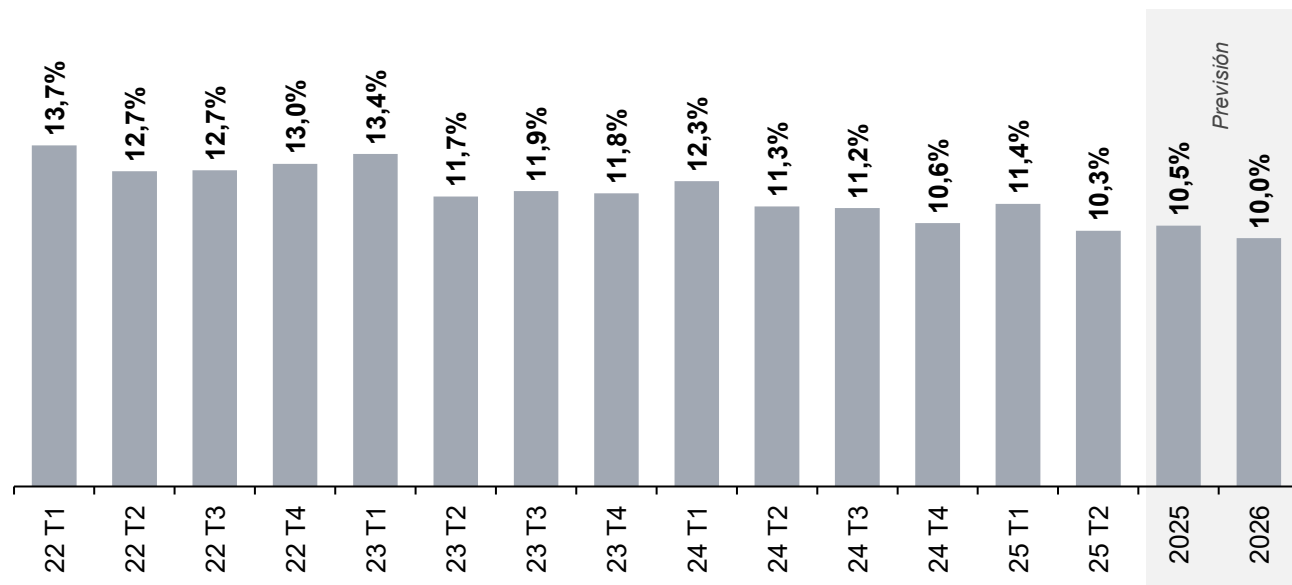


(*) Los datos del trimestre corresponden al valor del último mes de cada trimestre.
Fuente: INE, Funcas



En el segundo trimestre de 2025 se crearon más de 500.000 puestos de trabajo, de los que siete de cada diez fueron en el sector Servicios. La tasa de paro descendió de forma significativa hasta el 10,3%, alcanzando niveles mínimos desde 2008

Tasa de desempleo trimestral (EPA) (%)



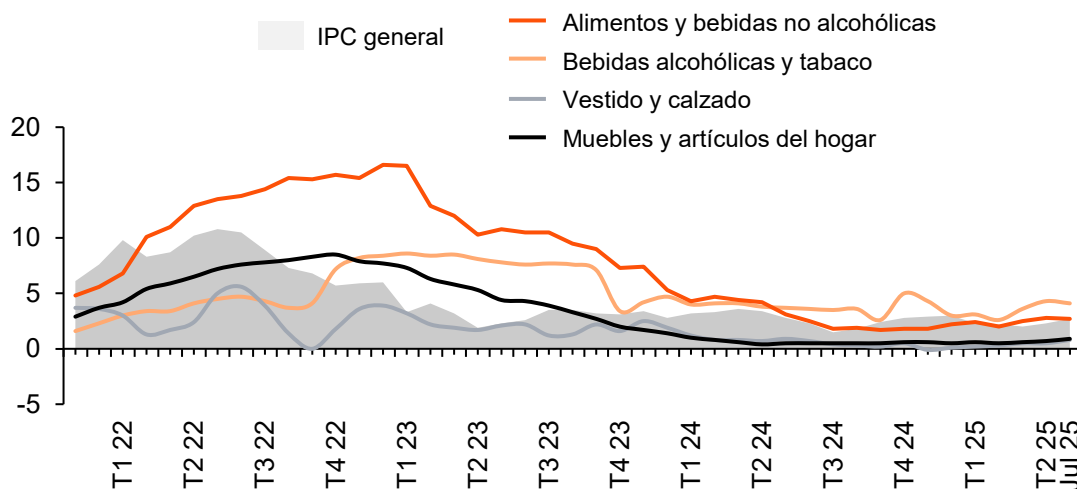
Fuente: INE, Funcas

La inflación, aunque moderada frente a años previos, registra un leve repunte en julio hasta el 2,7%, al igual que la confianza empresarial y de los consumidores



Durante el segundo trimestre la inflación se mantuvo en niveles reducidos, ligeramente superiores al 2%, aunque en el mes de julio se ha producido un repunte hasta el 2,7%, y se sitúa ya en niveles de comienzos de año. Este repunte se debe principalmente a la subida del precio de la electricidad y, en menor medida, de los carburantes

Variación interanual IPC (%)



Fuente: INE, PwC

(*) Los datos del trimestre corresponden al valor del último mes de cada trimestre.

jul 25



+2,7%

IPC general



+2,3%

IPC subyacente



+2,7%



+4,1%



+0,8%

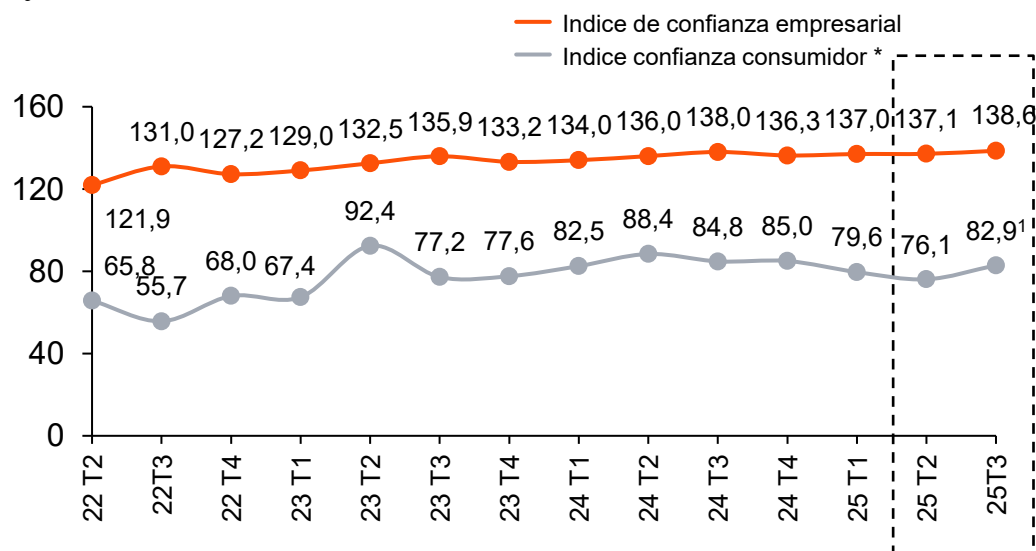


+0,9%



La confianza empresarial mantiene su tendencia positiva y crece un 1,1% en el tercer trimestre. Por su parte, la confianza del consumidor creció un 8,9% en julio, tras haber experimentado un fuerte retroceso en el junio (-4,4% vs mar 25)

Variación interanual índice de confianza empresarial y del consumidor* (%)



(*) Los datos del trimestre corresponden al valor del último mes de cada trimestre.

(1) Dato del mes de Julio de 2025

Fuente: INE/CIS

Confianza empresarial



+0,1%

T2 vs T1 25



+1,1%

T3 vs T2 25

Confianza consumidor



+8,9%

Jul vs jun 25



-4,4%

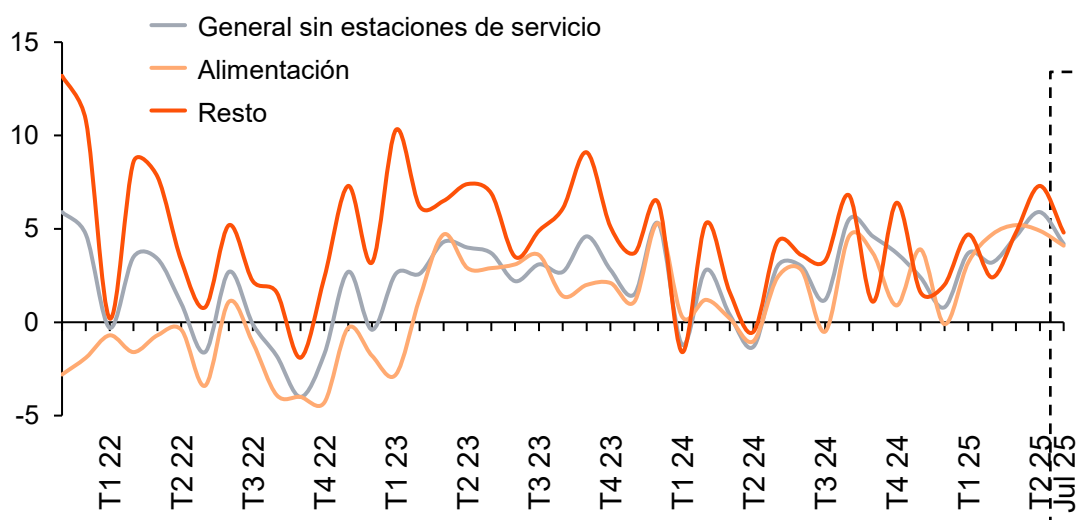
Jun vs mar 25

Las ventas del comercio minorista crecen durante el segundo trimestre del año y durante julio confirmando la tendencia positiva desde inicios de año



El comercio minorista en España cerró julio de 2025 con un incremento del 4,2% en su índice general a precios constantes, una cifra que confirma la continuidad del crecimiento del sector, aunque a un ritmo algo más moderado que en meses anteriores

Variación interanual Índice de Comercio Minorista (ICM) a precios constantes (%)*



