

Los centros comerciales españoles captan una inversión de 2.000 millones en 2016

También la afluencia se mantuvo al alza, con un crecimiento del 1,5%, según el balance anual del sector elaborado por la Asociación española de centros y parques comerciales (Aecc).

Eje Prime
22 feb 2017 - 12:02

Los centros comerciales sacan músculo en España. En 2016, los centros y parques comerciales mantuvieron su atractivo para la inversión, que el año pasado alcanzó 2.000 millones de euros en 19 operaciones en las que han intervenido inversores nacionales e internacionales, según el balance anual del sector elaborado por la Asociación española de centros y parques comerciales (Aecc).

El canal registró unas ventas de 44.246 millones de euros, un 3,6% más que el año anterior. También la afluencia se mantuvo al alza, con un crecimiento del 1,5%. La afluencia estimada a los complejos fue de 1.935 visitas en 2016, y la venta media por asistente fue del 2,1% respecto al año anterior. Con este impulso, el canal ha logrado mantener su cuota de mercado en el comercio minorista español, que actualmente se sitúa en el 17,8%.

“Los centros comerciales son los principales protagonistas de las operaciones de inversión en activos terciarios, ya que concentran un 45% de las transacciones materializadas en estos”, ha subrayado Javier Hortelano de la Lastra, presidente de la Aecc.

En la actualidad hay en España 550 complejos que suman 15,59 millones de metros cuadrados de superficie bruta alquilable y cerca de 33.500 comerciantes. En 2017 y 2019 está previsto que se pongan en marcha 27 nuevos proyectos entre aperturas y ampliaciones que sumarán más de 1,3 millones de metros cuadrados de nueva

superficie comercial.

En el último año, la apertura de complejos como Nevada, en Granada, o Fan Mallorca Shopping ha puesto de manifiesto la buena salud de este canal, por el que la moda mantiene una firme apuesta. Entre los próximos proyectos previstos se encuentran Puertameraya, que tendrá aproximadamente 107.000 metros cuadrados de superficie bruta alquilable, distribuido en un centro comercial de 63.000 metros cuadrados y un parque de medianas.

La buena evolución de los complejos comerciales contrasta con la evolución el año pasado de las ventas minoristas de moda, que cerraron 2016 con una caída del 2,2%, la primera desde 2013, pese a un tímido repunte en la recta final del año.