

AECC

**20
25**

BALANCE DEL SECTOR

Asociación Española de Centros y Parques Comerciales

Asociación Española de Centros y Parques Comerciales
www.aedecc.com

Eduardo Ceballos
Presidente de la AECC

¿QUIÉNES SOMOS?

La AECC es la plataforma que facilita el intercambio de conocimientos, promueve la colaboración y aborda desafíos colectivos del sector de los centros y parques comerciales, así como de comercio en toda su amplitud. Trabajamos hacia el crecimiento sostenible y la mejora continua de la industria de los centros y parques comerciales.

CONSTITUIDOS EN 1980

Contamos con más de **400 empresas socias** y profesionales que comparten su interés por nuestra industria y un espíritu colaborativo que los anima a participar en esta comunidad.

DIVERSIDAD DE MIEMBROS

Somos un foro interdisciplinario que reúne a diversos perfiles profesionales vinculados al sector: **34% consultores, 19% Comerciantes, 19% Proveedores, 17% Inversores, 9% Centros Comerciales y un 2% Instituciones.**



The background of the slide is a photograph of a business meeting. Several people in professional attire are seated at a long wooden table, clapping their hands. The focus is on a woman in the foreground, who is smiling and clapping. Other participants are visible in the background, also clapping. The lighting is bright and professional.

ÓRGANOS DE GOBIERNO

✓ PROFESIONALES DE PRESTIGIO

Nuestros órganos de gobierno están integrados por profesionales provenientes de las empresas más destacadas y representativas de la industria.

✓ GESTIÓN SÓLIDA Y ESTRATÉGICA

Su experiencia y conocimiento profundo del sector garantiza una gestión alineada con las mejores prácticas, aportando valor y credibilidad a todas las decisiones que se toman en beneficio de la asociación y de sus miembros.

ALGUNAS DE NUESTRAS EMPRESAS SOCIAS



INDITEX

MANGO

KIABI
la moda a pequeños precios

llaollao.TM
natural
frozen yogurt.


pwc

 **aena**

 El Corte Inglés

MediaMarkt

 CINESA

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

OCINE


NEINVER

LEROYMERLIN
Da vida a tus ideas

PORCELANOSA Grupo

 Alcampo

 JLL[®]

 acciona
energía

 adif

ALGUNAS DE NUESTRAS EMPRESAS SOCIAS



SOMOS MIEMBROS ACTIVOS DE ECSP

LA VOZ DE NUESTRA INDUSTRIA EN EUROPA

El lugar donde se definen las posiciones de nuestro sector sobre temas importantes debatidos por los legisladores de la UE, se redactan proyectos y enmiendas a leyes que nos afectan, y donde participamos en grupos de trabajo en áreas como asuntos públicos, seguridad, impacto social, legal, etc.