(*) Los datos del trimestre corresponden al valor del último mes de cada trimestre.
Fuente: INE, PwC

Jul 25 vs Jul 24



+4,3%

General



+4,1%

Alimentación



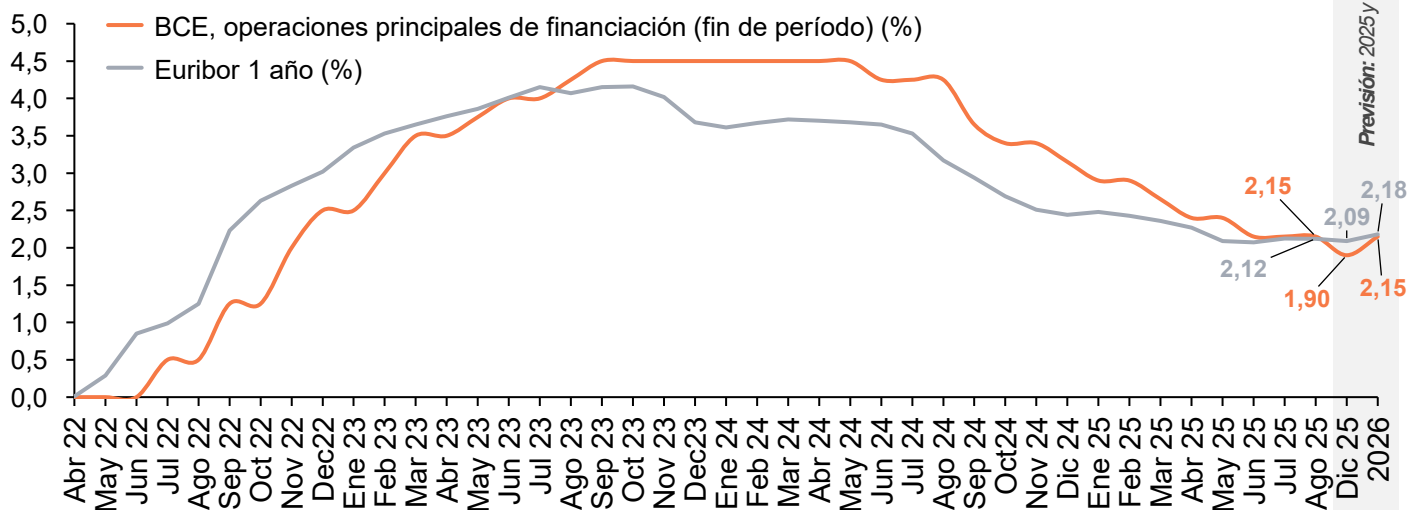
+4,8%

Resto



En su última reunión de septiembre el BCE ha mantenido los tipos en el 2,15% y ha enfriado las expectativas de nuevas bajadas en sus próximas reuniones, reflejando confianza en que la inflación tenderá al objetivo del 2%. Por su parte, el EURIBOR descendió hasta el 2,12% en agosto, con expectativas de alcanzar el 2,00% hacia finales de año.

Evolución tipos de interés (2022-2025)



Fuente: Banco de España, Bankinter, Funcas, PwC

02



Resultados del Índice PwC – APRESCO



Principales resultados

Los principales fundamentales del sector siguen demostrando una gran fortaleza y alcanzan resultados muy positivos durante el segundo trimestre.

Las ventas se incrementaron de forma muy significativa en el segundo trimestre (+7,1% respecto al mismo periodo de 2024) y recuperan los ritmos de crecimiento observados en 2024.

Las ventas de todas las actividades mantuvieron un comportamiento muy positivo durante este trimestre. El **Hogar, Bricolaje y Electrónica** (+9,3%) sigue demostrando su fortaleza y se mantiene como la categoría con mayor crecimiento. La **Moda y la Restauración** crecieron un 8,7% y un 5,9% respectivamente y siguen manteniendo una tendencia de crecimiento similar. Por su parte, el **Ocio y Entretenimiento** (+5,5%) volvió a la senda del crecimiento este trimestre tras un inicio de año complicado.

Los parques comerciales siguen destacando como el activo con mayor tasa de crecimiento (+11,7%) este trimestre, aunque todas las tipologías de centros comerciales también experimentan crecimientos significativos de ventas.

Las afluencias también registraron un muy buen dato de crecimiento (+4,6% respecto a T2 24) y aunque siguen evolucionando por debajo de las ventas, cada vez se observa un menor gap entre ambos indicadores.

La tasa de ocupación media del sector se mantiene en máximos, en un 95,1%, impulsada por los buenos datos de Parques Comerciales y Centros grandes y muy grandes.



Ventas totales



+7,1%

Var. T2 25 vs T2 24



Afluencias totales



+4,6%

Var. T2 25 vs T2 24



Tasas de ocupación

95,1%

+0,6 pp

T2 25

Var. T2 25 vs T2 24

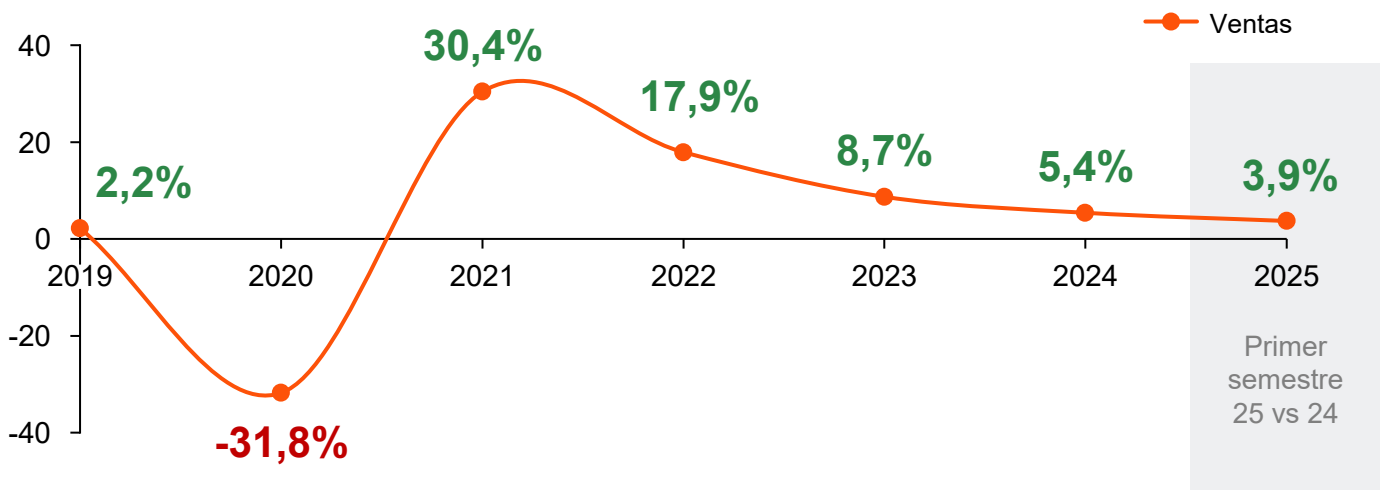
Ventas totales

Las ventas del sector registran un incremento acumulado del 3,9% durante el primer semestre del año, tras el fuerte repunte del segundo trimestre (+7,1%)



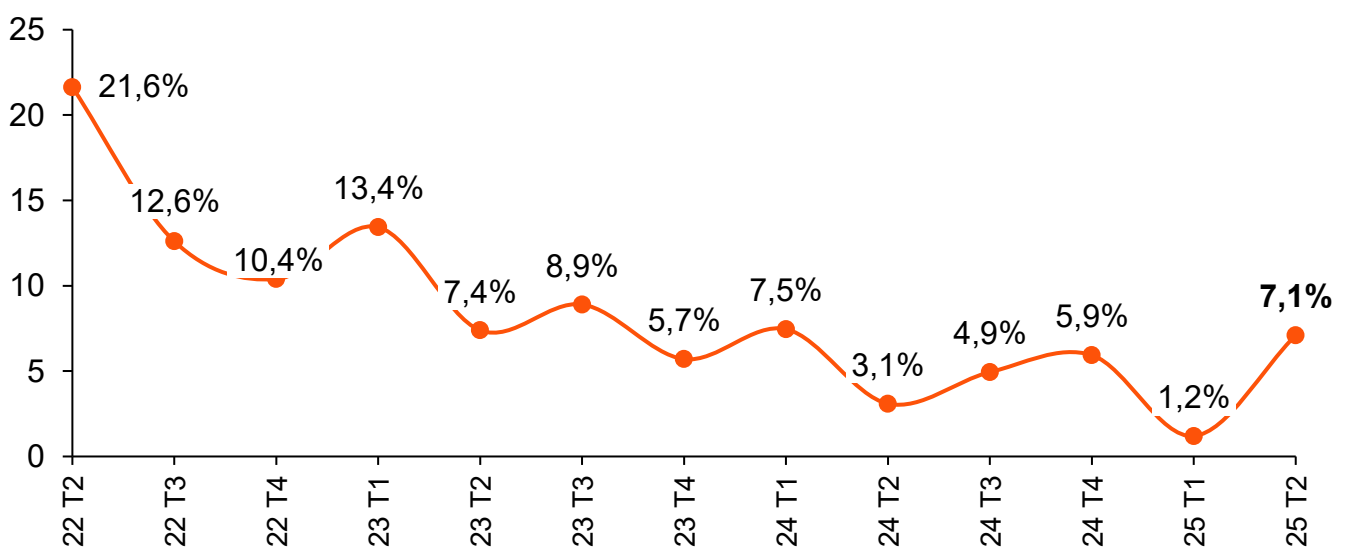
El segundo trimestre resultó muy positivo para el sector con crecimientos de ventas muy relevantes (+7,1%) gracias a los buenos datos de la Semana Santa, que este año se celebró en Abril, y del avance de la temporada de rebajas. Este buen segundo trimestre compensa el crecimiento más moderado del primero, para llegar a un crecimiento acumulado anual del 3,9%

Variación índice anual ventas (%)



Fuente: APRESCO

Variación interanual del índice trimestral de ventas (%)



