

Organiza:



Madrid, miércoles 3 de octubre de 2007

- Por qué invierten en Parques Comerciales:
 - ✓ un consultor ✓ un promotor
 - ✓ un operador ✓ un banco
- ¿Qué **ubicaciones** están buscando los **operadores** en parques comerciales?
- Un nuevo híbrido entre Centros y Parques Comerciales: Los **"Family Village"**
- El Concepto **"Megapark"** y el proyecto Baracaldo
- De compras junto al Green: **"El Golf" en Talavera.**
- El Parque Comercial **Rivas Futura** en un Parque Multifuncional
- Aspectos jurídicos que hay que resolver en el desarrollo de parques comerciales:
 - **Licencias, urbanismo y contratos**

AGUIRRE NEWMAN – PEREZ-LLORCA – SCCE – BRITISH LAND
LEROY MERLIN – AAREAL BANK – URENDE – VIVARTE MODA
DECATHLON – BAUHAUS – ALTAREA ESPAÑA – ARCONA –
GRUPO AVANTIS – FREY INVEST

Colaboran:



Parques Comerciales y de Medianas Superficies



¿Sabía qué...?

AGUIRRE
NEWMAN

PEREZ-LLORCA

SCCE

BRITISH LAND

LEROY
MERLIN

AAREAL
BANK

URENDE

VIVARTE
MODA

DECATHLON

BAUHAUS

ALTAREA
ESPAÑA

ARCONA

GRUPO
AVANTIS

FREY INVEST

- ✓ Las transacciones en el sector de retail, que alcanzaron un valor de **2.900 millones de euros en 2006**, un 46% más respecto al año anterior, están demostrando un cambio de tendencia:

Los Parques Comerciales están ganando peso frente a los tradicionales Centros Comerciales

- ✓ De hecho, los **parques comerciales con un 59%** y los **parques de medianas con un 55%** están experimentando en los últimos tres años un crecimiento espectacular en la absorción de SBA. Expertos del sector aseguran que las principales oportunidades empiezan surgir en zonas de segundo orden de concentración poblacional y ciudades secundarias.
- ✓ Por otra parte, la demanda de **medianas superficies** continúa fuerte por parte de los promotores, inversores y operadores que están en un proceso de expansión para ganar cuota de mercado
- ✓ Respecto a las **inversiones**, también se observa un cambio de tendencia, ya que la entrada de actores extranjeros ha hecho que se adelante su participación hasta el punto de co-promocionar frente a la inversión sobre un proyecto acabado o ya en marcha.

Por todo ello, Intereconomía Conferencias le ofrece la oportunidad de participar en la primera Conferencia sobre **Parques Comerciales y de Medianas Superficies**, que tendrá lugar en Madrid el próximo 3 de octubre. Un encuentro pionero en el que podrá intercambiar información con otros profesionales del sector.

Confianto en poder saludarle personalmente con motivo de este acto, reciba mi más atento y cordial saludo



Elena Mora Calderón
Directora
Intereconomía Conferencias

Las medianas superficies, un atractivo para inversores

Las perspectivas para 2007 auguran que el sector de los centros comerciales seguirá siendo un valor sólido y seguro.

El Mundo, SU VIVIENDA 5 de enero de 2007

Los parques de medianas toman el relevo del inversor

Las medianas superficies han totalizado el 22% de la inversión en el sector de los centros comerciales en España. Este producto se configura como una alternativa en las carteras de los fondos por la rentabilidad que ofrecen.

Expansión, Jueves 7 de Diciembre de 2006



9.00 h Recepción de asistentes

9.15 h Bienvenida a cargo del presidente y Moderador de la jornada

D. Alberto Rodríguez

Director de Centros Comerciales

AGUIRRE NEWMAN

9.20 h El sector en cifras: Los parques comerciales y de medianas como evolución y complemento de los centros comerciales

- Cuáles son los principales datos del sector de los centros comerciales y por qué aparecen los parques de medianas: cifras, proyectos en curso, perspectivas...
- Por qué está creciendo la inversión en parques comerciales y de medianas: perfil del inversor
- Principales dificultades para el desarrollo de parques comerciales:
 - Licencias comerciales
 - Gestión Urbanística
 - Diferencias en comercialización respecto a Centros Comerciales: locomotoras, usos y actividades. Por qué no se incluye la moda en este tipo de proyectos
- Cómo ha evolucionado este mercado en otros países: dónde nos encontramos respecto a otros países europeos

D. Alberto Rodríguez

Director de Centros Comerciales

AGUIRRE NEWMAN

10.00 h Coloquio y preguntas

10.15 h Marco jurídico y administrativo para el desarrollo de parques de medianas: Principales barreras y cómo superarlas

✓ Licencias Comerciales

El elevado coste del suelo y las restricciones en la concesión de licencias son las principales trabas para el desarrollo de los parques comerciales.