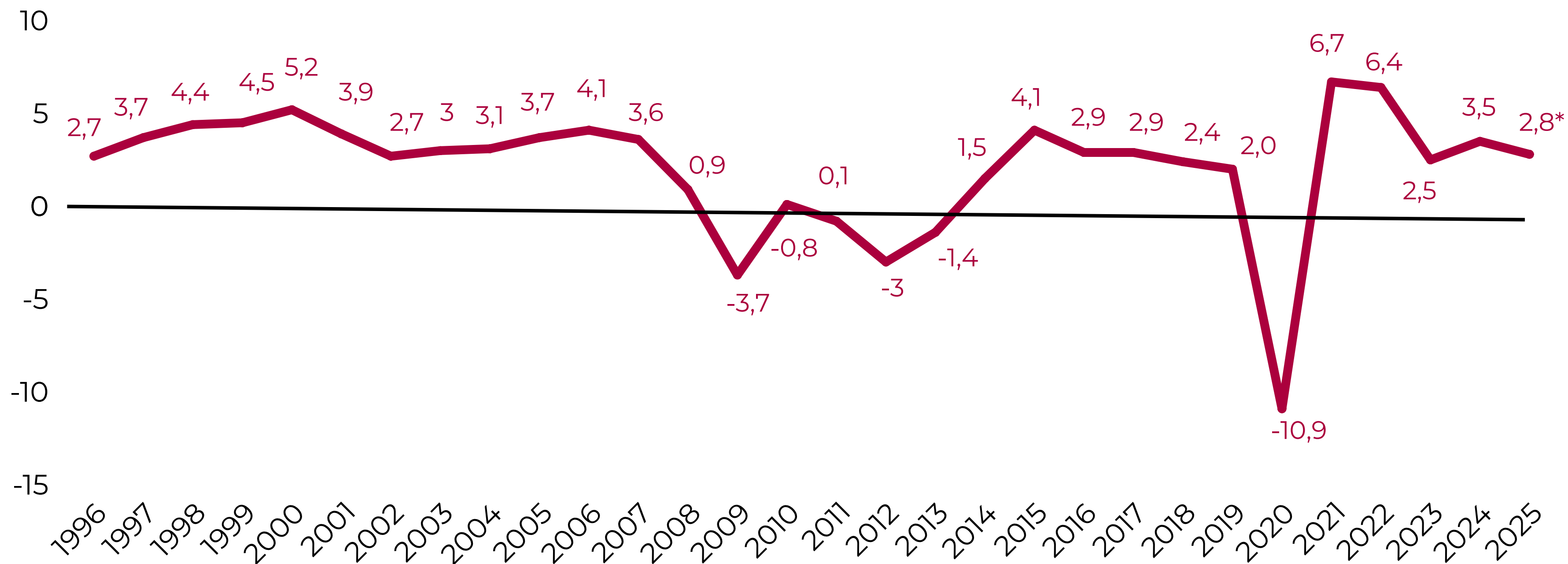


ECSP

European Council
of Shopping Places

CONTEXTO ECONÓMICO

TASA ANUAL DEL PIB

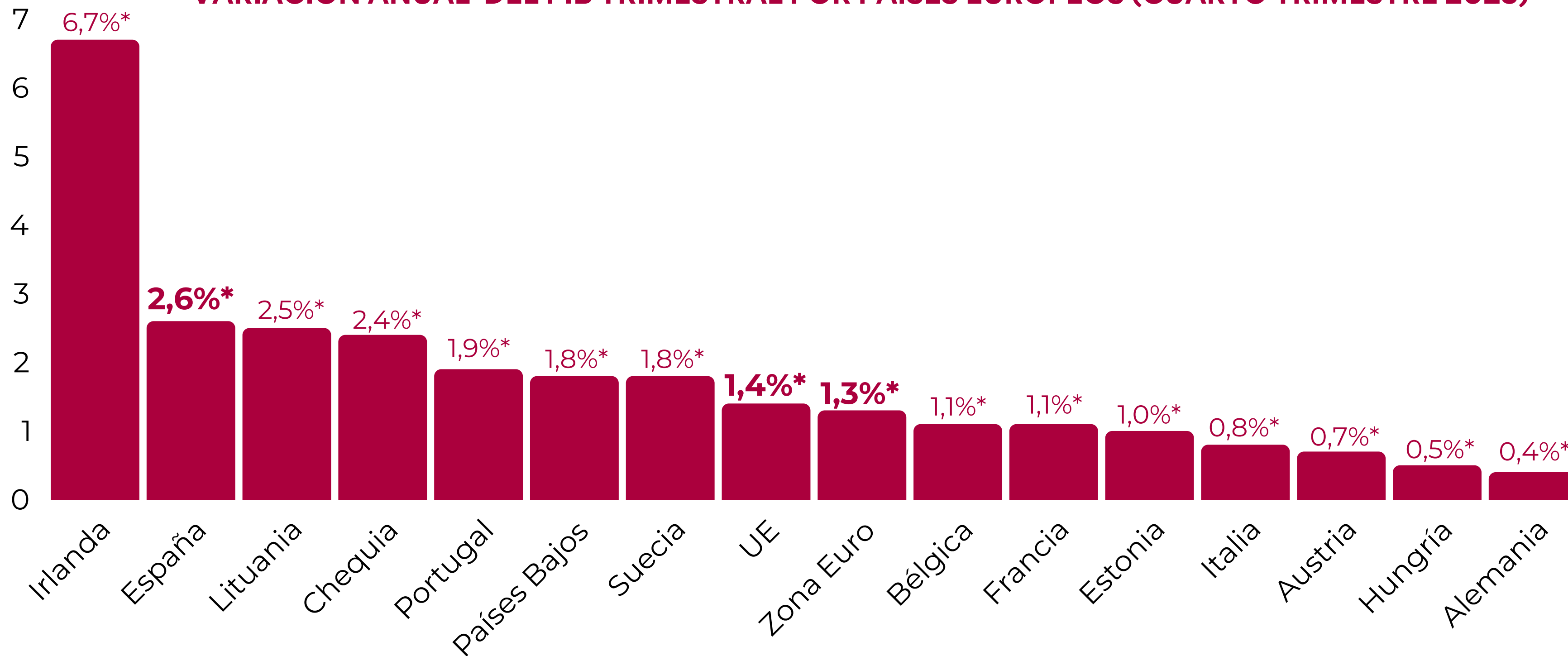


*Dato avanzado

Fuente: INE

CONTEXTO ECONÓMICO

VARIACIÓN ANUAL DEL PIB TRIMESTRAL POR PAÍSES EUROPEOS (CUARTO TRIMESTRE 2025)