Fuente: APRESCO

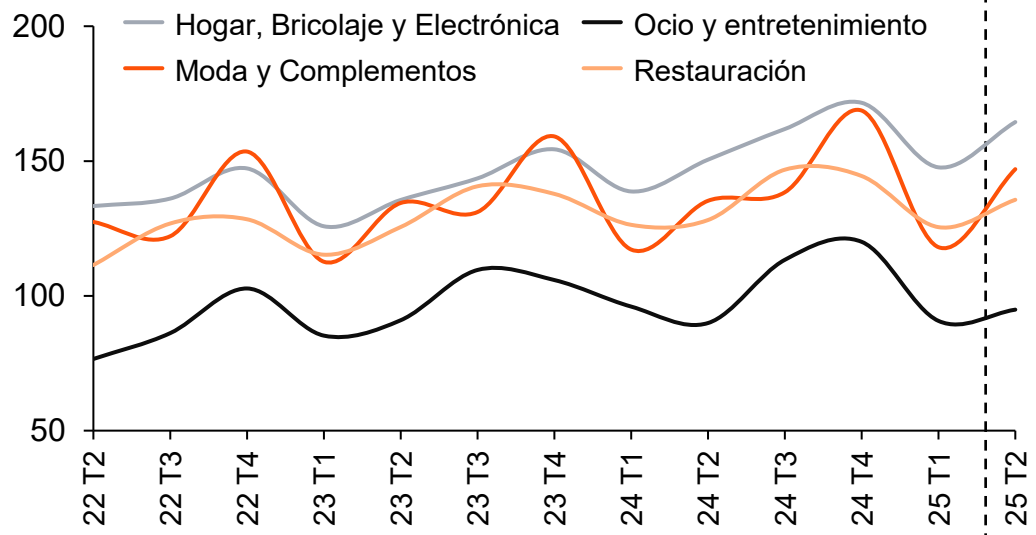
Ventas por tipo de actividad

Todas las actividades mantuvieron un comportamiento muy positivo durante el segundo trimestre con incrementos de ventas superiores al 5%



Los establecimientos de Hogar, Bricolaje y Electrónica y los de Moda y Complementos destacaron por encima del resto con crecimientos interanuales alrededor del 9%. Por su parte, tras un primer trimestre negativo el Ocio y Entretenimiento se ha recuperado y ha vuelto a la senda del crecimiento

Evolución índice trimestral de ventas por tipo de actividad (2018 base 100)



T2 25 vs T2 24



+9,3%



+8,7%



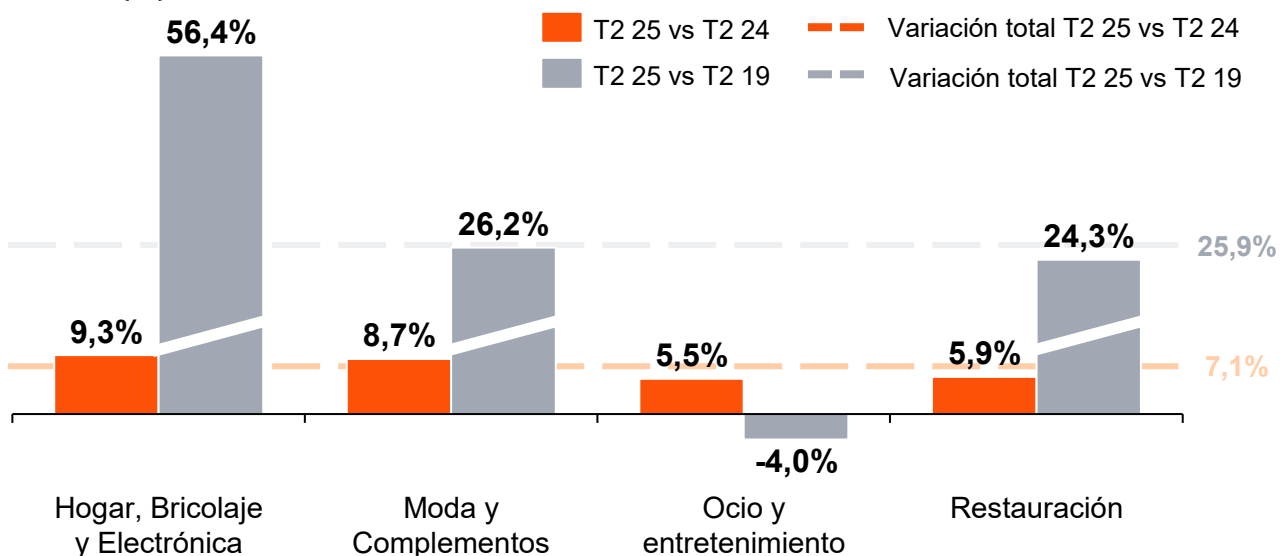
+5,5%



+5,9%

Fuente: APRESCO

Variación acumulada (ene-mar) índice de ventas vs 2024 y 2019 por tipo de actividad (%)



Fuente: APRESCO

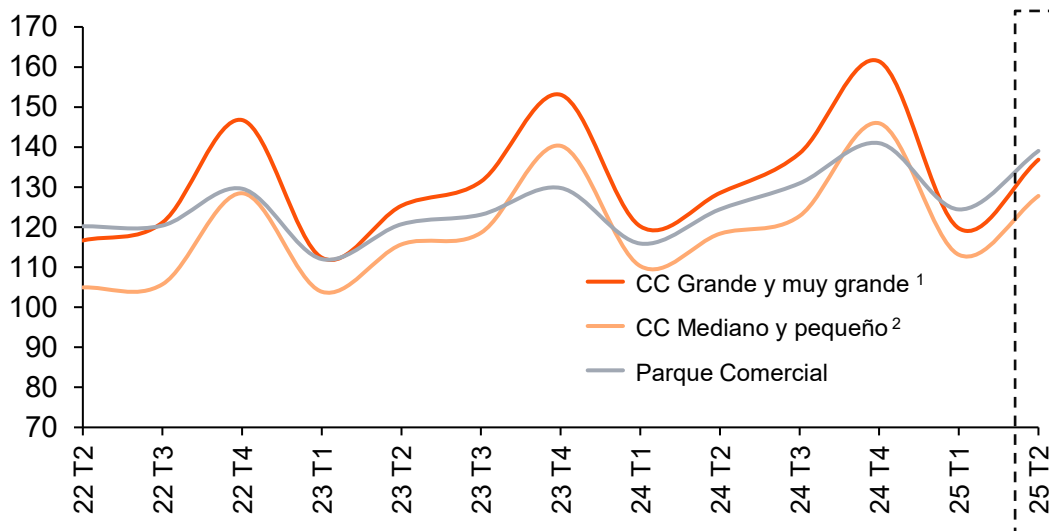
Ventas por tipo de activo

Los parques comerciales siguen siendo por el activo con mayor crecimiento por quinto trimestre consecutivo



Durante el segundo trimestre del año las ventas en los centros comerciales crecieron de forma significativa, aunque con algo de mayor intensidad en el caso de los medianos y pequeños (+8%). Los parques comerciales vuelven a destacar con crecimientos de doble dígito y completan un primer semestre muy positivo.

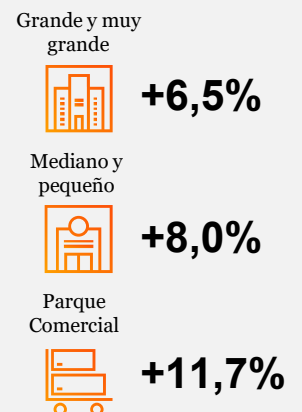
Evolución índice trimestral de ventas por tipo de activo (2018 base 100)



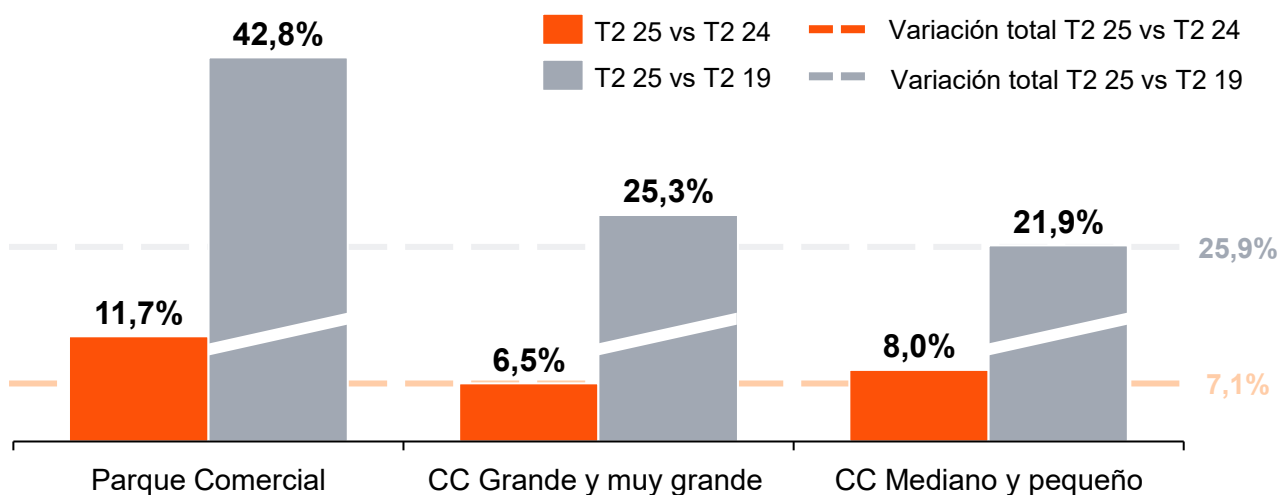
Fuente: APRESCO

1) CC grande y muy grande: Centro comercial con > 40.000 m2 de SBA
2) CC Mediano y pequeño: Centro comercial con < 40.000 m2 SBA

T2 25 vs T2 24



Variación acumulada (ene-mar) índice de ventas vs 2024 y 2019 por tipo de actividad (%)



