



**DIAGNÓSTICO TERRITORIAL
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

*Geoconyka es la Consultora Líder en la
Obtención de Licencias Administrativas para
Grandes Establecimientos en Andalucía.
Desde Enero de 2002 hasta Noviembre de 2007
hemos logrado la aprobación de actuaciones en
36 Grandes Establecimientos
con un total de 457.849 m² de Superficie Comercial,
correspondiente al 41 % del total autorizado por la
Junta de Andalucía en este periodo.*

Epistem YKa

Investigación
Ciencia
Innovación



**«TENDENCIAS EN EL MERCADO DE
CENTROS COMERCIALES EN
ANDALUCÍA 2008-2009»**

*El presente documento es de difusión libre y gratuita
siempre y cuando se cite como fuente a Geoconyka S.L.*

Calle Panaderos 14 - 6D
29005 - Málaga
Tel: 952 22 00 95
Móvil: 687 54 92 61
info@geoconyka.com
www.geoconyka.com

TENDENCIAS EN EL MERCADO DE CENTROS COMERCIALES DE ANDALUCÍA

La progresiva desaceleración del mercado promotor inmobiliario en su vertiente residencial, siempre y cuando no se produzca la temida explosión de la “burbuja” inmobiliaria, provocará sin duda, toda vez que la vivienda de renta libre ha alcanzado un techo lógico, que las empresas de este sector deriven su área de negocio hacia la promoción y construcción de infraestructuras o equipamiento terciario, tanto de propiedad pública como de iniciativa privada.

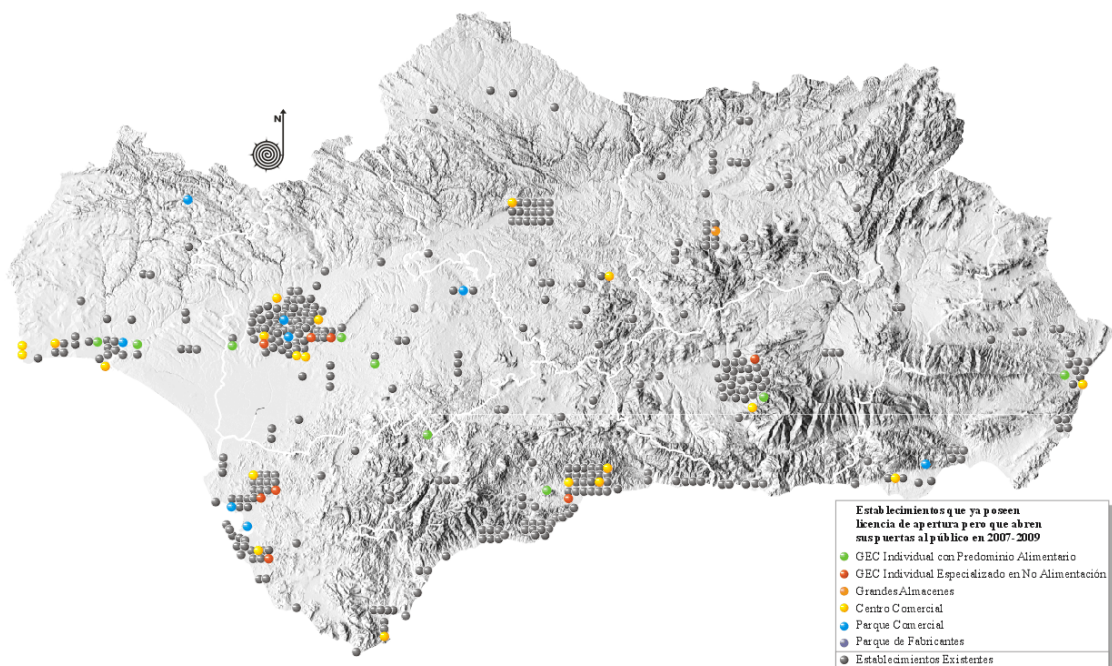
En este sentido, en la provincia de Málaga ya se está llevando a cabo este cambio de modelo, siendo el ejemplo más destacable el ambicioso proyecto que se ejecutará sobre la antigua Intelhorce. Del mismo modo, veremos cómo durante 2008 y 2009 crece la promoción de plataformas logísticas, nuevos edificios para oficinas, y cómo se llevan a cabo importantes actuaciones de remodelación y ampliación en los polígonos industriales, siendo buen ejemplo de ello el proyecto Vivadecor, de la empresa malagueña Bandera Vivar, en el Polígono El Viso.

Y, por supuesto, veremos como las empresas promotoras así como los principales operadores de la distribución comercial intensifican la carrera por los “huecos” sin cubrir en el mercado de grandes establecimientos comerciales, sobre todo a nivel de centros comarcales medios e incluso en ámbitos rurales (caso del proyectado por Detea-Commercia en Aracena).

También a partir del próximo año comenzarán, en las áreas metropolitanas andaluzas más dinámicas, a darse a conocer a la opinión pública los primeros proyectos de los centros de cuarta generación, los Complejos Terciarios, donde se integrarán centros temáticos, comerciales y de ocio, hoteles, edificios de oficinas, etc., todo ello integrado ecológica y paisajísticamente y mediante arquitecturas de diseño innovador que muy posiblemente podremos disfrutar a partir del año 2011. El sector Bahía Málaga, con Plaza Mayor y Málaga Nostrum, es un ejemplo de centros dentro de esta categoría.

Además, una vez superados los complejos de inferioridad e hiperproteccionismo, aumentarán notablemente las iniciativas de pequeños y medianos comerciantes para la creación de establecimientos integrados que compitan en igualdad de condiciones con los habituales de los grandes operadores de la distribución, como ya está ocurriendo en el caso de Espartinas, Sevilla, donde Aprocom pretende construir un gigantesco centro comercial donde las pymes serán promotoras y propietarias.

Por último, la rehabilitación y reconversión de los centros comerciales de primera y segunda generación (como el caso del centro comercial Neptuno de Granada) que pierden cada vez más cuota de mercado y rentabilidad, añadirán otro elemento más a la dinamización y modernización del sector.



Fuente: Geoconyka S.L., 2007; a partir de datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.