- Licencias Comerciales según superficie comercial: a partir de qué metros hay que pedir licencia en las diferentes CCAA
- Cuándo tienen que pedir licencias los operadores: qué operadores tienen más dificultad
- Cómo relacionar las licencias de los operadores y las de los promotores
- ✓ Ordenación urbanística del territorio: impacto de la nueva Ley del Suelo
- Entidades urbanísticas de conservación y su regulación
- ✓ Relaciones contractuales de alquiler y compra-venta

- Desarrollo y promoción de un parque de comercial o de medianas.
- Configuración jurídica.
- Propiedad horizontal tumbada.
- Particularidades de los contratos de arrendamientos

D. Vicente Estebanz Parra

Director del Área de Urbanismo

PÉREZ-LLORCA

D^a. Paz Olazabal Zamora

Abogado Asociado del Departamento Inmobiliario y Urbanismo

PÉREZ-LLORCA

10.45 h Coloquio y preguntas

11.00 h Café

11.30 h Mesa Redonda:

La oportunidad de negocio de los parques comerciales: por qué es interesante invertir para:

- Un consultor
- Un promotor
- Un operador/promotor
- Un banco

- Qué oportunidades están encontrando en la promoción de parques comerciales
- Qué rentabilidades ofrece este producto frente a otras alternativas de inversión
- Cuales son las Tasas de Capitalización
- Sinergias y puntos de conflicto en la convivencia de centros comerciales y parques de medianas

D. Juan Antonio Pérez

Director de Explotación

SCCE

D. Alfonso Cuesta

European Asset Management

BRITISH LAND

D. José Luis Azañón

Director de Desarrollo

LEROY MERLIN

D. Rüdiger Staab

Director General

AAREAL BANK AG

12.45 h Coloquio y preguntas



13.00 h Mesa Redonda:
Posicionamiento de los operadores respecto al desarrollo de parques comerciales

- Qué tipo de ubicaciones están buscando los diferentes operadores
- A qué poblaciones se dirigen
- Qué planes de expansión tienen previsto
- Cuándo optar por parques de medianas y cuándo por un centro comercial
- Propiedad vs. Alquiler: cuándo y por qué optar por cada uno

D. Ricardo Entrenas
Director de Expansión
URENDE

D. Vidal Arrastio
Director Expansión
VIVARTE MODA

D. Javier Alcaide
Director de Expansión Andalucía
DECATHLON

D. Ramón Núñez
Director de Expansión
BAUHAUS

14.15 h Coloquio y preguntas

14.30 h Almuerzo

PANEL DE CASOS PRÁCTICOS

16.15 h **Los "Family Village" un nuevo híbrido entre Centros Comerciales y Parques de Medianas**

Altea España va a desarrollar por primera vez en nuestro país el concepto de Family Village. Aunque está a la espera de recibir la licencia comercial, su inauguración está prevista para la primavera de 2009. Reunirá una oferta de productos diversos con 10 medianas superficies, será de fácil acceso y tendrá 600 aparcamientos propios. Aunque el proyecto es pionero en España, a lo largo de la ponencia conoceremos el resultado que este formato está teniendo en Francia donde ya han inaugurado dos proyectos.

- Principales características de los Family Villages: elementos diferenciadores de otros productos comerciales
- Cómo está funcionando este concepto en otros países: resultados en el mercado francés
- Descripción del Family Village de Salamanca
- Cómo se desarrolla la estrategia de marketing a través de

alianzas y acuerdos con los agentes locales: ayuntamientos y comerciantes

D. Christophe Mouton
Consejero Delegado
ALTAREA ESPAÑA

17.00 h Coloquio y preguntas

17.15 h **El concepto "Megapark" y el proyecto de Baracaldo**

El concepto Megapark pretende ser un entorno atractivo no solo para los consumidores sino también para los comerciantes, donde se pueda acceder a todas las áreas sin dificultad. Suelen ubicarse cerca de los grandes núcleos urbanos y en las inmediaciones de las autopistas para facilitar su acceso y visibilidad. Sitúan una gran cantidad de aparcamientos próximos a tiendas y tienen amplios viales para evitar atascos.

Ficha Técnica Megapark Baracaldo

Área Bruta:	440.000 M2
Área Comercial:	137.00 M2
Aparcamientos:	7.000
Viviendas:	350
Año de Apertura:	2004

MegaPark Baracaldo es con sus 137.000 m2 de superficie comercial es actualmente el parque comercial más grande del norte de España. Ubicado a 10 minutos del centro de Bilbao, este parque se ha convertido en todo un referente comercial, y posee un área de influencia de al menos 2 millones de personas de todas las provincias de la cornisa cantábrica. Desde la inauguración de la primera fase en 2004, el parque ha ido creciendo en operadores y visitantes alcanzando la una cifra estimada de 15 millones de visitantes durante el 2006. Se estima que cuando este a pleno rendimiento esta cifra pueda superar los 20 millones de visitantes anuales

Uno de los grandes atractivos del MegaPark es la combinación en una misma ubicación de un gran número de tiendas de múltiples formatos y actividades

- Grandes Locomotoras - localizados en las tres entradas principales del parque
- Medianas superficies - 1.5002 y 5.000m2 ubicados todos juntos en una gran avenida
- Restauración y Ocio - 22 restaurantes y bares, un cine de 11 salas un gimnasio y una guardería
- Park Avenue - Zona donde abrirá en breve el único Factory Outlet del Norte de España
- Zonas verdes y Deportivas