Fuente: APRESCO

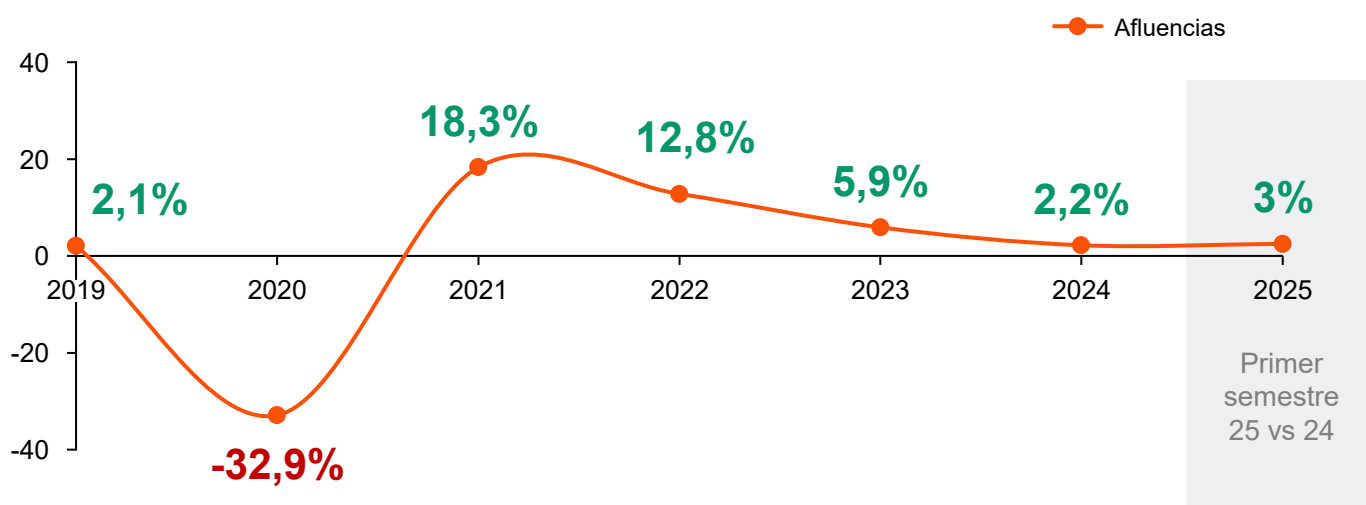
Afluencias totales

La afluencia a los centros sigue creciendo de forma estable y a buen ritmo en lo que va de año, acumulando un crecimiento interanual del 3%, superior al del año 2024 (+2,2%)



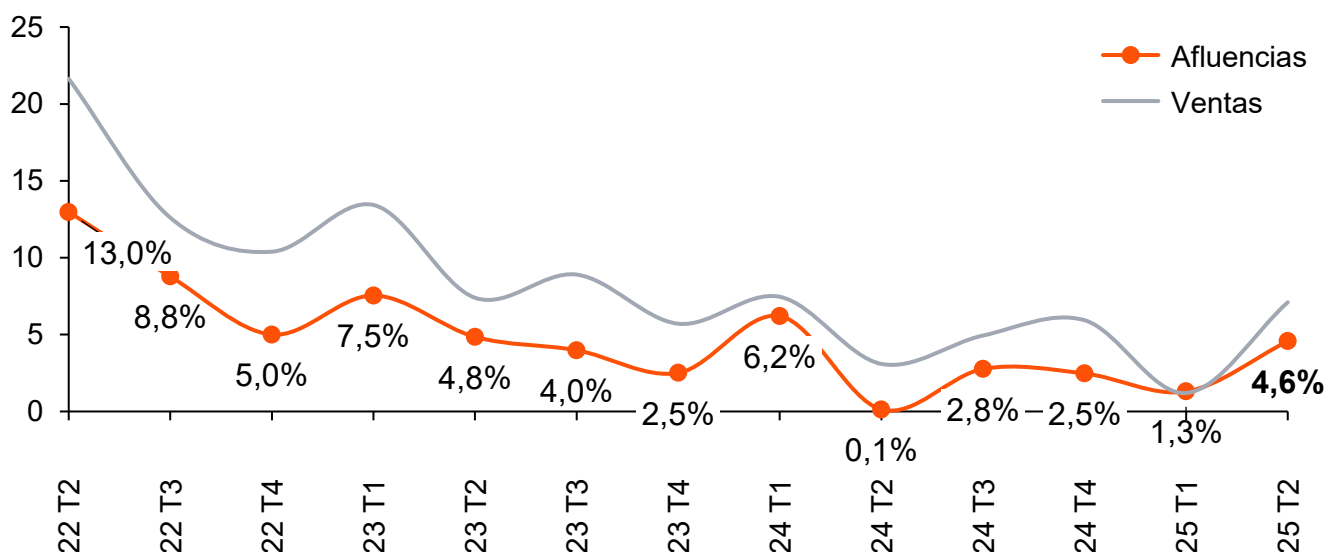
Durante el segundo trimestre se produjo un incremento del número de visitantes del 4,6%, dato muy positivo y superior a los registrados durante el último año. Se observa como las afluencias se sitúan ya prácticamente en los niveles pre-pandemia y como cada vez se acompasa más el ritmo de crecimiento con el de las ventas

Var. índice anual afluencias (%)



Fuente: APRESCO

Variación interanual del índice de afluencias trimestrales (%)*



Fuente: APRESCO

*Se han actualizado algunos datos de la serie histórica

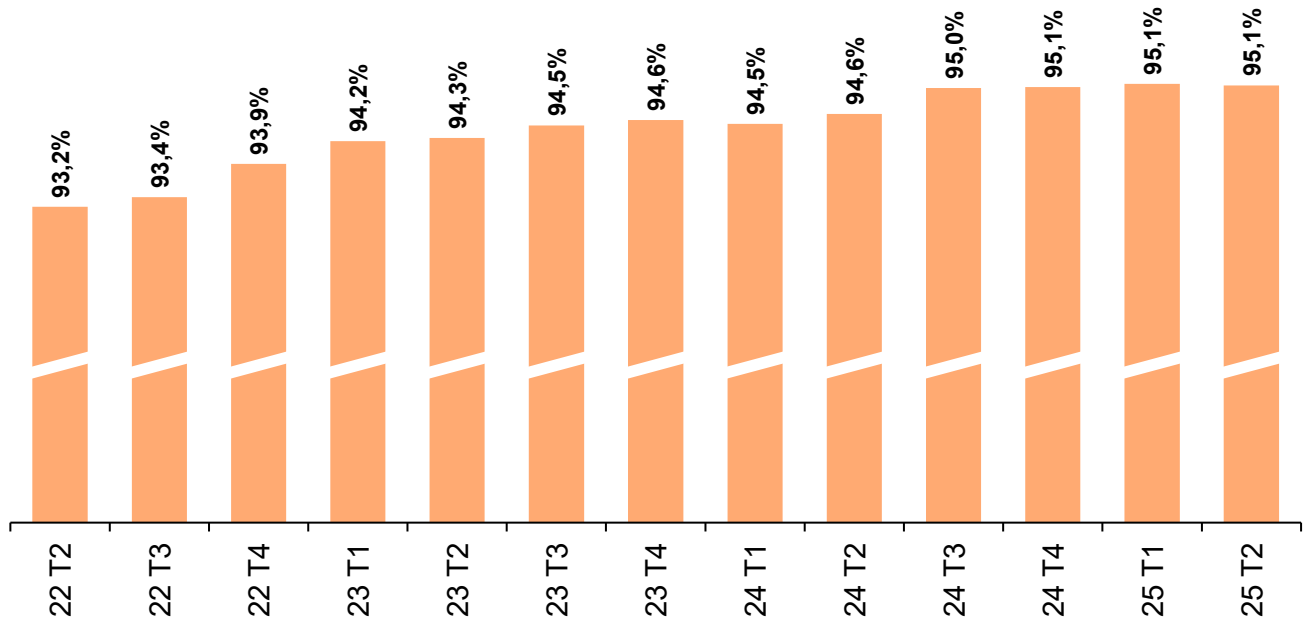
Tasa de ocupación

La ocupación media mantiene se mantiene en niveles muy elevados ligeramente por encima del 95%



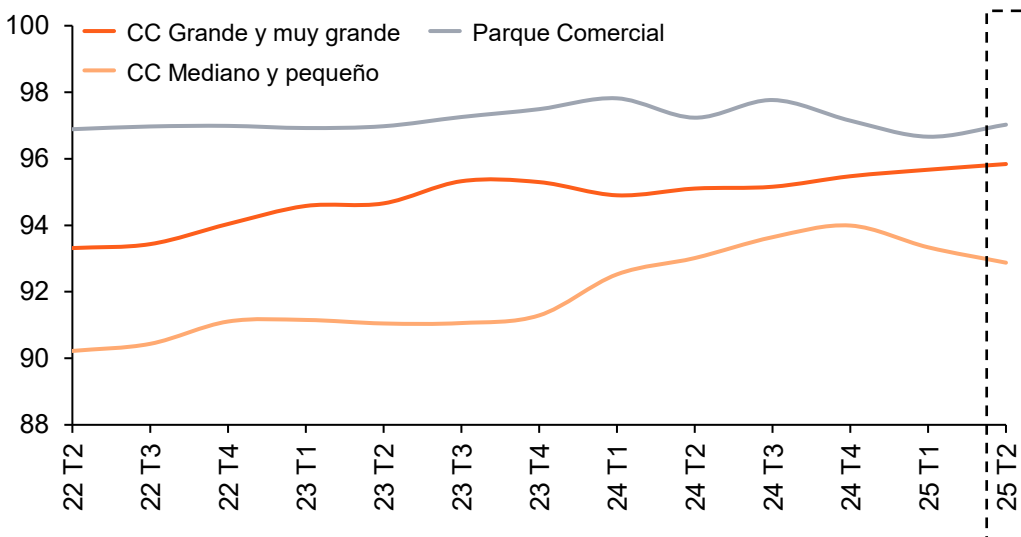
En el segundo trimestre la tasa de ocupación media del sector (95,1%) se mantuvo sin variación respecto al trimestre anterior, aunque aumentó 0,6 puntos sobre el trimestre comparable de 2024. Por tipo de activo, se mantiene la tendencia de los últimos trimestres marcada por el crecimiento del nivel de ocupación de los centros grandes y muy grandes y el descenso del de los centros medianos y pequeños

Tasa de ocupación (SBA ocupado/SBA total) trimestral (%)



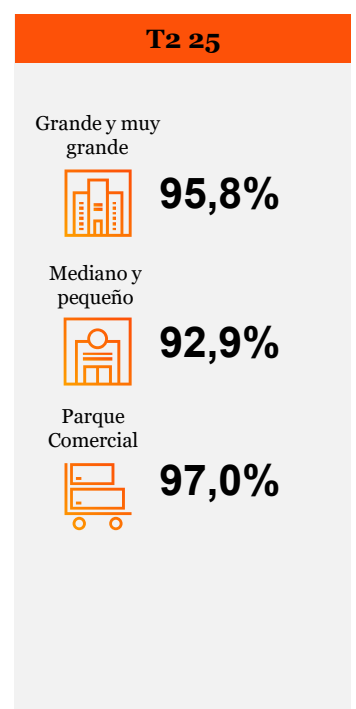
Fuente: APRESCO

Tasa de ocupación (SBA ocupado/SBA total) trimestral por activo (%)



Fuente: APRESCO

Nota 1: CC grande y muy grande: Centro comercial con >40.000 m2 de SBA
Nota 2: CC Mediano y pequeño: Centro comercial con < 40.000 m2 SBA





Zoom Trimestral: Resultados de la Encuesta anual de CEOs

Encuesta anual de CEOs del sector de centros y parques comerciales

Presentamos la primera edición de la Encuesta anual de CEOs del sector de centros y parques comerciales, que nace con el objetivo de conocer la visión de los responsables de las principales empresas del sector sobre la situación actual, las perspectivas y las prioridades de sus compañías.

