

# OBSERVATORIO APRESCO

## DEL SECTOR DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES EN ESPAÑA

NÚMERO 19  
NOVIEMBRE 2025  
Datos de septiembre 25

## Sobre APRESCO

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.



## Observatorio APRESCO

El Observatorio APRESCO, elaborado por APRESCO y PwC, permite conocer mes a mes la evolución de las principales magnitudes del sector de centros y parques comerciales en España.

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**.

### Ficha técnica

- 18 empresas participantes
- Más de 200 centros y parques distribuidos por todo el territorio nacional
- Más de 5 millones de m<sup>2</sup> de SBA
- Datos mensuales medios sobre ventas, afluencias y tasas de ocupación, desagregados por categorías
- Fuente de datos: empresas asociadas a APRESCO

## PRINCIPALES RESULTADOS



### VENTAS TOTALES

sep 25

Var. acumulada  
2025**+3,6%**

vs sep 24

**+4,2%**vs ene-sep  
2024

En septiembre se mantuvo prácticamente el mismo ritmo de crecimiento del mes de agosto (+3,8% interanual). La variación acumulada en lo que va de año se mantiene ligeramente por encima del 4%.



### AFLUENCIAS TOTALES

sep 25

Var. acumulada  
2025**+1,2%**

vs sep 24

**+2,6%**vs ene-sep  
2024

Tras el fin de la temporada de rebajas, las visitas a los centros cayeron respecto al mes de agosto, aunque se incrementaron levemente respecto al mes de septiembre de 2024 (+1,2%). El crecimiento acumulado anual se sitúa en el 2,6%.

### % TASAS OCUPACIÓN

sep 25

**95,8%****+1 p.p.\* vs  
sep 24**

La ocupación media del sector sigue ofreciendo datos muy positivos, situándose en septiembre en el 95,8%, 1 punto por encima de los datos de septiembre de 2024.

\*p.p.: Puntos porcentuales



## VENTAS

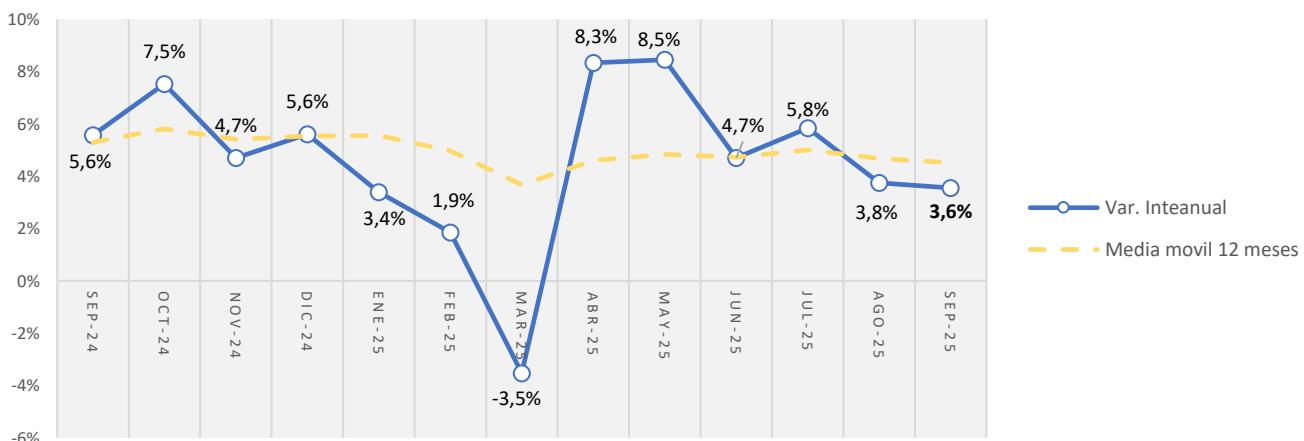
### VENTAS TOTALES

**El Ocio y Entretenimiento destacó en septiembre (+12,4%),** una vez más impulsado por el empuje del cine con algunos estrenos con tirón de taquilla. Los establecimientos de **Hogar y Electrónica** mantienen su fortaleza y crecen un 9%. La **Restauración** mantiene su tendencia de crecimiento más moderado (+0,5%)

