



## Aena lanza el mayor concurso de tiendas libres de impuestos del mundo con un volumen de negocio de 18.000 millones de euros

- El concurso duplica el número de lotes para potenciar la concurrencia y favorecer la competencia entre los operadores globales
- El espacio comercial es superior a 66.000 m<sup>2</sup>, lo que equivale a más de siete campos de fútbol
- La duración del contrato se amplía hasta 12 años, con posibilidad de tres prórrogas anuales

22 de diciembre de 2022

Aena ha lanzado el mayor concurso de tiendas libres de impuestos del mundo por volumen de negocio, cuyas condiciones se han publicado hoy en la web del gestor aeroportuario. El volumen de negocio previsto es de 18.000 millones de euros e incluye 86 puntos de venta libres de impuestos, más un elevado número de locales adicionales dedicados a categorías adicionales que entre todos ellos, ocuparán una superficie de 66.000 metros cuadrados, lo que equivale a más de siete campos de fútbol.

“Este concurso ha generado una gran expectación y ha suscitado ya el interés de los principales operadores del sector”, ha explicado la directora general Comercial e Inmobiliaria de Aena, María José Cuenda, que pudo confirmar dicho interés en la presentación de las líneas básicas de la estrategia en el mayor encuentro del sector *retail* aeroportuario del mundo, que se celebró en Cannes el pasado mes de octubre. Este nuevo concurso supondrá la renovación de la gestión de estos espacios comerciales en 27 aeropuertos de la red de Aena, ya que los contratos actuales están vigentes hasta el 31 de octubre de 2023.

El pliego contempla un mayor número de lotes, con un total de seis frente a los tres del concurso anterior, y con un tamaño adecuado que permite

desarrollar economías de escala. De esta forma, se cumple uno de los principales objetivos de Aena: potenciar la concurrencia y favorecer la competencia.

Además, se incrementa sustancialmente la duración del contrato, que pasa de 7 a 12 años, con posibilidad de tres prórrogas anuales. Aena atiende así a una petición fundamental de los operadores, que es beneficiar la amortización de las inversiones.

La estrategia del concurso pretende además maximizar el valor de esta línea de negocio al llegar a más clientes y potenciar las ventas globales; atraer al mayor número de operadores internacionales para optar a los distintos lotes (estableciendo reglas que eviten lotes desiertos en la adjudicación); diversificar el negocio (ampliando las categorías de productos y los servicios); adaptarse a los cambios de tendencia que se están produciendo tanto en la tipología de pasajeros como en el modelo; e incorporar y potenciar el desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías y la digitalización.

Estos objetivos, orientados a maximizar ingresos, se asientan en los pilares fundamentales de Aena: la sostenibilidad, la tecnología y la experiencia cliente.

Además, ha tenido en cuenta el impacto del Brexit, que representa un gran cambio en el negocio de las tiendas libres de impuestos de Aena, ya que en casi todos los lotes tiene predominio el régimen *duty free*. Cabe recordar que los pasajeros británicos representan el principal mercado de Aena.

Está previsto que el resultado del concurso se publique en julio de 2023, tras ser ratificado por el Consejo de Administración de Aena.