Esta encuesta nace con vocación de permanencia y para complementar la información cuantitativa sectorial analizada periódicamente por el Observatorio, aportando la visión coyuntural y estratégica de las empresas.

En esta sección se muestran un análisis de los principales resultados de la encuesta realizada a un total de 25 empresas nacionales e internacionales propietarias de centros y parques comerciales en España, durante la segunda quincena de Julio. Dicha encuesta incluye preguntas relacionadas con la situación actual del sector, las perspectivas de negocio, los retos y oportunidades a los que se enfrenta el sector, el mercado de inversión y la aplicación de la Inteligencia Artificial en las empresas.

Muestra de empresas

Cuestionario enviado a **25** de las principales empresas propietarias de centros y parques en España, que cuentan con:



+270

*centros y parques
comerciales*



+7,5

*millones de m² de
SBA*



+13.500

*locales
comerciales*

Situación del sector

Optimismo generalizado: Todos los directivos tienen una percepción positiva sobre la coyuntura del sector y confían en que en el próximo año la situación será igual o mejor

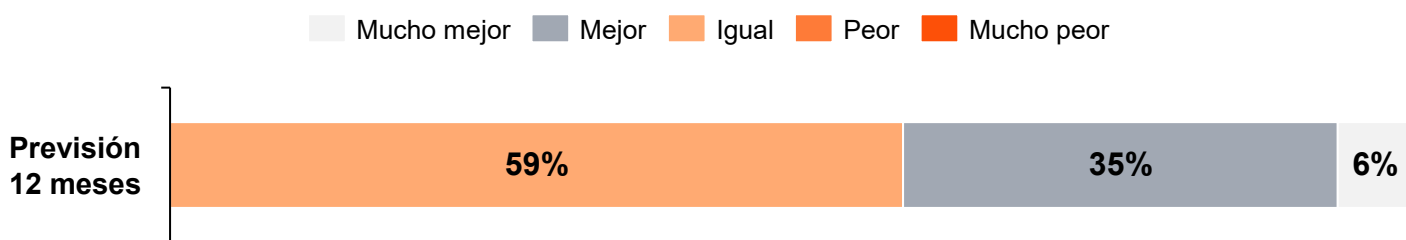


El 71% de los principales directivos de estas compañías percibe de forma excelente la situación actual del sector de centros y parques comerciales en España.

De cara a los próximos 12 meses, las perspectivas también son muy favorables : el 59% prevé que la situación se mantenga estable y el 41% confía en una mejora.

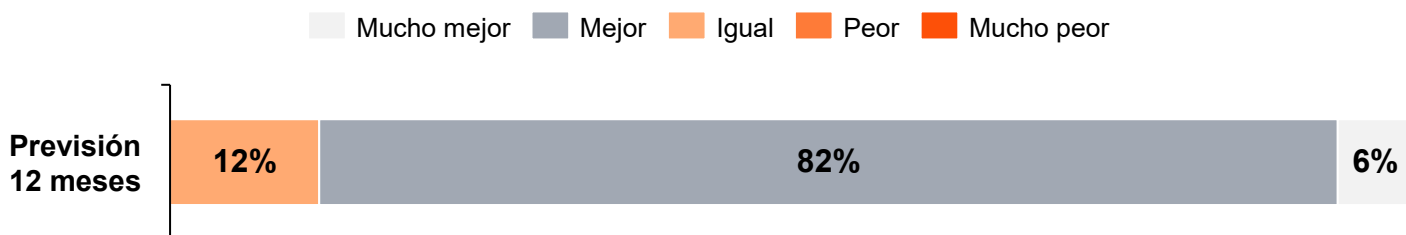
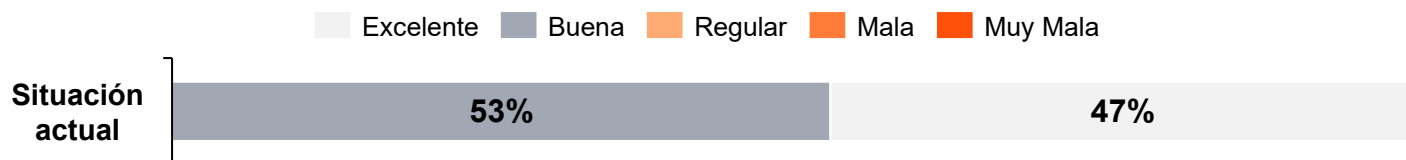
Respecto a la valoración de sus propias empresas, los directivos tienen una valoración muy similar que sobre el sector. **Todos consideran que la situación actual de su compañía es buena o excelente** y el 88% anticipa una evolución positiva para el próximo año.

¿Cómo calificaría la situación actual del sector de centros y parques comerciales en España?



Previsión de evolución del sector en los próximos 12 meses

¿Cómo calificaría la situación actual de su empresa?



Previsión de evolución de su empresa en los próximos 12 meses

Perspectivas de negocio

Las empresas esperan de forma generalizada crecimientos en las ventas del sector y mejoras en los niveles de ocupación de sus centros, aunque solo el 24% espera incrementar su plantilla de empleados

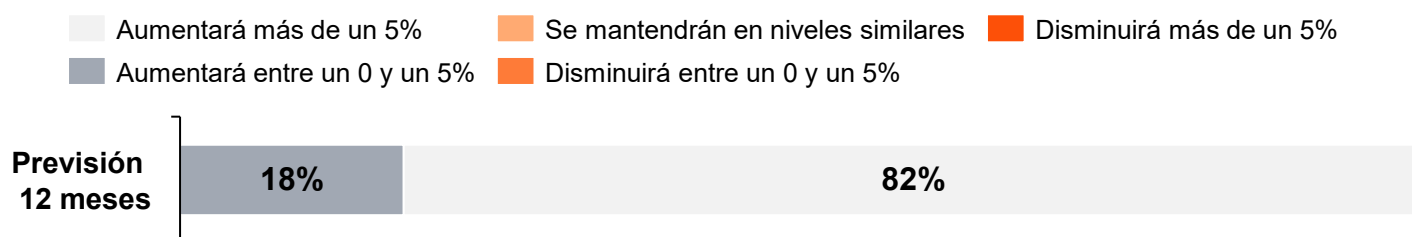


Un amplio porcentaje de directivos anticipa crecimientos significativos de sus ventas: el 82% espera un aumento superior al 5%, mientras que el 18% prevé incrementos mas moderados de entre el 0% y el 5% en los próximos 12 meses

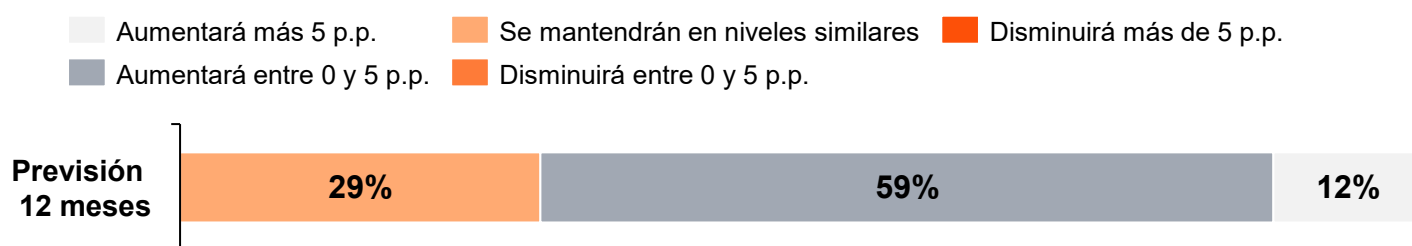
En cuanto a la ocupación, las previsiones son también positivas: Más del 70% de los encuestados estima crecimientos de sus tasas de ocupación y el 29% restante opinan que se mantendrán en los niveles actuales

Respecto al empleo, la tendencia apunta a una mayor estabilidad: el 76% de los CEOs no prevé cambios en la plantilla, mientras que el 24% anticipa un aumento de hasta un 5%.

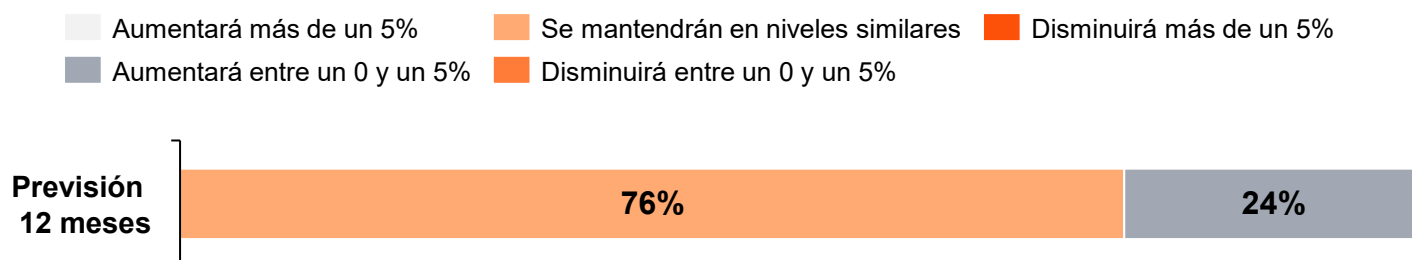
¿Cómo prevé que evolucionen en media las ventas en sus centros en los próximos 12 meses respecto a la situación actual?