Variación índice ventas anuales

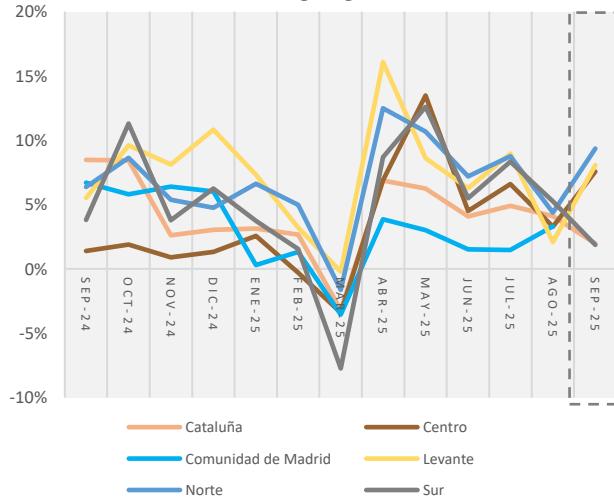


Variación interanual del índice de ventas mensuales

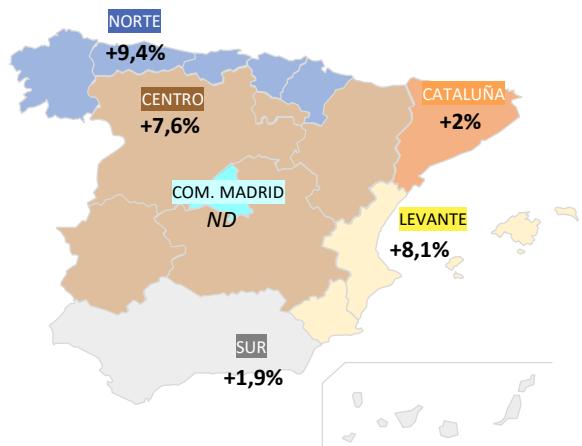


### VENTAS POR ZONA GEOGRÁFICA

Variación interanual índice ventas mensuales por zona geográfica



Variación interanual índice ventas sep25 por zona geográfica

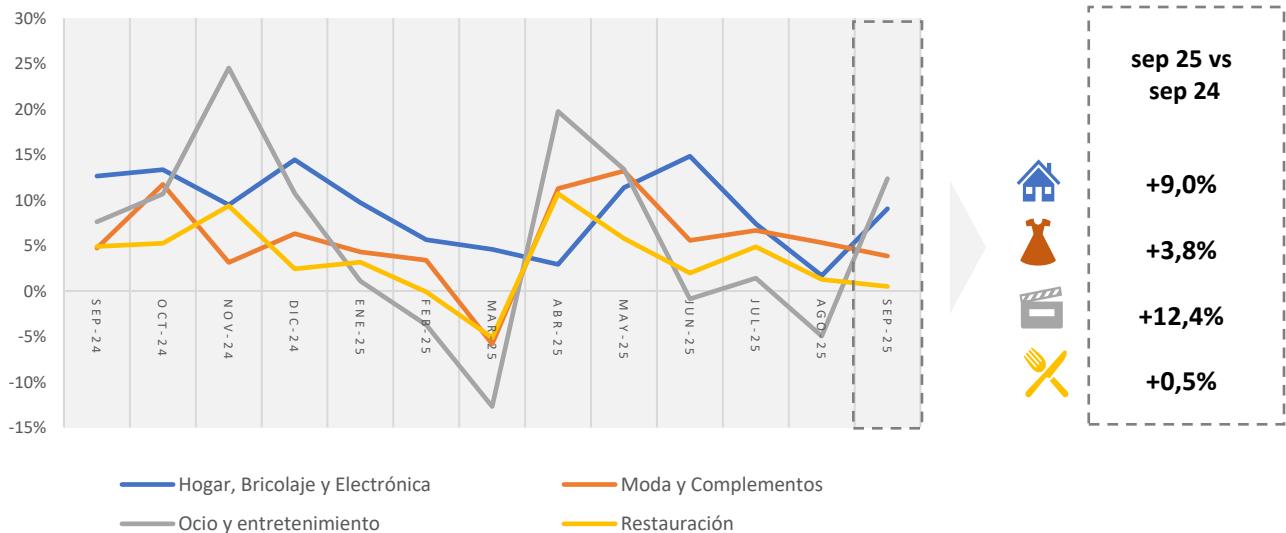




## VENTAS

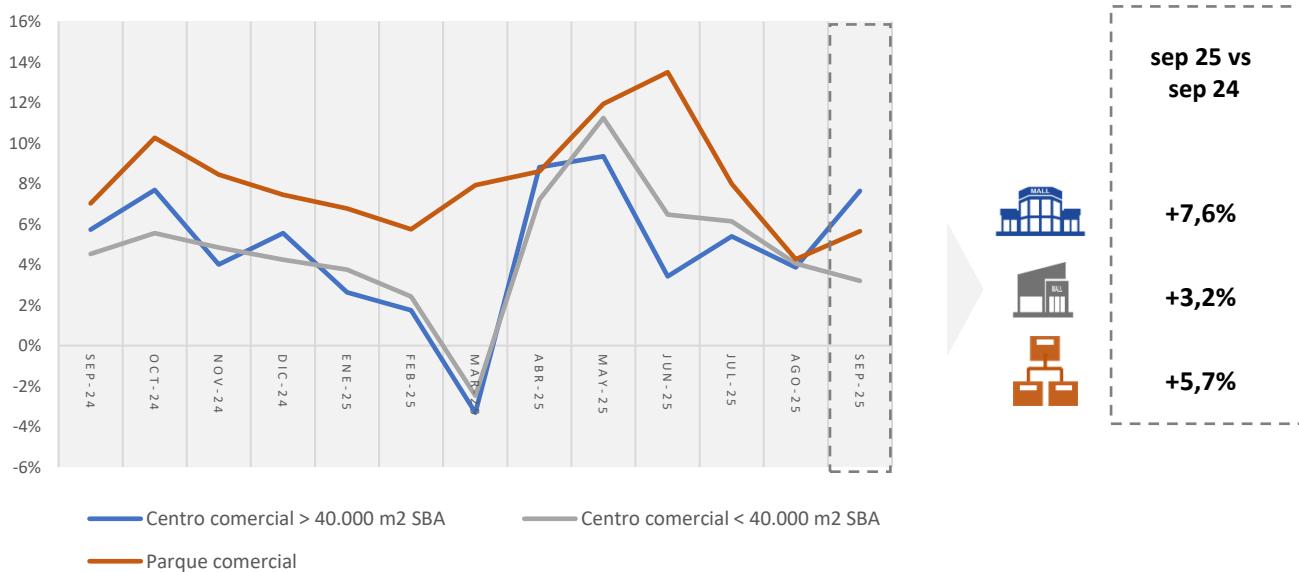
## VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO

Variación interanual índice ventas mensuales por tipo de producto



## VENTAS POR TIPO DE ACTIVO

Variación interanual índice ventas mensuales por tipo de activo





## AFLUENCIAS

### AFLUENCIAS TOTALES

Las afluencias siguen creciendo de forma moderada en septiembre (+1,2%), aunque en lo que va de año siguen creciendo a mejor ritmo (+2,6%) que en el conjunto del 2024