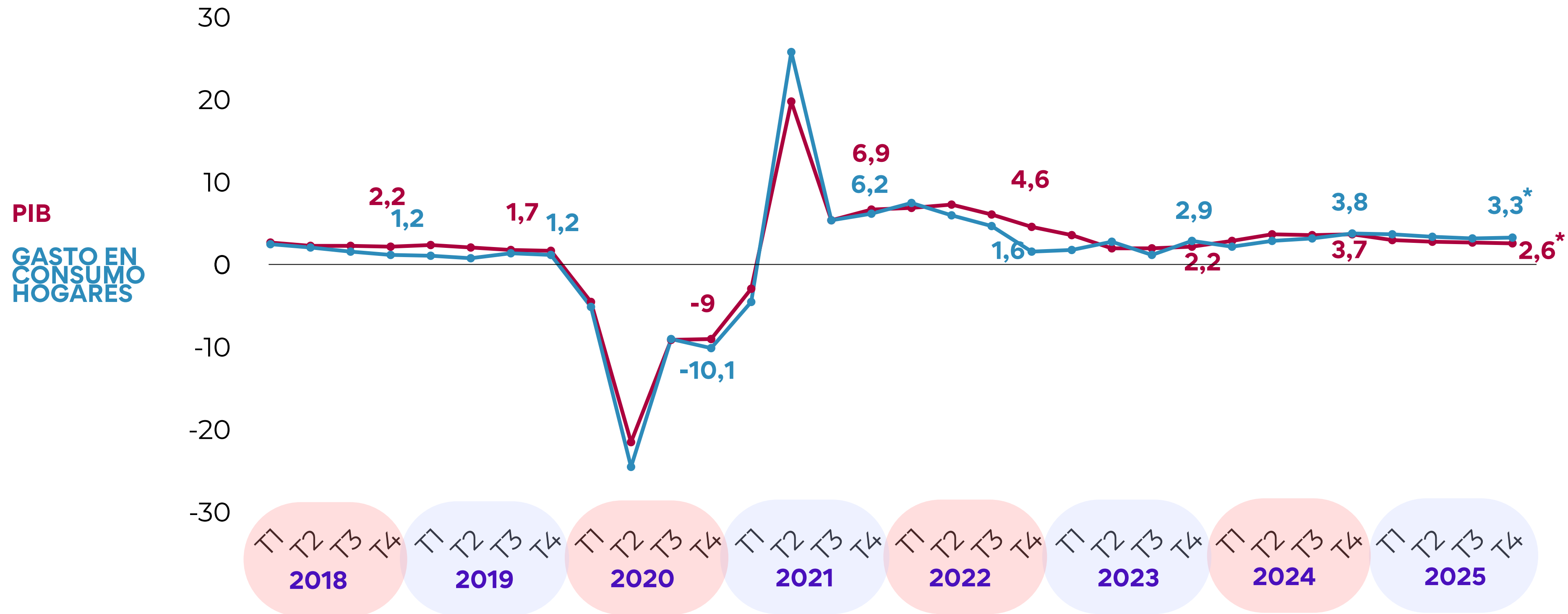
*Dato avanzado

Fuente: INE

CONTEXTO ECONÓMICO



VARIACIÓN ANUAL DEL PIB TRIMESTRAL Y CONSUMO DE HOGAR



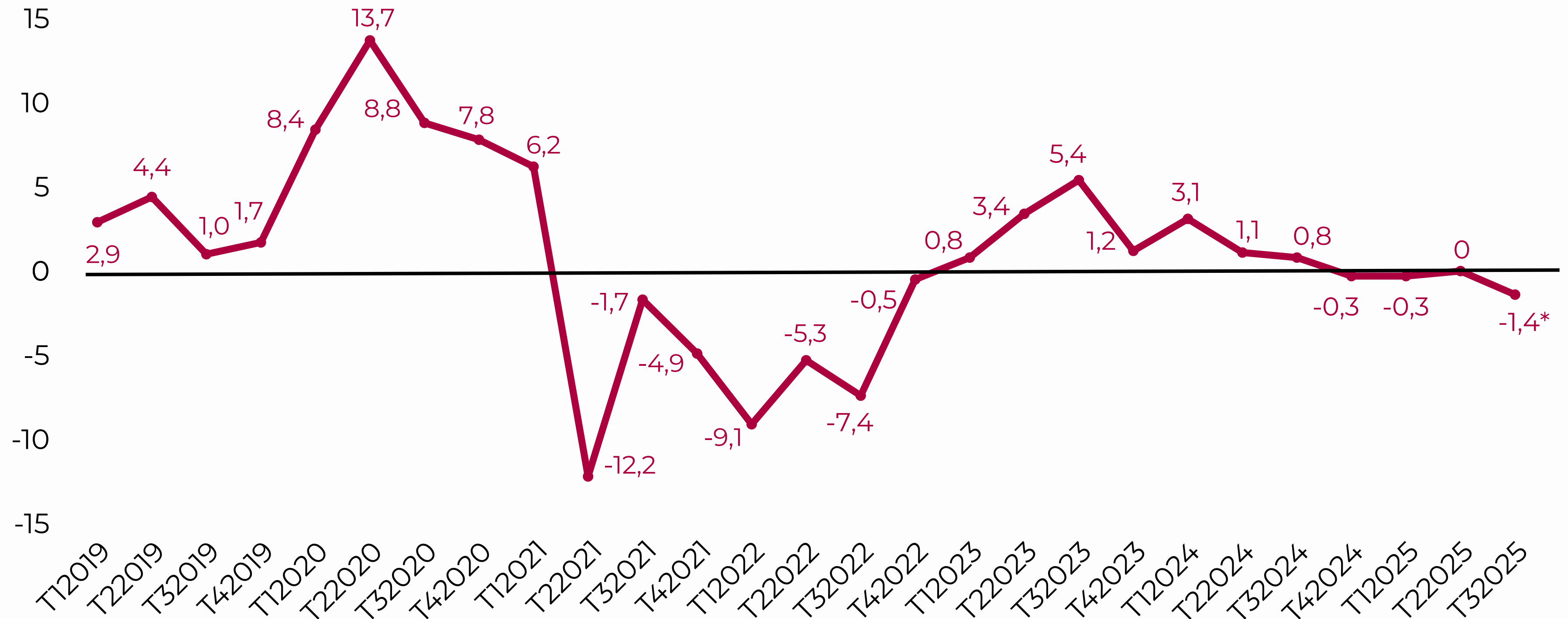
*Dato avanzado

Fuente: INE

CONTEXTO ECONÓMICO



TASA AHORRO HOGARES (Trimestral) (Variación anual)



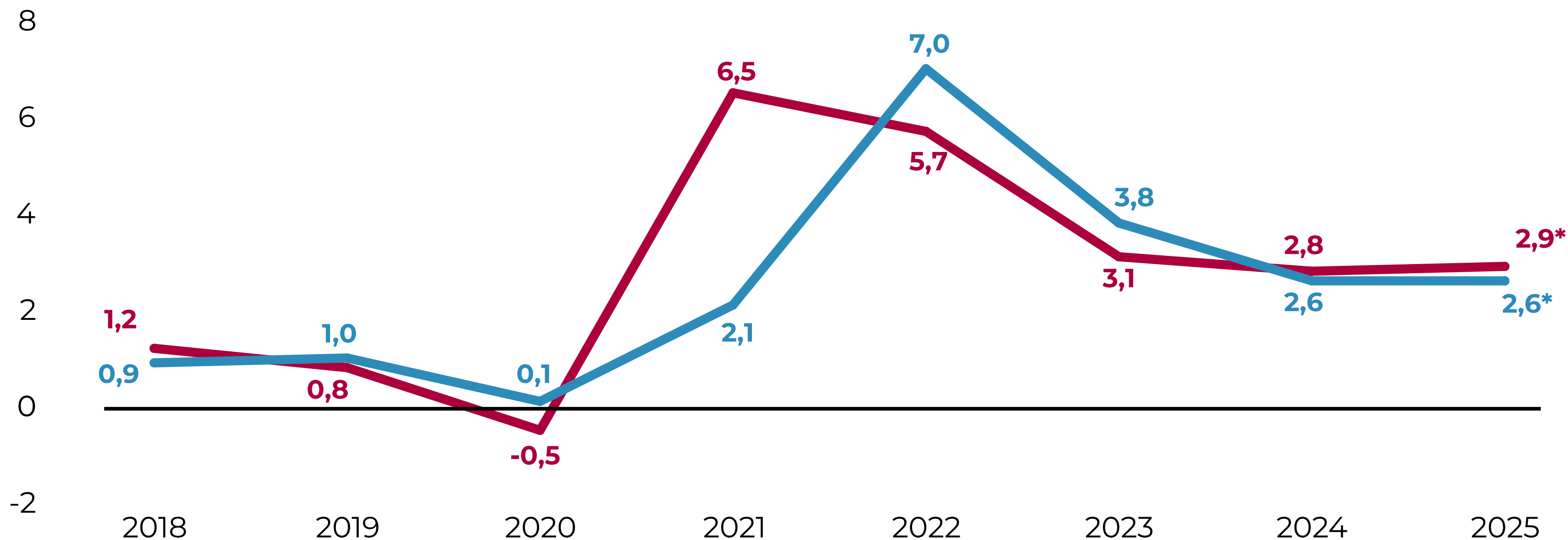
*Dato avanzado

Fuente: INE

CONTEXTO ECONÓMICO

IPC ANUAL GENERAL

IPC ANUAL SUBYACENTE (General sin alimentos no elaborados ni productos energéticos)



