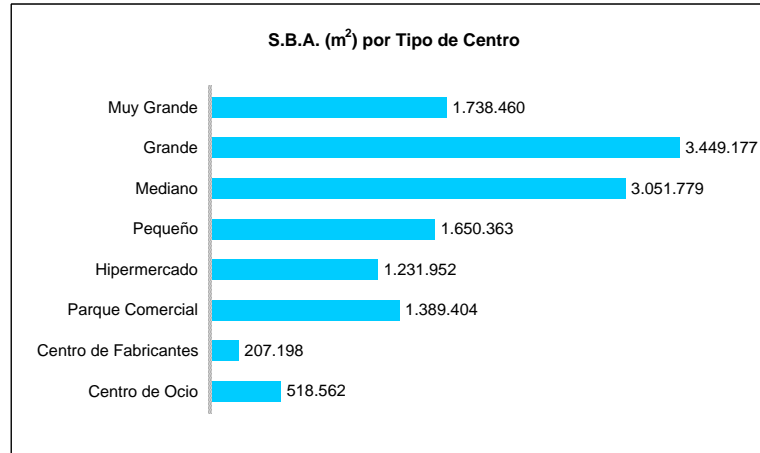
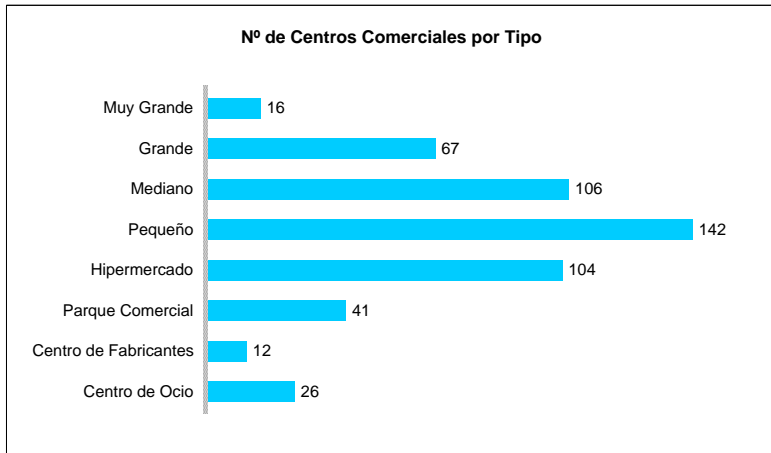


DISTRIBUCIÓN DE CENTROS COMERCIALES POR TIPO DE CENTRO
(31 de diciembre de 2008)



TIPO DE CENTRO		Nº de Centros	%	S.B.A. (m ²)	%	Locales	%	Plazas Párking	%	
Formatos Tradicionales:										
MG	Muy Grande	SBA superior a 79.999 m2	16	3,1%	1.738.460	13,1%	3.027	9,4%	74.803	9,6%
GR	Grande	SBA desde 40.000 hasta 79.999 m2	67	13,0%	3.449.177	26,1%	8.613	26,7%	192.382	24,6%
ME	Mediano	SBA desde 20.000 hasta 39.999 m2	106	20,6%	3.051.779	23,1%	8.281	25,7%	172.835	22,1%
PE	Pequeño	SBA desde 5.000 hasta 19.999 m2	142	27,6%	1.650.363	12,5%	7.364	22,8%	88.001	11,3%
HI	Hipermercado	Galería Comercial fundamentada en un Hipermercado	104	20,2%	1.231.952	9,3%	2.174	6,7%	129.762	16,6%
Formatos Especializados:										
PC	Parque Comercial	Parque de Actividades Comerciales	41	8,0%	1.389.404	10,5%	960	3,0%	74.225	9,5%
CF	Centro de Fabricantes	Centro de Tiendas de Fabricantes (Factory Outlet)	12	2,3%	207.198	1,6%	863	2,7%	16.328	2,1%
CO	Centro de Ocio	Centro especializado en ocio, restauración y tiempo libre	26	5,1%	518.562	3,9%	975	3,0%	33.338	4,3%
TOTAL			514	100%	13.236.895	100%	32.257	100%	781.674	100%



Fuente: Asociación Española de Centros Comerciales

- (1) La ampliación de Plaza Imperial (MG) se considera como un centro distinto del parque de medianas
- (2) Con la ampliación, Plaza Mayor deja de ser clasificado como CO (-34.357 m2) pasando a centro GR (Total: 53.107 m2)
- (3) Con la ampliación, La Gavia deja de ser clasificado como centro GR (-43.000 m2) pasando a centro MG (Total: 100.470 m2)