¿Cómo prevé que evolucionen en media las tasas de ocupación (SBA ocupado/SBA total) de sus centros en los próximos 12 meses respecto a la situación actual?



¿Cómo prevé que evolucionará su plantilla de empleados durante los próximos 12 meses?



Perspectivas de negocio

La mejora de la sostenibilidad y la digitalización entre las prioridades de inversión de sector para el próximo año

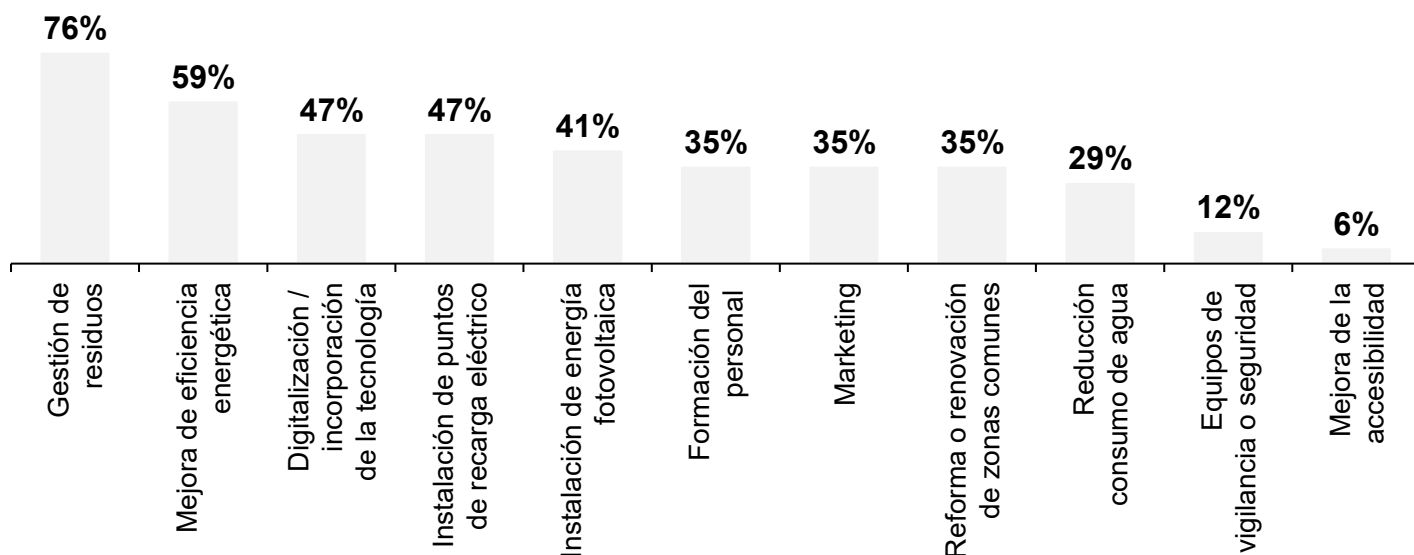


Los aspectos relacionados con la **mejora de la sostenibilidad medioambiental** (residuos, eficiencia energética, energía solar o puntos de recarga) de los activos, algunos de ellos asociados a exigencias regulatorias, **centrarán las inversiones en el corto plazo.**

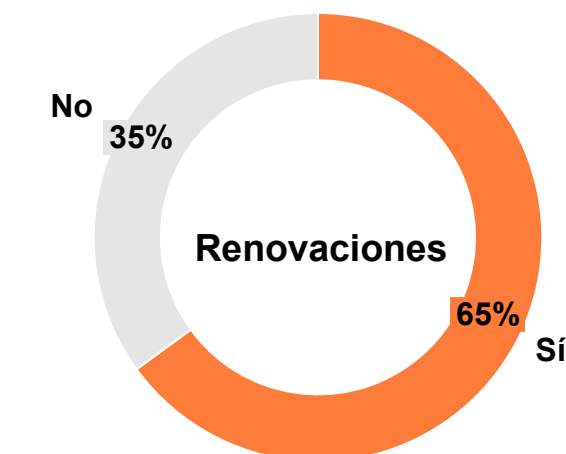
2 de cada 3 empresas manifiestan que **prevén llevar a cabo reformas o renovaciones** de sus activos en el próximo año.

En relación con el **mix comercial** de los centros, más de la mitad de los encuestados no anticipa cambios relevantes. Aquellos que si revisarán su oferta comercial **centran los cambios en incrementar el peso del foodcourt, de los servicios de salud y belleza y de las zonas de ocio y entretenimiento**

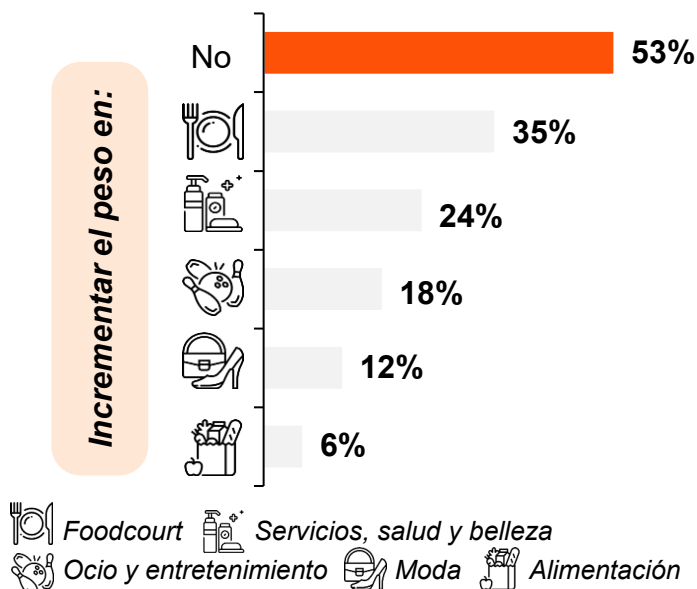
¿En qué áreas tiene previsto invertir principalmente el próximo año? (respuesta múltiple)



¿Tiene previsto abordar la reforma, rehabilitación o renovación integral o relevante de alguno de sus activos durante el próximo año?



¿Tiene previsto afrontar cambios relevantes en el mix comercial de alguno de sus centros durante el próximo año? (respuesta múltiple)



Escenario sectorial

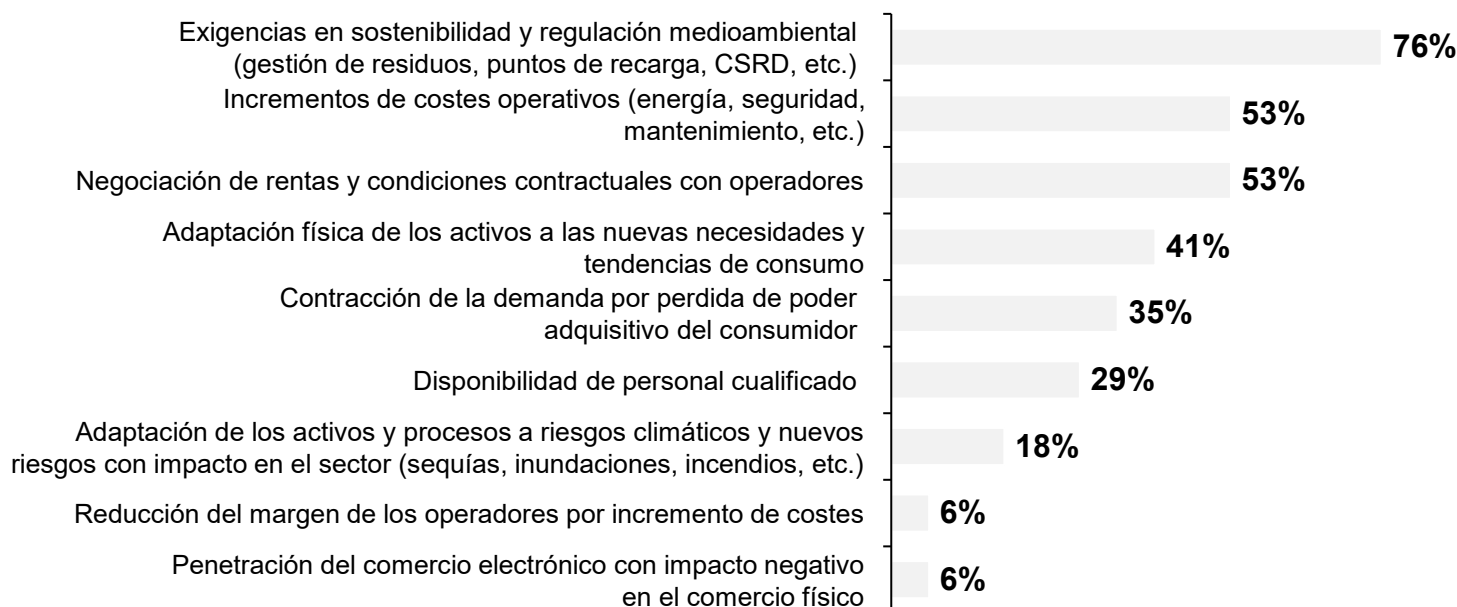
3 de cada 4 empresas ven en la regulación ambiental su mayor reto, mientras el mercado de inversión, la tecnología y los nuevos conceptos comerciales lideran los ámbitos de oportunidades del sector