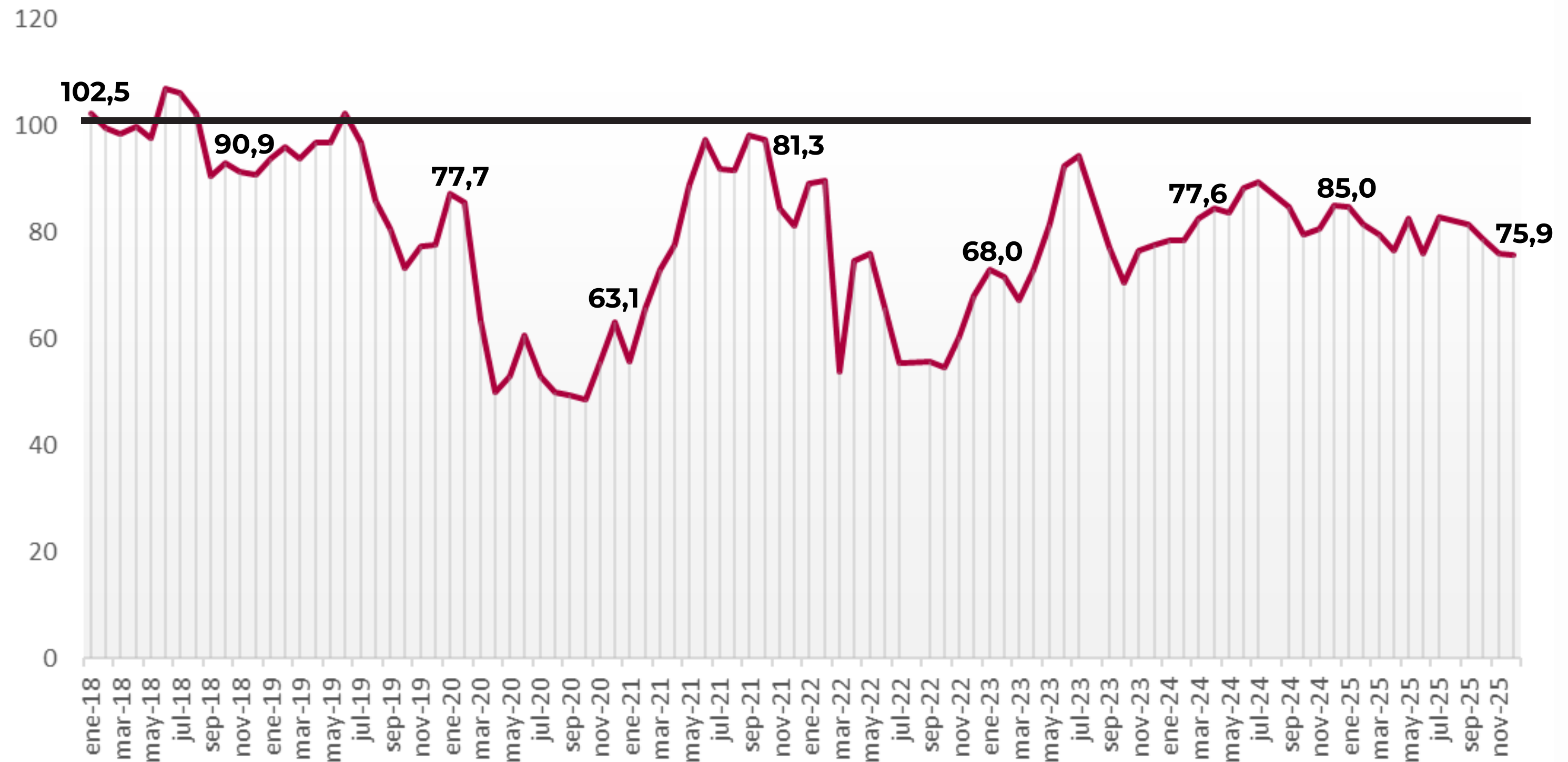
*Dato avanzado

Fuente: INE

CONTEXTO ECONÓMICO

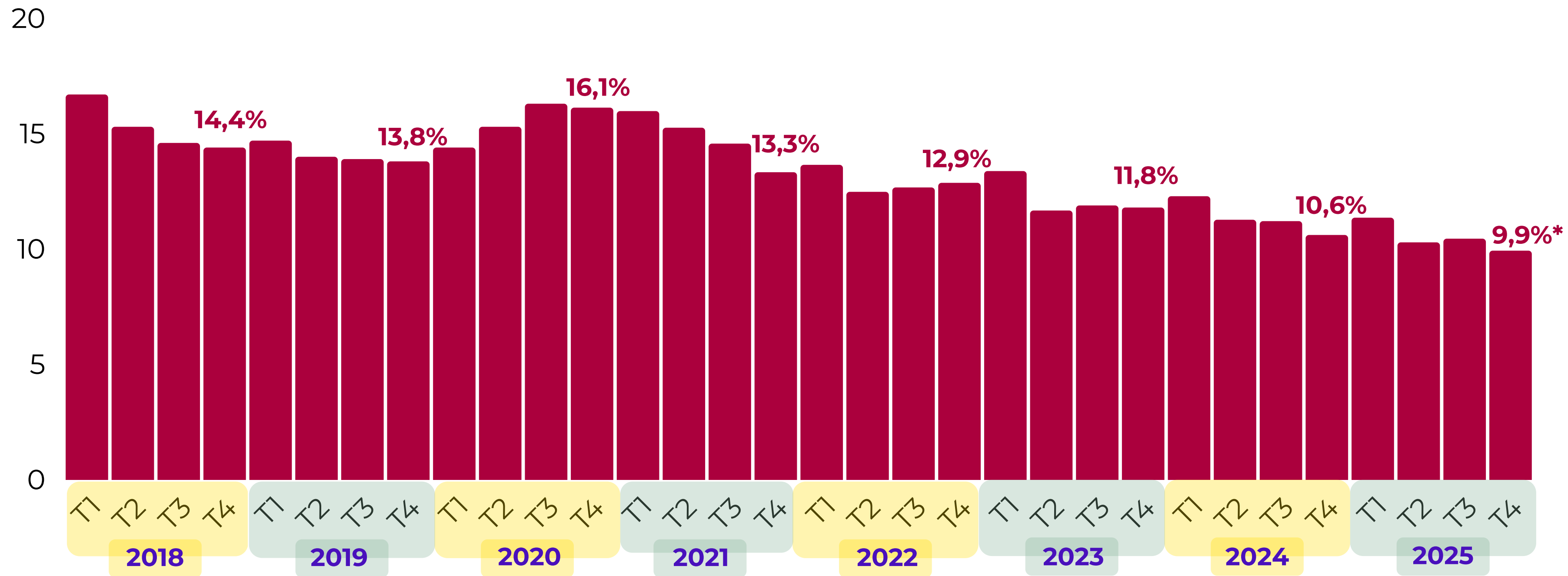


ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



CONTEXTO ECONÓMICO

MERCADO LABORAL: TASA DE DESEMPLEO



*Dato avanzado

Fuente: INE



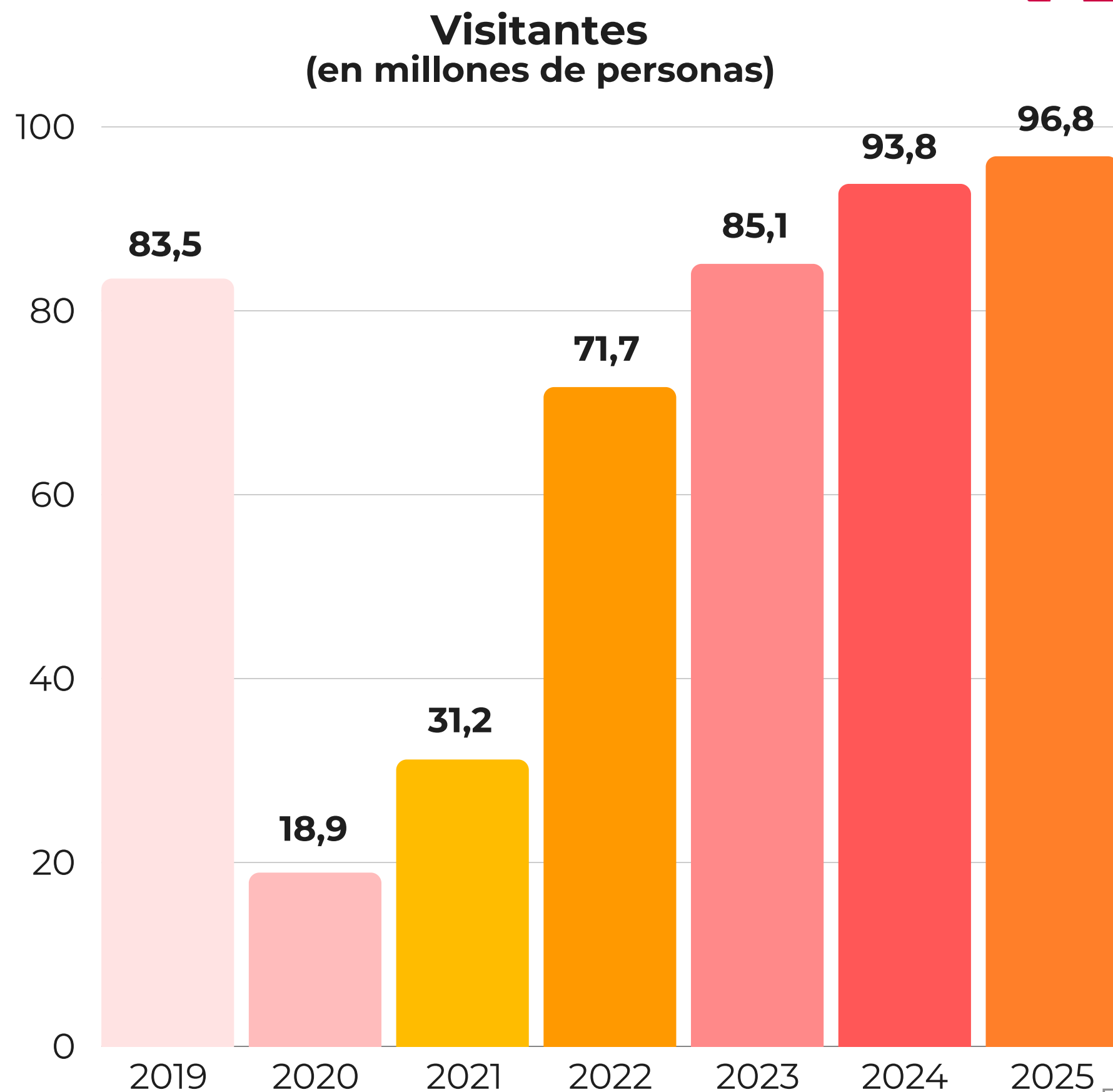
CRECIMIENTO DEL TURISMO

Cifra récord de +96,8M de visitantes

Esto supone un 3,2% más que en 2024

- El gasto total del turismo en España se incrementó un **6,8%** alcanzando los 134.712 millones de euros.
- El gasto medio por turista fue de 1.514 euros, **5%** más que el año pasado.

CRECIMIENTO DEL TURISMO

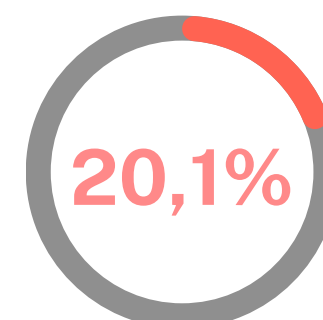


Fuente: INE

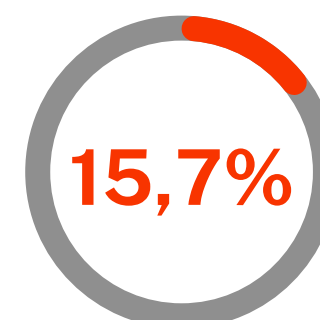


LLEGADA DE TURISTAS

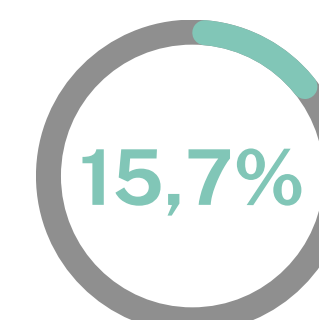
internacionales por C.C.A.A.



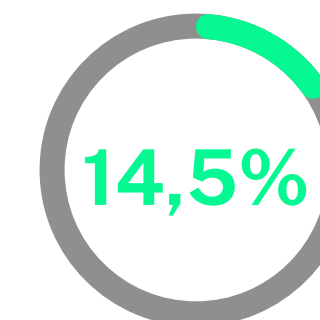
Cataluña



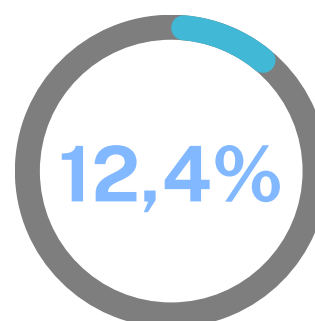