- Particularidades del proyecto Megapark en Baracaldo
- Fases de su desarrollo
- Relación con los operadores
- Relación con las autoridades locales para mejorar las condiciones físicas y ambientales del proyecto

D. David Trillo
Director General
ARCONA IBERICA



17.45 h Coloquio y preguntas

18.00 h **Parque Multifuncional con Centro Comercial: sinergias y puntos críticos de la convivencia**

El Grupo Avantis ha invertido 140 millones de euros en la promoción de H2Ocio, un centro comercial ubicado en el Parque Comercial de Medianas Rivas Futura que el grupo inauguró hace algo más de un año en el municipio madrileño de Rivas. El parque cuenta con unos 55.000 m2 de SBA y operadores de la talla de Mediamarkt, Decathlon, Leroy Merlin y el Centro de Oportunidades de el Corte Inglés. Ambos proyectos sumarán 100.000m2 de SBA. El parque multifuncional Rivas Futura albergará además

- un parque industrial
- despachos profesionales
- un hotel y apartotel
- un parque empresarial
- y el parque de medianas

- Principales características que definen el Parque Comercial de Medianas en Rivas Futura
- Cómo se combinan los diferentes elementos inmobiliarios
- Sinergias y puntos de conflicto entre los diferentes componentes comerciales: medianas y centro comercial
- Criterios y elementos que han definido la ordenación del territorio

Dña. Beatriz España

Directora de Terciario

GRUPO AVANTIS

18.30 h Coloquio y preguntas

18.45 h **Parque Comercial "EL GOLF" en Talavera**

El Parque Comercial ha sido promovido por Frey Invest, promotor internacional con amplia experiencia en Parques y Centros Comerciales junto al Campo de Golf Palomarejos, conformando un nuevo desarrollo comercial y de ocio de primera magnitud en un área de nuevos desarrollos residenciales. El Parque está incluido en una superficie de aprovechamiento comercial superior a 80.000 metros cuadrados. La inversión en la promoción del Parque Comercial asciende a 30 millones de euros

Ficha Técnica El Golf
 Sba: 21.600 M2
 Área Comercial: 137.00 M2
 Zona De Influencia: 220.000 Habitantes
 Parking: 1260 Plazas
 Inauguración: Junio De 2007

- Particularidades de la gestión urbanística: Cómo se ha planteado la operación de cara a la permuta de suelo
- Qué figura de promoción se ha utilizado para el desarrollo del proyecto
- Características del proceso de comercialización por la reducción de la zona de influencia: evolución del

- mapa comercial
- Inversión realizada y rentabilidades previstas

Dña. Ana Panosa
Directora de Desarrollo
FREY INVEST

19.15 h Coloquio y preguntas

19.30 h Fin de la Conferencia

Colaboran:



Parques Comerciales y de Medianas Superficies

Madrid, miércoles 3 de octubre de 2007

Información e inscripciones:

Intereconomía Conferencias
Pº de la Castellana, 36-38. 9ª pl.
28046 Madrid.
Tlf. 902 100 091 Fax 902 550 351
www.intereconomiaconferencias.com

Lugar de celebración:

Hotel InterContinental Madrid.
Paseo de La Castellana, 49.
28046 Madrid

Precio por inscripción: 1.160 € + 16% IVA.

¡Obtenga 160 € de descuento si se inscribe antes del 7 de Septiembre!

Para confirmar cumplimente la ficha y envíe este boletín, junto con el justificante de pago al fax 902 550 351. Es imprescindible haber realizado el pago para la entrada a la conferencia.

Ficha de inscripción

Apellidos.....

Nombre.....

Tel.....Fax.....

E-mail.....

Empresa.....Sector.....

Dpto.....Cargo.....

CIF.....Web.....

Dirección.....

Población.....CP.....

Firma:

Ref: 718LIVE IN SPAIN

Forma de pago:

Transferencia bancaria a: Intereconomía Corporación, S.A. a la cuenta nº: 2100 4380 23 0200104795. Imprescindible incluir como concepto "PARQUES COMERCIALES"

Cheque bancario, a nombre de Intereconomía Corporación S.A. (Departamento de Formación). Pº de la Castellana, 36-38. 9ªpl. 28046 Madrid.

Cancelaciones:

- Para cancelar su asistencia envíenos un fax al menos 24h. antes de la Conferencia. En este caso será retenido un 10% en concepto de gastos de administración.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24 h., no será reembolsado el importe de la conferencia.

Sus datos personales serán incluidos en un fichero titularidad de Intereconomía Corporación S.A. (paseo de la Castellana 36-38, 9ª Pl. 28046 Madrid) con el fin de ser utilizados para promociones publicitarias y prospección comercial del Grupo Intereconomía. Puede ejercitar su derecho de acceso, rectificación, oposición y cancelación mediante notificación escrita, según L.O. 15/1999, remitida al Grupo Intereconomía a la dirección indicada. La política de protección de datos personales se encuentra a su disposición llamando al 91 510 91 00.