



Vista aérea de la zona en la que se ubicará el área comercial de firmas exclusivas. :: SUR

El aeropuerto arranca las obras para crear una zona comercial de lujo

Las actuaciones, que se pararán de julio a septiembre, convertirán a esta terminal en una de las de España con una oferta para viajeros de gran poder adquisitivo

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. El aeropuerto inicia en estos días las obras para crear una zona comercial de lujo, con la que entrará en el selecto club de las tres terminales españolas que dispondrán de una oferta a la altura de viajeros de gran poder adquisitivo: Madrid, Barcelona y Málaga.

Las actuaciones se realizarán sin entorpecer la actividad del resto de los comercios ni a la actividad propia del tráfico de pasajeros. Aunque el proyecto contempla que las obras se paralizarán entre los meses de julio y septiembre, que es el periodo

de mayor intensidad de movimiento de viajeros del año.

Se trata de una iniciativa con la que la terminal malagueña dará un salto cualitativo importante. Concretamente, el proyecto supone la creación de unos 50 puestos de trabajo durante la fase de construcción y un centenar cuando esta nueva área comercial esté a pleno rendimiento a partir de marzo del próximo año, según expusieron en la presentación de este proyecto.

El diseño dado a conocer contempla que las nuevas tiendas se sitúen en torno a una gran plaza comercial. En total, supone crear un espacio multimarca de 210 metros cuadrados destinado a firmas de alto nivel.

Grandes firmas

Sin concretar las marcas que desembarcarán en la terminal, desde Aena han reconocido contactos con Gucci y Loewe, entre otros, mientras que la compañía Aelia, del grupo La-

gardère –especializada en este segmento de lujo–, ha mostrado interés por Málaga.

Esta actuación permitirá, entre cosas, la vuelta de la alta gastronomía a estas instalaciones de la mano del chef malagueño con dos estrellas Michelin Dani García. Pero además, la ubicación de esta zona comercial de marcas exclusivas favorecerá el consumo, calculando desde Aena que las ventas pueden crecer un 30%. También supondrá un impulso a la sala VIP, considerada una de las mejores de España, dado que se prevé instalar un punto de venta de joyería, así como de servi-

cios de masajes y restaurante.

Cabe recordar que este proyecto forma parte de la iniciativa de Aena de sacar a concurso más de 4.200 metros cuadrados de espacios comerciales destinados a tiendas de grandes firmas en los aeropuertos de Madrid-Barajas, Barcelona-El Prat y Málaga-Costa del Sol, con una facturación estimada de 42 millones.

Estas actuaciones completarán un aeropuerto a la vanguardia, con una terminal con capacidad para atender 30 millones de viajeros al año y una segunda pista, ya operativa, que permite duplicar los movimientos de aterrizaje y despegue para pasar de 37 operaciones a la hora a un máximo de 72. Pero además, en estas últimas semanas esta terminal ha estrenado una zona familiar, que incluye una sala de lactancia y un parque infantil, y está incluida entre las 28 que dispondrán de wifi gratis durante quince minutos de estancia en el recinto.

Se creará un nuevo espacio de 210 metros cuadrados en el que se establecerán firmas de alto nivel