Variación índice afluencias anuales

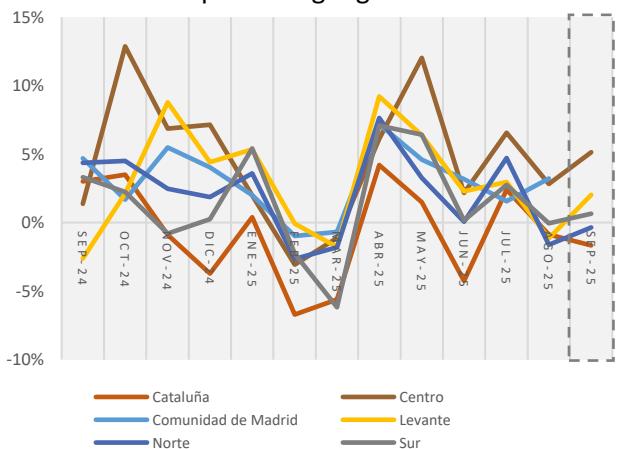


Variación interanual índice de afluencias mensuales

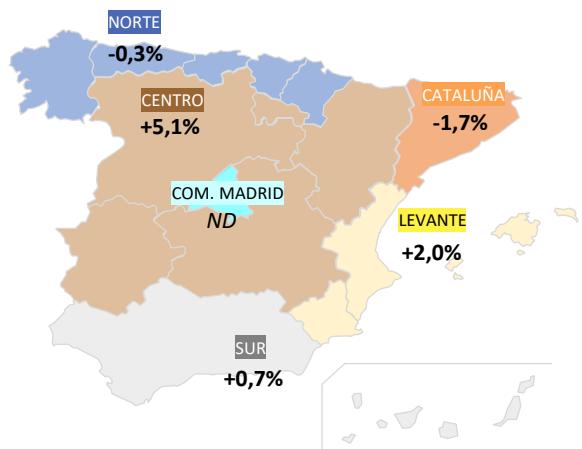


### AFLUENCIAS POR ZONA GEOGRÁFICA

Variación interanual índice afluencias mensual por zona geográfica



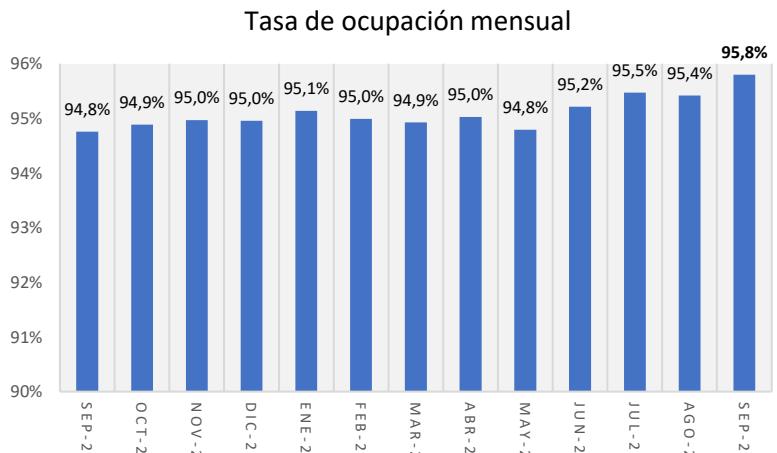
Variación interanual índice afluencias sep25 por zona geográfica



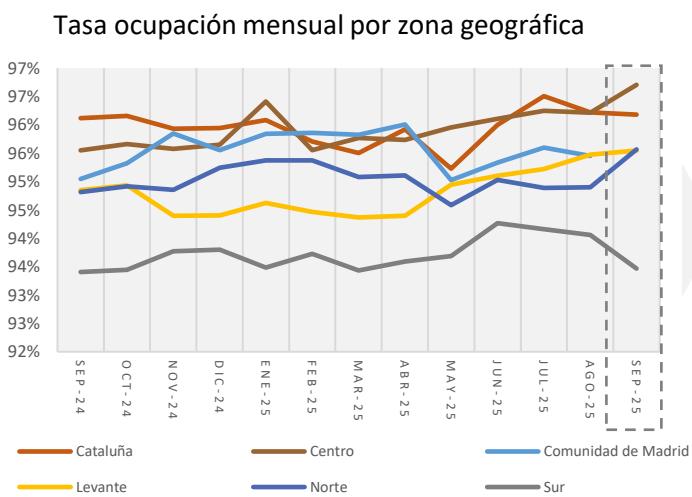
# % TASAS OCUPACIÓN

## TASAS DE OCUPACIÓN TOTALES

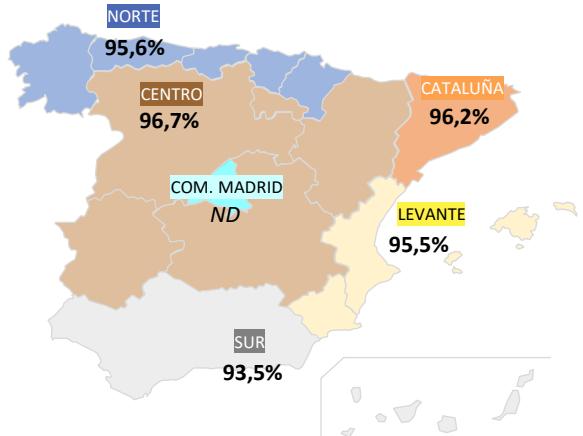
**Nuevo incremento en septiembre de la tasa de ocupación media del sector que se sitúa en el 95,8%, 0,4 puntos más que el mes pasado y 1 punto más que en septiembre de 2024.**



