



Más de 7.500 m² al servicio de los pasajeros

Presentación de la remodelación de la zona comercial del Aeropuerto de Málaga

- El Aeropuerto de Málaga aumenta su oferta comercial en un 53% y mejora la oferta de restauración

26 de noviembre de 2003

El Aeropuerto de Málaga presenta hoy la nueva oferta comercial de sus instalaciones, una actuación que responde al compromiso de AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) de ofrecer a los usuarios un servicio de la máxima calidad, moderno y seguro.

Con la ampliación de la zona comercial, el Aeropuerto de Málaga incrementa la oferta de metros cuadrados comerciales en un 53%, pone a disposición del pasajero 2.600 m² y mejora sustancialmente la oferta de restauración con instalaciones de mayor calidad.

La nueva superficie destinada a la actividad comercial ocupa más de 2.600 m², frente a los 1.600 m² que ocupaba hasta ahora, con lo que el total del área comercial del Aeropuerto de Málaga se sitúa en 4.616 m² a los que hay que añadir los 2.884 m² ocupados por los servicios de restauración, lo que supone que el Aeropuerto goza de una superficie superior a 7.500 m² para las actividades comerciales y de restauración.

De esta forma, la ampliación de la zona comercial del Aeropuerto de Málaga contribuye a mejorar el confort de los usuarios, ya que se incrementa y diversifica la oferta comercial y se da una adecuada respuesta a la demanda de pasajeros y clientes.

Todos los locales comerciales de que goza en la actualidad el Aeropuerto son de nuevo diseño y mayor superficie; asimismo hay que destacar la apertura de tres nuevos locales comerciales: uno dedicado a la venta de productos andaluces, una boutique de moda femenina y otra que ofrece moda para caballeros.

La remodelación que se ha llevado a cabo ha afectado al área comercial situada en la segunda planta, en la zona de embarque del Terminal 2 del Aeropuerto, y en ella se ha propuesto a los adjudicatarios un diseño común con el fin de crear una nueva zona comercial homogénea y que ésta se integre con el diseño del Aeropuerto. En esta planta, además, se cuenta con un variado autoservicio, además de con otros puntos de restauración que ofrecen heladería y cafetería.

Los locales comerciales en el Aeropuerto de Málaga, al igual que en todos los aeropuertos de la red de AENA, se adjudican por el sistema de concurso público abierto, cuyo objetivo es siempre buscar y potenciar la máxima concurrencia y transparencia.

La selección responde a rigurosos criterios: el canon económico aplicado a la concesión, el plan de viabilidad de las distintas ofertas presentadas y su solvencia. Las citadas ofertas se llevan a la mesa de contratación comercial que, tras valorar sus cualidades, adjudica la concesión a la mejor oferta.

SECCIÓN EN LA PÁGINA WEB

Por otra parte, AENA ha actualizado el apartado de su página web (www.aena.es) en la que aparecen los planos del Aeropuerto de Málaga y en la que se detallan los distintos servicios que el aeropuerto ofrece a sus pasajeros y clientes. El objetivo de este proyecto de AENA es proporcionar a todos sus usuarios toda la información posible sobre todo, una información veraz, eficaz e inmediata, ya que el contenido de ésta y las demás secciones son actualizadas continuamente.

AENA ratifica así su apuesta por las nuevas tecnologías y su interés por aplicarlas en su relación con todos sus clientes e interlocutores.