Baleares



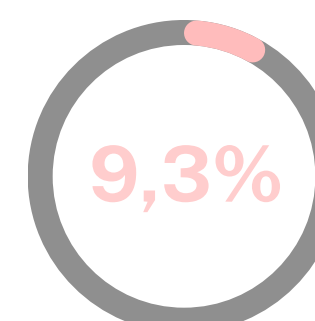
Canarias



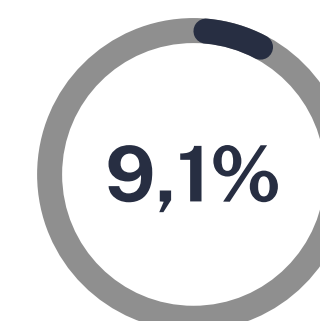
Andalucía



Comunidad Valenciana

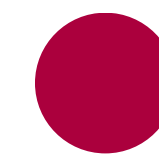


Otras Com.



Madrid

Peso en % de cada C.C.A.A. sobre total de 96,8 millones de turistas



PARQUES Y CENTROS COMERCIALES 2025



CENTROS Y PARQUES COMERCIALES 2025

AEECC

592

CENTROS COMERCIALES

16'9

MILLONES DE M² DE SBA

PESO DEL SECTOR

MOTOR DE EMPLEO

Creación de más de **890.000 PUESTOS DE TRABAJO** de los que un 54% son empleos indirectos y 46% directos.

IMÁN DE CAPITAL

Demostrada capacidad para **atraer inversión extranjera directa**.

EFFECTO MULTIPLICADOR

Por cada euro invertido se genera un **retorno significativo en la cadena de valor y el consumo interno de España**.



MOTOR DE INTEGRACIÓN

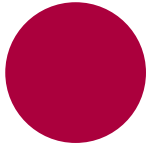
Formamos un ecosistema diverso que impulsa al pequeño inversor

