

Marcas internacionales, nacionales y locales configurarán una variada oferta

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol adjudica 14 espacios para renovar parte de su área comercial

- Los negocios ocupan más de 1.500 metros cuadrados repartidos por toda la infraestructura
- Otros once de los establecimientos actuales mantienen el contrato vigente y quedan fuera de esta oferta

11 de junio de 2024

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha adjudicado 14 espacios para renovar parte de su área comercial. En total, ha adjudicado 11 expedientes de venta 'retail' de una gran variedad de productos.

La propuesta de las nuevas tiendas va dirigida al heterogéneo perfil de pasajeros que transitan diariamente por la infraestructura malagueña y que podrán encontrar desde juguetes y golosinas a complementos, regalos y recuerdos.

Una propuesta tan variada como las marcas adjudicatarias, ya que en la gran área comercial del aeropuerto conviven compañías internacionales con grandes nacionales y otras de ámbito local. Superskunk, Majorica, Malabarium, Relay, Ale Hop, Natura, Victoria's Secret, WhSmith, Roca Stamp o LOL Toys son algunas de las empresas que estarán en los diferentes rincones de la infraestructura.

El proceso de licitación ha afectado a la mayor parte de las tiendas aeroportuarias existentes en la actualidad. Otras once no están incluidas en el concurso ya que su contrato continúa vigente.

Con esta adjudicación, continúa la renovación de la zona comercial, que se extenderá al resto de tiendas y, posteriormente y de forma progresiva, a los locales de restauración, 24 en la actualidad en el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.

Los locales dedicados a la venta 'retail' ocupan más de 1.500 metros cuadrados de las instalaciones y se reparten por toda la infraestructura, desde la gran plaza comercial, posterior a los filtros de seguridad, hasta los tres muelles de embarque, las zonas de tránsito o el área de Llegadas.

Nota de prensa

El proceso de renovación de las tiendas arrancó con una conferencia de marcas, en la que la responsable de la Dirección General Comercial e Inmobiliaria de Aena, María José Cuenda Chamorro, visitó el aeropuerto y presentó 'in situ' la oferta de espacios a las diferentes empresas del sector.

Durante la conferencia de marcas, que reunió a más de medio centenar de representantes de 27 empresas interesadas, Cuenda Chamorro abundó en las ventajas de los negocios en zonas de alta concurrencia y calidad de servicio como son los aeropuertos de Aena y, concretamente, en la infraestructura malagueña, que cerró 2023 con 22.344.373 pasajeros y 161.684 vuelos.

Respecto al perfil del usuario que ha ido creciendo en el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, el 63% es de nacionalidad extranjera mientras el 37% restante es pasajero nacional. El 65,5% viaja por placer, mientras que un 12% se desplaza por negocios.