

Datos del Informe del mercado de locales comerciales en Barcelona
1S 2025

EL LOCAL COMERCIAL SE CONSOLIDA COMO UN ACTIVO ESTRATÉGICO PARA LOS INVERSORES EN BARCELONA

- **Passeig de Gràcia se reafirma como el eje del lujo en Barcelona, mientras que Portal de l'Àngel mantiene su liderazgo en tráfico peatonal.**
- **La restauración con valor añadido lidera la demanda (56%), seguida por la alimentación (16%) y la moda y complementos (15%).**

BARCELONA 23/07/25.- El local comercial se ha consolidado como un activo estratégico para los inversores en Barcelona durante el primer semestre de 2025, según el Informe de mercado de locales comerciales en Barcelona 1S 2025, elaborado por FORCADELL.

El análisis destaca que, en este periodo, el mercado de locales comerciales ha mantenido un crecimiento sostenido, reafirmando la recuperación iniciada en la segunda mitad de 2024. En este marco, la actividad en alquiler e inversión se ha intensificado, impulsada por una demanda más especializada, una mayor diversificación geográfica y el reposicionamiento del local como pieza clave dentro del tejido urbano y comercial de la ciudad.

La oferta de locales comerciales ha aumentado un 4,2% respecto a 2024, pero el mercado sigue altamente segmentado. En las principales arterias comerciales, como Passeig de Gràcia y Portal de l'Àngel, la disponibilidad se mantiene por debajo del 3%, con una rotación prácticamente inexistente. En cambio, barrios como Sant Andreu o Sants-Montjuic registran disponibilidades cercanas al 12%, aunque muchos de estos locales requieren una adaptación significativa a las demandas actuales del mercado.

La inversión se orienta a activos estables y al reposicionamiento

Como señala el informe de FORCADELL, el local comercial ha ganado protagonismo como alternativa de inversión. El mercado sigue mostrando un fuerte interés por inmuebles ocupados por inquilinos solventes con contratos a largo plazo, que aseguren estabilidad de ingresos.

Paralelamente, inversores particulares y patrimoniales están mostrando un interés creciente por locales que requieren reforma o reposicionamiento, especialmente en ubicaciones secundarias o en ciudades medianas. Esta tendencia apunta a una estrategia más activa de creación de valor, en busca de oportunidades de transformación.

Jordi Fandos, director del departamento de Retail de FORCADELL, destaca como "los inversores están siendo más selectivos, pero también más proactivos. Ya no buscan solo ubicaciones *prime*, sino activos con potencial para generar valor a través de su reposicionamiento. Eso explica el creciente interés por locales fuera de los ejes tradicionales".

Laura Baeza +34 673 018 969 / marketing@forcadell.com / forcadell.com

FORCADELL es un grupo empresarial fundado en 1958, experto en consultoría y gestión inmobiliaria. Preside el Grupo Carles Vila i Polls, con Ivan Vaqué Mas a cargo de la Dirección General y como Consejero Delegado. Con casi 2.000 comunidades de propietarios administradas, unas 3.201 entidades de inversores privados administradas en alquiler, y más de 200.000 m² comercializados en operaciones de compraventa, alquiler e inversión del área de Inmobiliaria de Empresa. FORCADELL es actualmente una de las primeras consultoras globales del mercado inmobiliario español. Cuenta con una plantilla de cerca de 200 profesionales, oficinas propias en Granollers, Terrassa, Gavà, Mollet, Palma, Madrid y Sevilla, además de 1 oficina en Barcelona y su sede central (Pl. Universitat, 3 - 08007 Barcelona).

Demanda más especializada y nuevos formatos

El análisis también refleja que la demanda de locales comerciales ha estado liderada por la restauración con valor añadido (56%), seguida por la alimentación (16%) y la moda y complementos (15%).

Además, el auge del *quick commerce*, las entregas ultrarrápidas y el e-commerce han impulsado nuevos usos del local físico, como microalmacenes urbanos o puntos logísticos de última milla, que amplían el rol estratégico del local comercial dentro de la cadena de valor del *retail*.

En cuanto a rentas, los ejes principales han superado los niveles prepandemia. Passeig de Gràcia se reafirma como el eje del lujo en Barcelona, mientras que Portal de l'Àngel mantiene su liderazgo en tráfico peatonal y atractivo para marcas de gran consumo. La escasez de oferta y la elevada demanda consolidan estos enclaves como zonas de alta competitividad.