✓ PILAR DE DIVERSIDAD

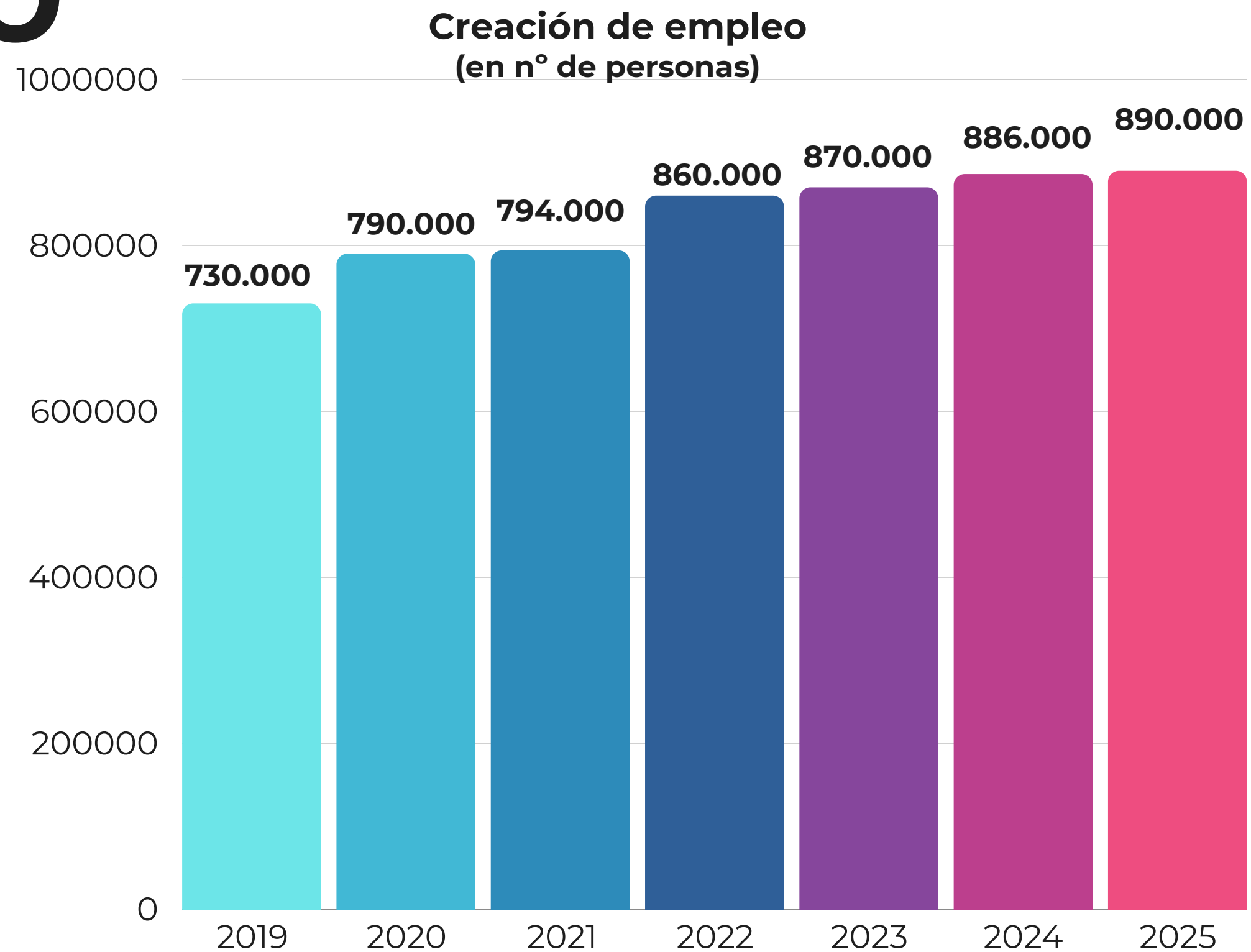
Los centros comerciales son plataformas de convivencia donde **COEXISTEN TODOS LOS FORMATOS DE NEGOCIO.**

✓ EL CORAZÓN DEL CENTRO

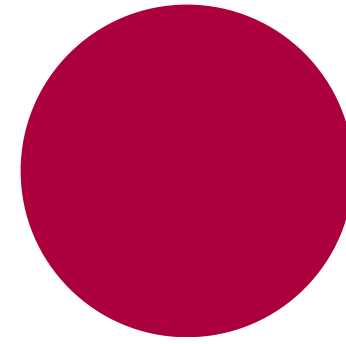
El **85% DE LOS LOCALES** son pequeños comercios (superficie menor a 300 m²).