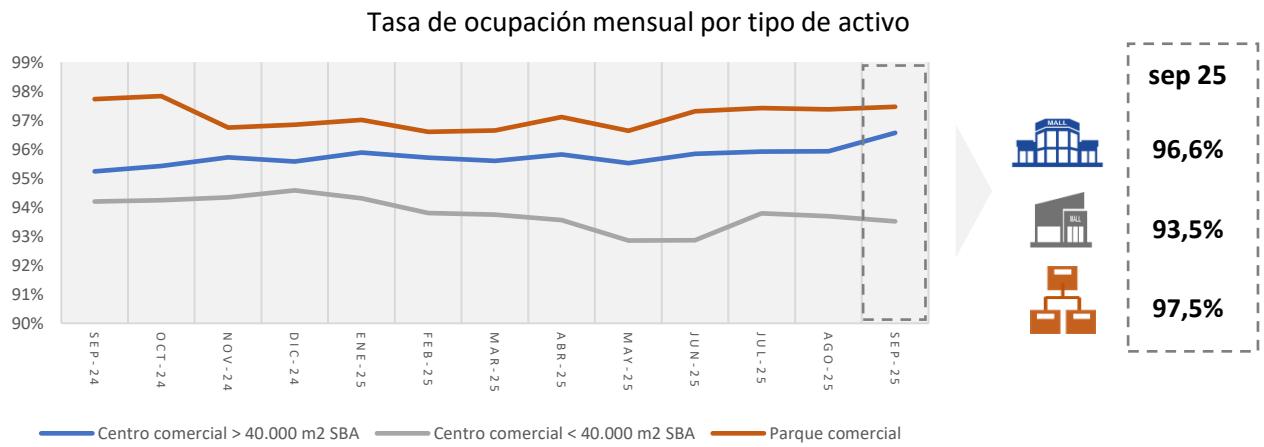
## TASAS DE OCUPACIÓN POR ZONA GEOGRÁFICA



## Tasa ocupación sep 25 por zona geográfica



## TASAS DE OCUPACIÓN POR TIPO DE ACTIVO



# ANEXO METODOLÓGICO

## Definición de VARIABLES

- **INDICES VENTAS:** índices medios agregados del sector calculados a partir de las ratios de ventas / SBA<sup>1</sup> (€/m<sup>2</sup>) mensuales, trimestrales y anuales. No se incluyen las ventas de los supermercados e hipermercados ubicados en los centros y parques comerciales
- **INDICES AFLUENCIAS:** índices medios agregados del sector calculados a partir de las ratios de visitas / SBA<sup>1</sup> total (nº visitas/m<sup>2</sup>) mensuales, trimestrales y anuales.
- **TASA DE OCUPACIÓN:** Mide el porcentaje de los m<sup>2</sup> de SBA<sup>1</sup> que se encuentran ocupados en cada mes, trimestre y año. Se calcula como el SBA<sup>1</sup> ocupado / SBA<sup>1</sup> total.

## Definición de CATEGORÍAS

### Tipo de producto

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.

### Tipo de activo

Centro Comercial Grande y muy grande	Centro Comercial de 40.000 m <sup>2</sup> de SBA total o más
Centro Comercial Mediano y pequeño	Centro Comercial desde 5.000 m <sup>2</sup> hasta 39.999 m <sup>2</sup> 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

### Zona geográfica

Comunidad de Madrid	
Cataluña	
Zona Levante	Comunidad Valenciana / Murcia / Baleares
Zona Norte	País Vasco / Navarra / Asturias / Cantabria / Galicia
Zona Sur	Andalucía / Islas Canarias / Ceuta / Melilla
Zona Centro	Castilla y León / Castilla La Mancha / Extremadura / Aragón / La Rioja

1) SBA: Superficie Bruta Alquilable



[www.apresco.es](http://www.apresco.es)