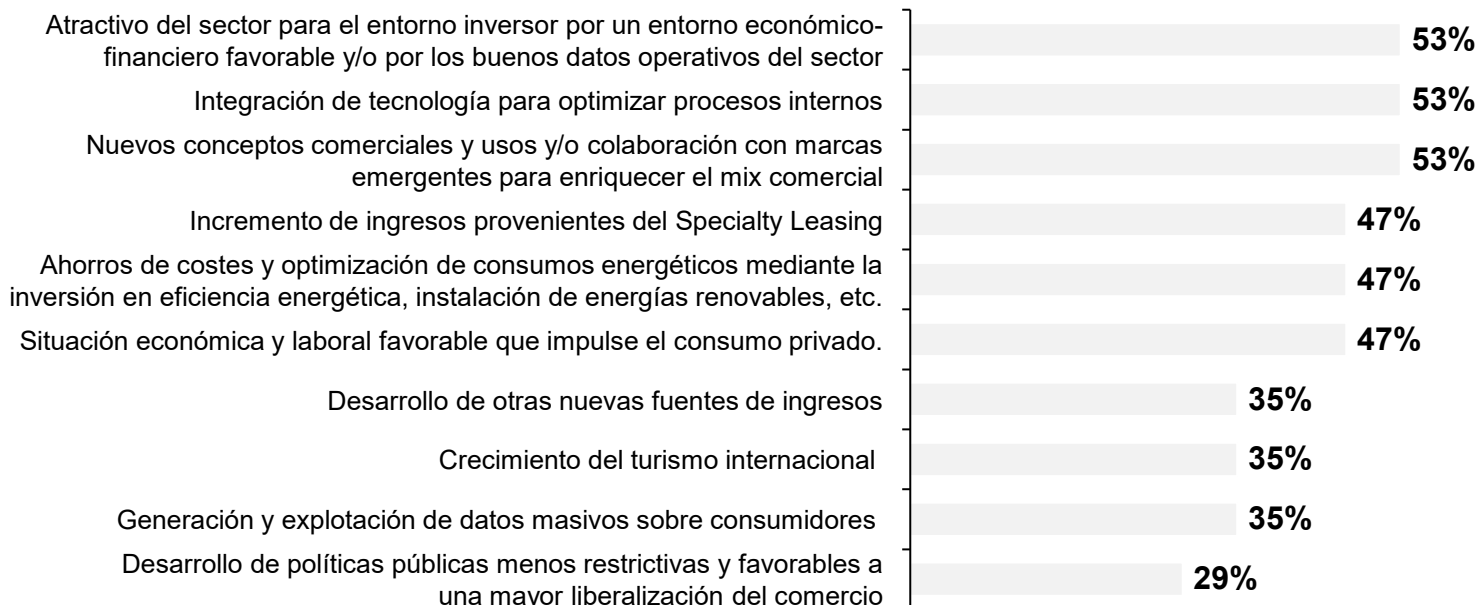
3 de cada 4 empresas consideran como principal reto el **cumplimiento de las cada vez mayores exigencias y regulaciones medioambientales**. El incremento de **costes operativos** y las **negociaciones y relaciones con los operadores** (rentas y contratos) completan el podio de retos para el sector. Cabe destacar que solo el 6% de las empresas consideran una amenaza la penetración del comercio online.

El crecimiento de las oportunidades en el **mercado de inversión**, la integración de la **tecnología** en procesos internos y la innovación en **conceptos comerciales, usos y marcas** emergentes son los 3 ámbitos de oportunidad más relevantes para el sector

¿Cuál cree que serán los principales retos y/o amenazas del sector en los próximos años? (respuesta múltiple)



¿Cuál cree que serán las principales oportunidades del sector en los próximos años? (respuesta múltiple)



Mercado de inversión

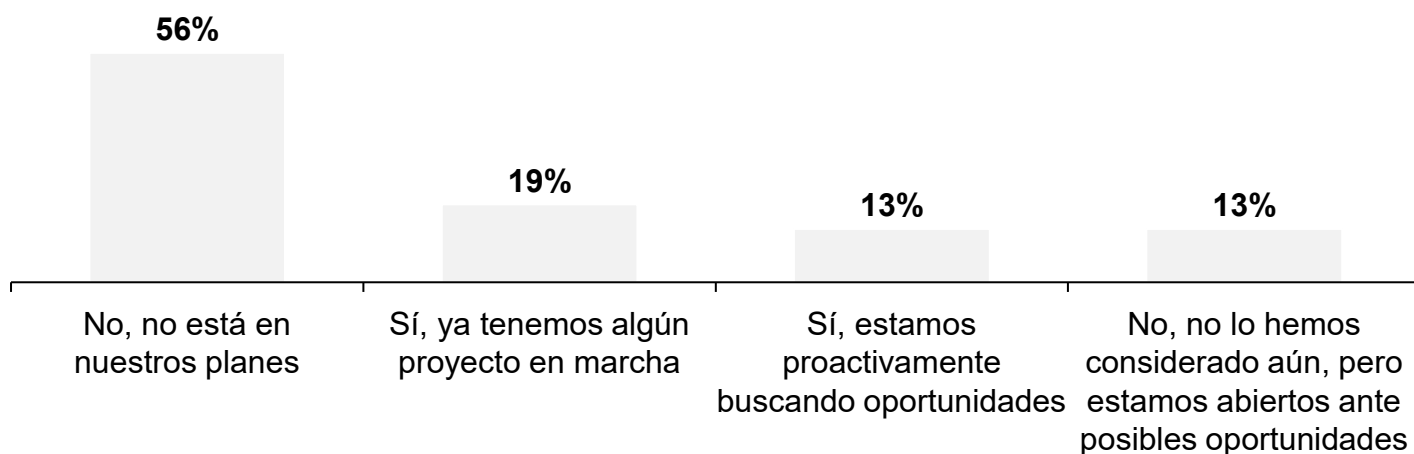
Mientras que el desarrollo de nuevos activos no está en los planes de la mayoría de empresas, prácticamente todas se encuentran abiertas o buscando participar en operaciones de compra-venta de activos



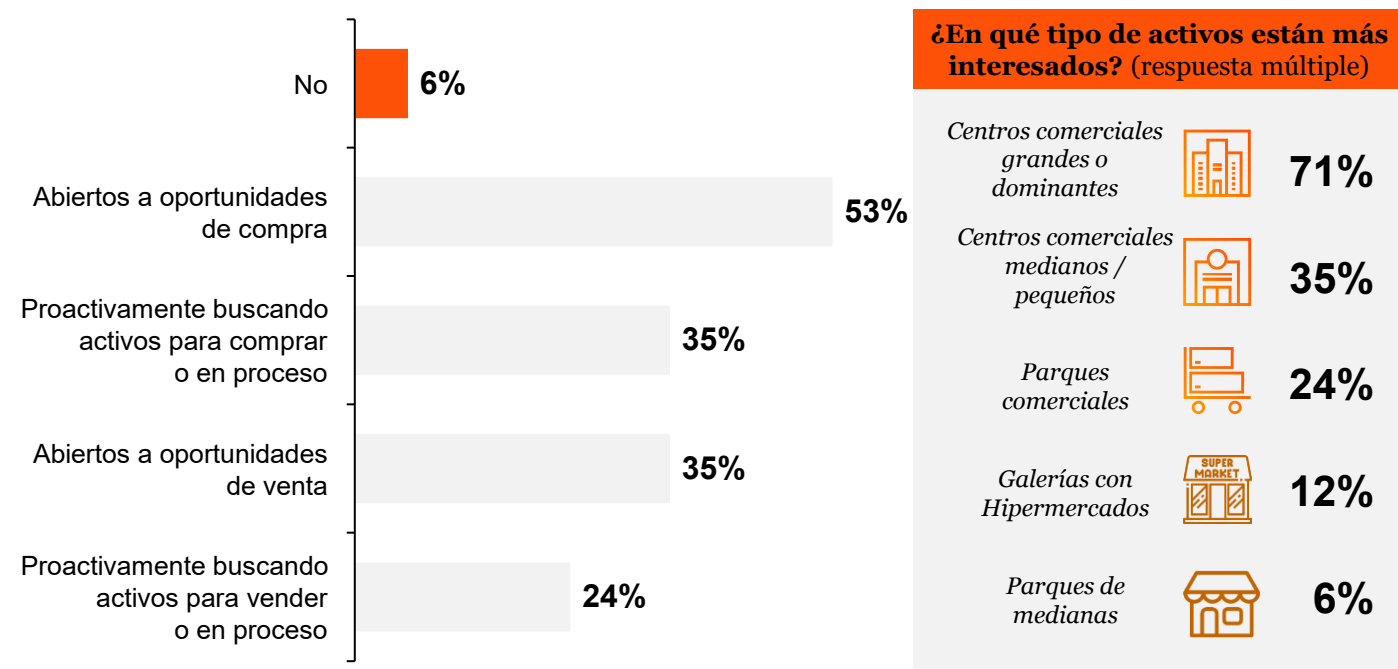
En el ámbito de nuevos desarrollos, la mayoría de las empresas, **un 56%, no contempla el desarrollo de nuevos activos comerciales**, mientras que un 44 % sí muestra interés a través de proyectos en marcha, búsqueda activa u oportunidades abiertas a futuro

En cuanto a la gestión de cartera, **las empresas muestran un gran interés en la compra-venta de activos: el 88% está abierto o muy interesado en oportunidades de compra**, mientras que el 59% lo está en el lado de las ventas.

¿Tiene previsto o se plantea su empresa abordar el desarrollo o construcción de algún nuevo activo comercial en los próximos años?