SOMOS MOTOR ECONÓMICO



CRECIMIENTO DE LAS VENTAS



KPIs 2025

1.955

millones de visitas

+2,4% vs. 2024

58.524

millones € de ventas

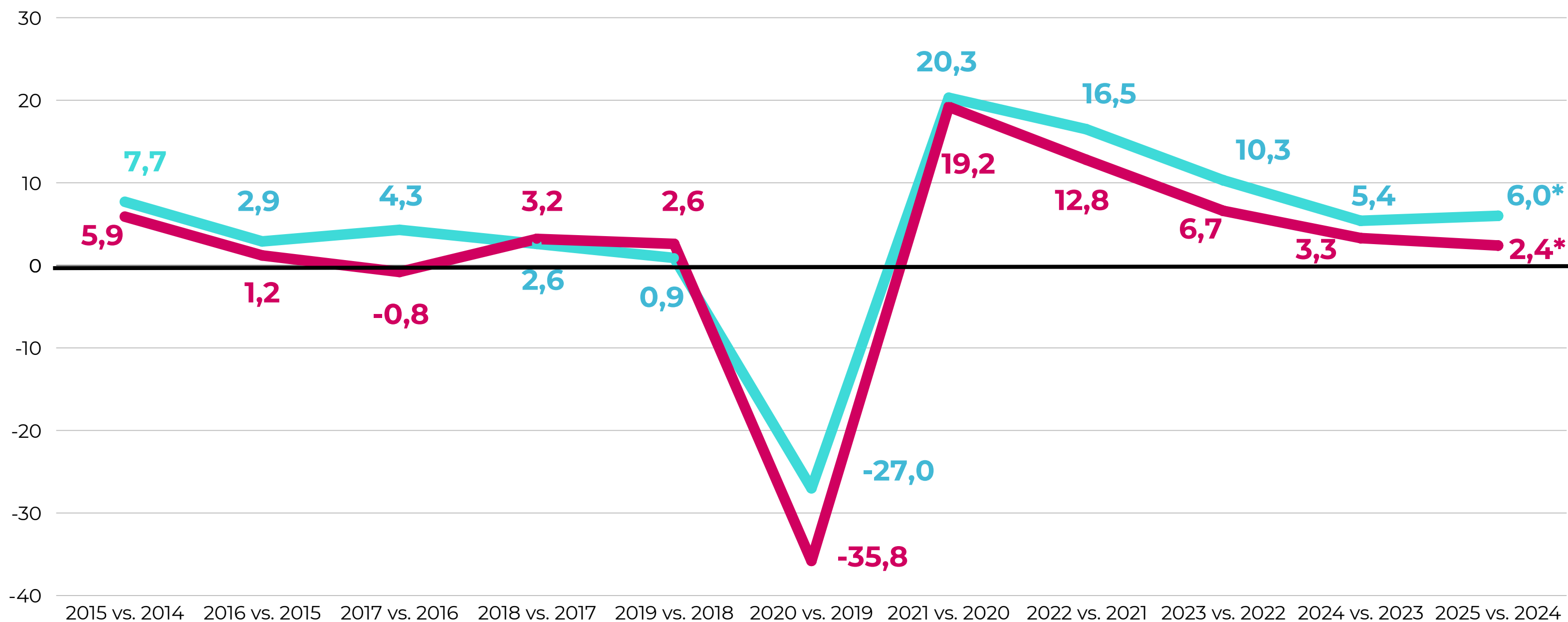
+6,0% vs. 2024

CENTROS COMERCIALES 2025

VARIACIÓN ANUAL: ÍNDICES DE AFLUENCIAS Y VENTAS

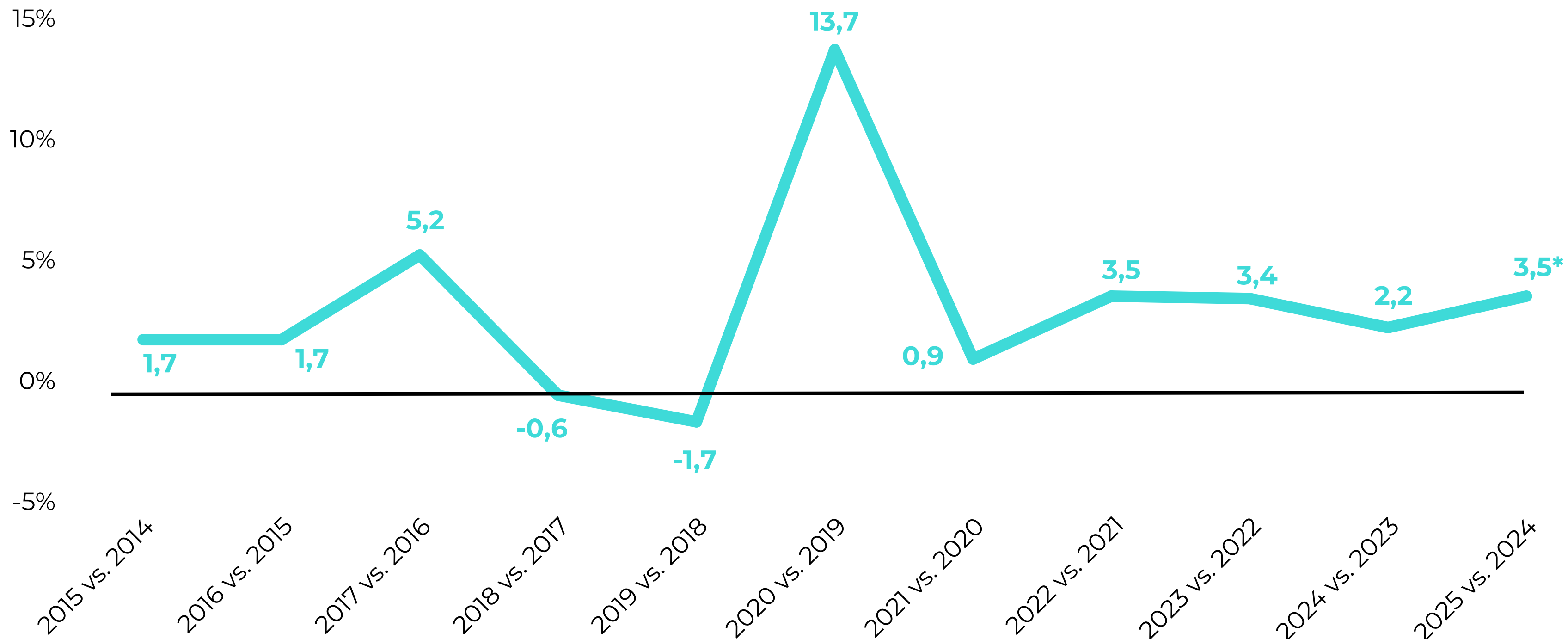
Variación índice
Ventas

Variación índice
afluencias



CENTROS COMERCIALES 2025

VENTA MEDIA POR VISITA



