

---

Comercial

# Intu, nueva estrategia en España: cambia el nombre de sus centros en un ejercicio de 'branding'

En los próximos años, Intu llevará a cabo una acción similar con el centro comercial Xanadú, que compró en marzo de 2017 a Ivanhié Cambridge por más de 520 millones de euros y que comparte con TH Real Estate, al que vendió el 50% en mayo de 2017.

C. Pareja  
16 may 2018 - 04:55



Intu apuesta por el *branding* para dar a conocer su marca en España. La compañía, que cuenta con una dilatada presencia en Reino Unido con cerca de una veintena de centros comerciales, replicará en España su estrategia en el país inglés, añadiendo al nombre de sus complejos la palabra Intu. Esta semana, **la empresa ha anunciado que su centro comercial ubicado en Zaragoza, hasta ahora llamado Puerto Venecia, pasará a operar con el nombre Intu Puerto Venecia.**

Fue en 2014 cuando Intu alcanzó un acuerdo con el fondo Orion European Real

---

1 / 3

<https://www.ejeprime.com/comercial/intu-nueva-estrategia-en-espana-cambia-el-nombre-de-sus-centros-en-un-ejercicio-de-branding>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

---

Estate para adquirir por 451 millones el complejo Puerto Venecia, el mayor centro comercial de España. El complejo cuenta con un parque comercial de 82.600 metros cuadrados que se puso en marcha en 2008 y una zona de ocio y moda de 130.000 metros cuadrados que abrió en octubre de 2012.

El fondo de Orion European Real Estate III poseía un 50% del complejo comercial desde su construcción y puesta en marcha en 2008 y el año pasado compró a British Land el 50% restante por 144,5 millones de euros.

**Desde la compra por parte de Intu, el grupo británico ha llevado a cabo una serie de cambios en el aspecto y la gestión del centro comercial.** No ha sido hasta ahora que el grupo ha decidido culminar el proceso de cambio, añadiendo la palabra Intu al nombre del complejo, siguiendo así los pasos de Intu Asturias.

## **La empresa ha añadido la palabra Intu al nombre de su centro comercial Puerto Venecia**

Ahora sólo faltará que Intu lleve a cabo esta misma estrategia en el centro comercial Xanadú. En marzo del pasado año, el grupo británico cerró la compra del centro comercial, ubicado en Arroyomolinos (Madrid), a Ivanhié Cambridge por más de 520 millones de euros. Esta adquisición fue la mayor operación desde que Deutsche Bank pagara 495 millones por Diagonal Mar.

En mayo del mismo año, **Intu creó una *joint venture* con TH Real Estate** para compartir la propiedad del centro comercial madrileño, cediendo el 50% del complejo a TH Real Estate por 264,4 millones de euros, la mitad de lo que Intu pagó por Xanadú.

El centro comercial, construido en 2003, dispone de una superficie total de 153.695 metros cuadrados en dos niveles y un total de 220 tiendas, siendo uno de los mayores complejos comerciales de Madrid. Entre sus inquilinos figuran Inditex, El Corte Inglés, Hipercor, Bricor, Decathlon, Primark y Apple. Xanadú Madrid cuenta con cerca de 13 millones de visitantes al año y generó unas ventas de unos 230 millones de euros.

**Los centros comerciales en España, en positivo**  
**La apuesta de Intu por España responde al buen momento que vive este formato comercial en el país.** Las ventas registradas en estos complejos se elevaron un 3,5% en

---

2017, hasta superar 43.500 millones de euros.

## **Las ventas registradas en centros comerciales en España se elevaron un 3,5% en 2017**

En concreto, la facturación del sector se situó en 43.590 millones de euros en 2017. La cuota de mercado de los centros y parques comerciales aumentó levemente hasta situarse en el 17,9%. El año pasado se registraron alrededor de 1.900 millones de visitas a estos complejos.

La inversión en el sector, por su parte, se disparó un 35% en 2017, hasta 2.700 millones de euros. A lo largo del pasado ejercicio, se realizaron 29 transacciones, que afectaron a 36 activos, según datos de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (Aecc).