¿Tiene previsto o se plantea realizar cambios en su cartera de centros en el próximo año? (respuesta múltiple)



Mercado de inversión

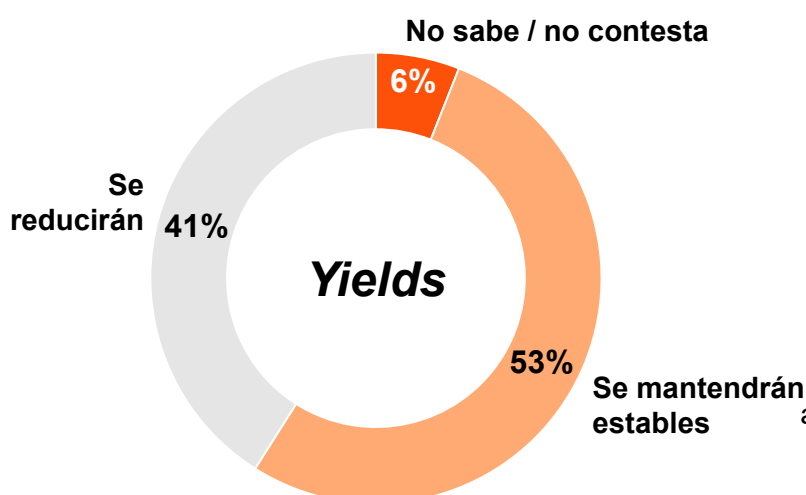
El sector anticipa estabilidad o reducción de las *yields* de activos comerciales en España y consideran, en su mayoría, que el acceso a la financiación ha mejorado



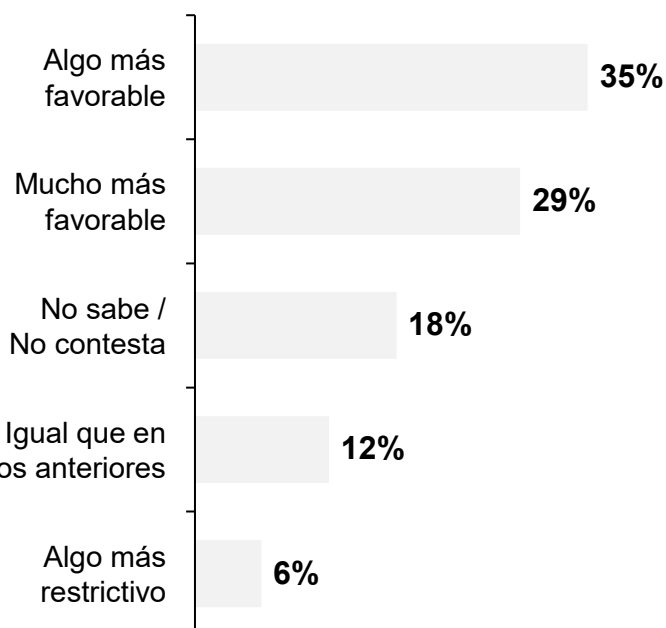
Existe unanimidad en el sector en que las *yields* han tocado techo y no se incrementarán en los próximos años, con un 41% de los encuestados que consideran que incluso se reducirán.

Respecto al acceso a la financiación, un 64% de las empresas perciben un acceso a la financiación más favorable que en años anteriores. Solo un 6% de los encuestados considera que actualmente este acceso es más restrictivo.

¿Cómo espera que evolucionen las *yields* de los activos en España en los próximos años respecto a los niveles actuales?



¿Cómo valoran el acceso a la financiación en el contexto actual respecto a años anteriores?



Inteligencia artificial

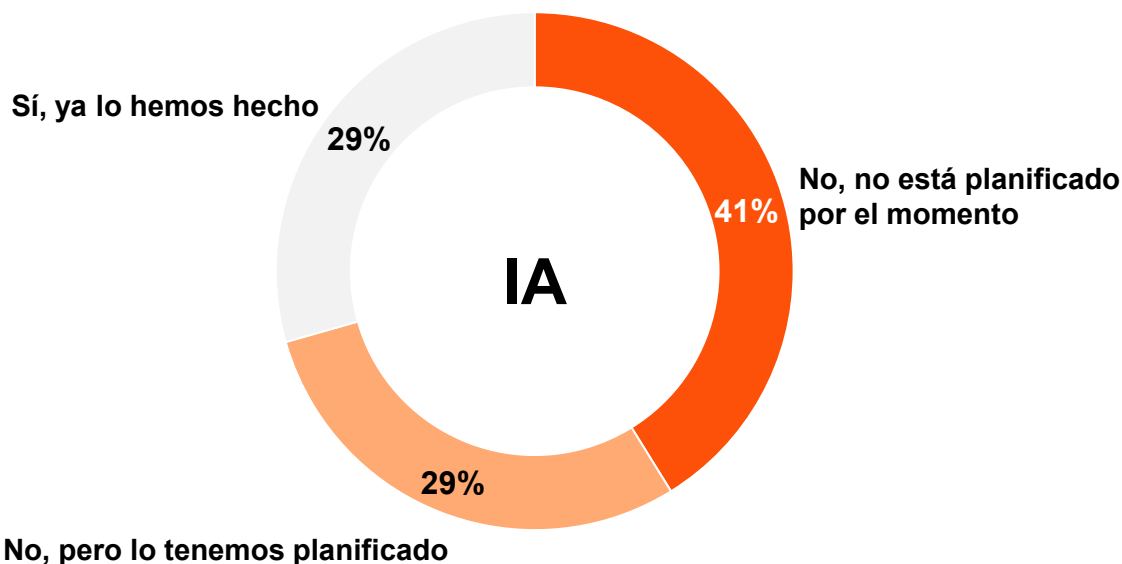
La adopción de la inteligencia artificial aún se encuentra en una fase incipiente en el sector



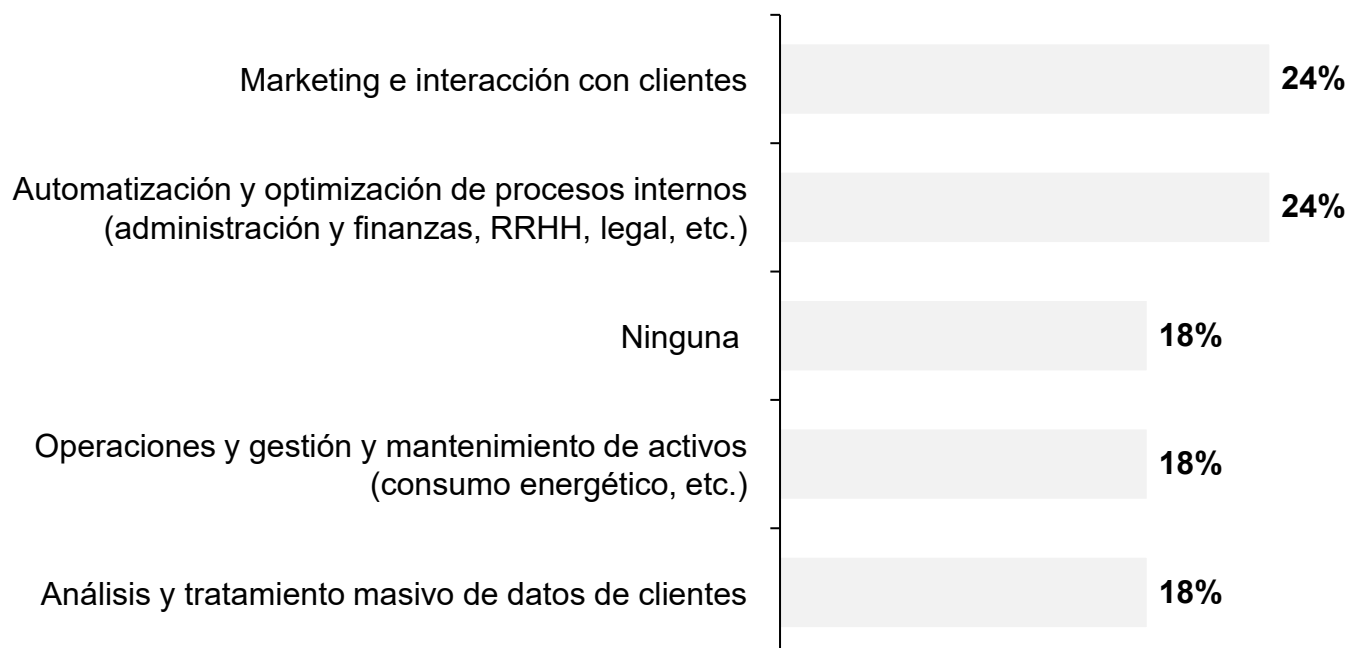
Solo un 29% de las empresas revelan haber incorporado ya el uso de la IA generativa en alguna parte de su negocio, mientras que el 41% admiten que ni siquiera lo tienen planificado por el momento.

Según los encuestados el **mayor potencial de aplicación se concentra en las áreas de marketing y relación con clientes (24%) y en la automatización y optimización de procesos internos (24%)**. El 18% no ven potencial actualmente en ninguna de las áreas de su compañía.

¿Ha incorporado la Inteligencia Artificial Generativa en alguna parte de su negocio?



¿En qué área encuentra más potencial para la aplicación de la IA? (respuesta múltiple)



04



Anexo: Metodología del Índice PwC - APRESCO



Definición de Índices

Índices ventas	Índices medios agregados del sector calculados a partir de las ratios de ventas / SBA que genera ventas (€/m ²) trimestrales y anuales. No se incluyen las ventas de los supermercados e hipermercados ubicados en los centros y parques comerciales.
Índices afluencias	Índices medios agregados del sector calculados a partir de las ratios de visitas / SBA total (nº visitas/m ²) trimestrales y anuales.
Tasa de ocupación	Mide el porcentaje de los m ² de SBA que se encuentran ocupados en cada trimestre y año. Se calcula como el SBA ocupado / SBA total.



Glosario de la clasificación por tipo de actividad

Moda y Complementos	Tiendas de moda, deportes, joyería, calzado, etc.
Ocio y entretenimiento	Cines, centros de ocio (parque de bolas, escalada, etc.), gimnasio, boleras, etc.
Restauración	Locales de restauración y hostelería.
Hogar, Bricolaje y Electrónica	Tiendas de decoración, mobiliario, electrónica, bricolaje, etc.



Glosario de la clasificación por tipo de activo

Centro Comercial Grande y muy grande	Centro Comercial de 40.000 m ² de SBA total o más.
Centro Comercial Mediano y pequeño	Centro Comercial desde 5.000 m ² hasta 39.999 m ² de SBA total.
Parque Comercial	Parque de Actividades Comerciales, que tengan un espacio común urbanizado, realicen actividades comerciales al por menor, y estén formados, principalmente, por medianas y grandes superficies.



El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 149 países con más de 370.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es

© 2025 Todos los derechos reservados. PwC se refiere a la firma miembro española y, en ocasiones, puede referirse a la red de PwC. Cada firma miembro es una entidad legal separada e independiente. Consulta www.pwc.com/structure para obtener más detalles.