CENTROS COMERCIALES 2025

VENTAS POR ACTIVIDADES: VARIACIÓN ANUAL ÍNDICES



RESTAURACIÓN



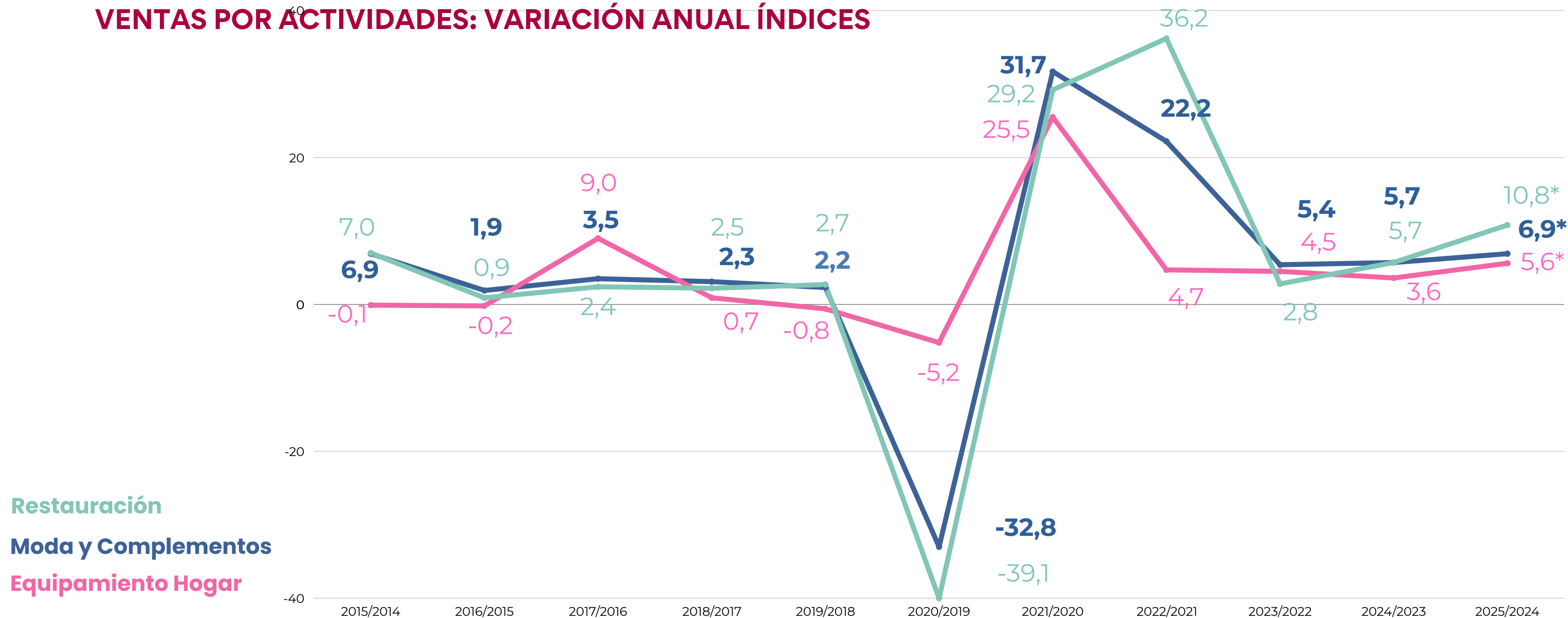
MODA & COMPLEMENTOS



EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

CENTROS COMERCIALES 2025

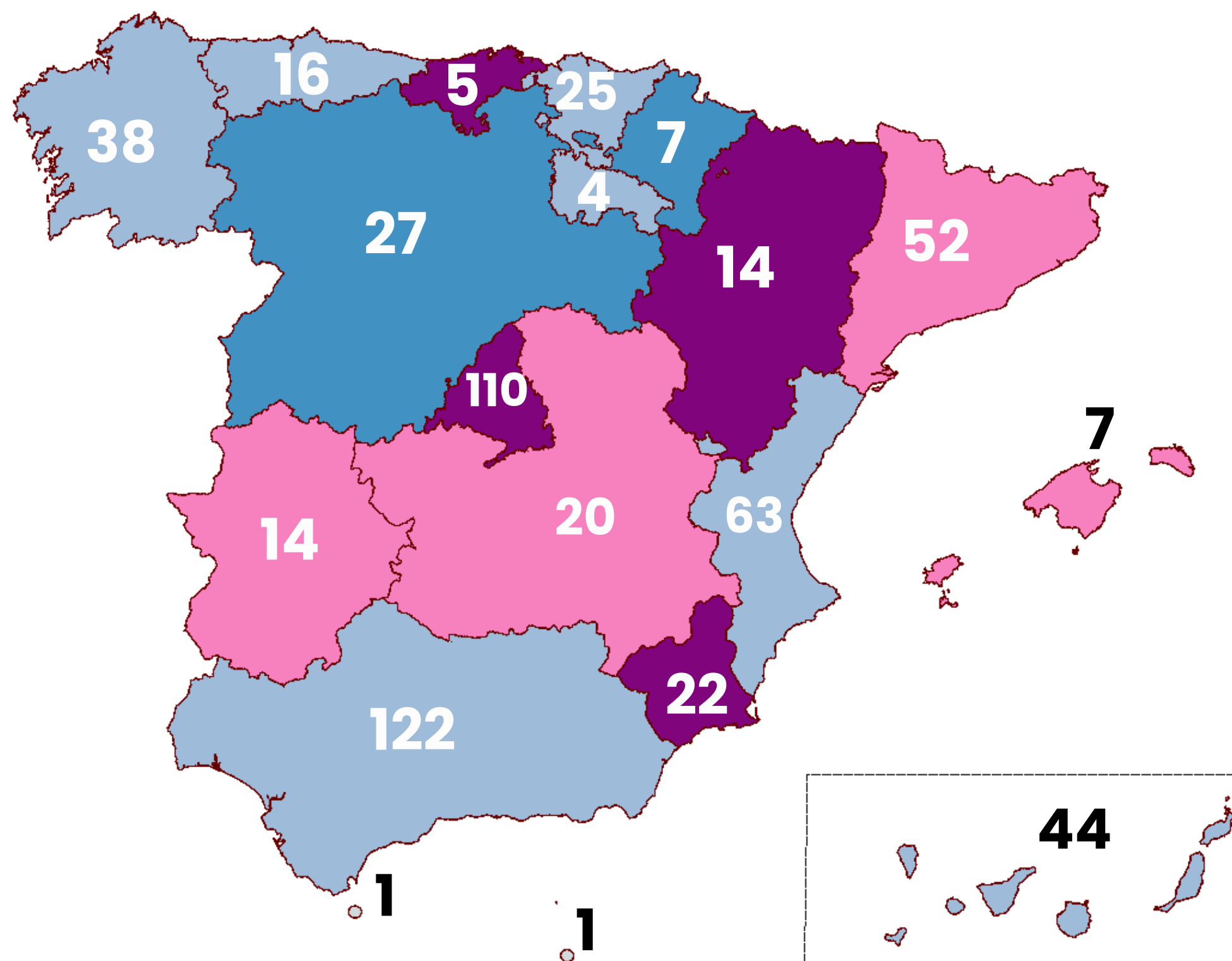
VENTAS POR ACTIVIDADES: VARIACIÓN ANUAL ÍNDICES



Restauración
Moda y Complementos
Equipamiento Hogar

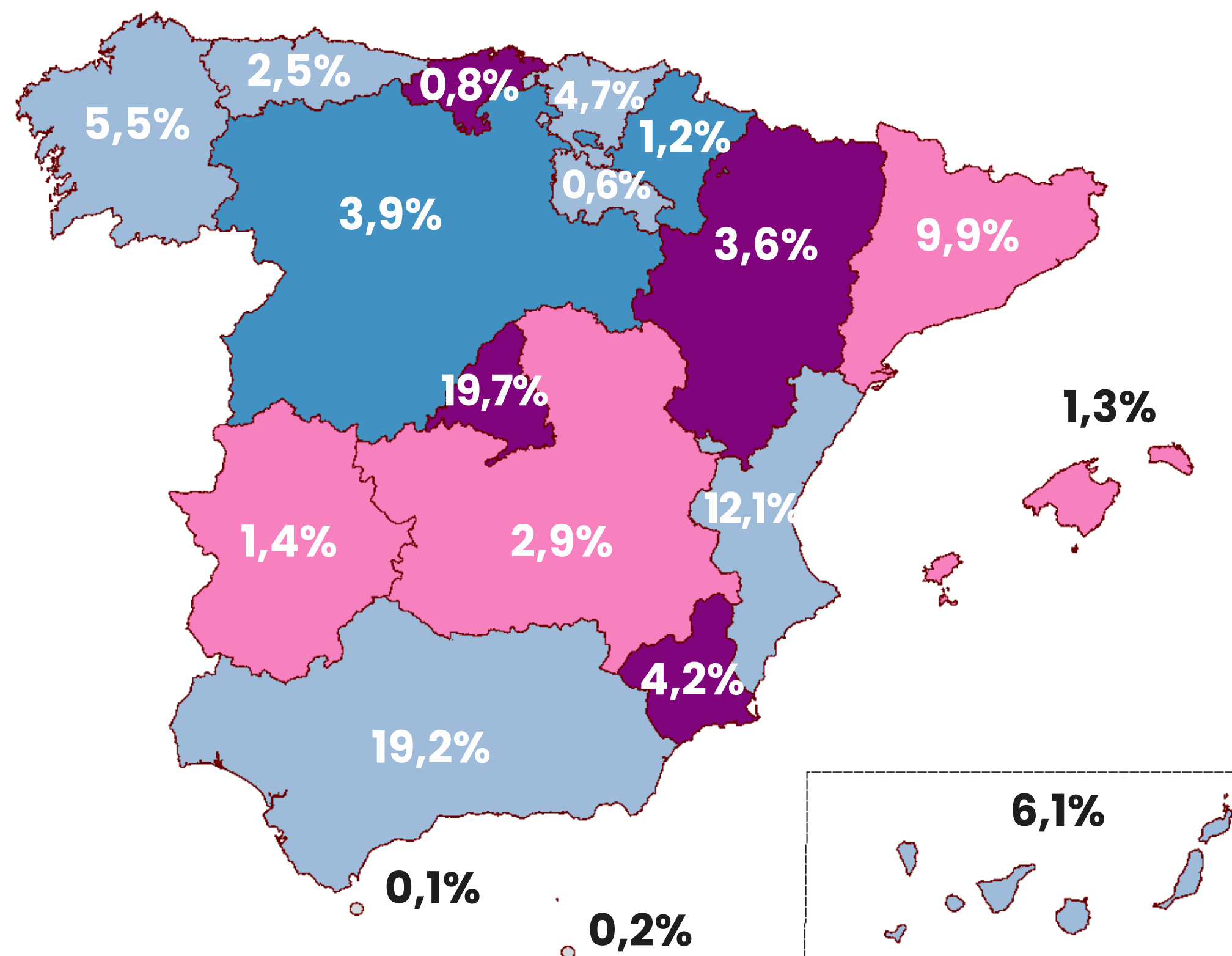
NÚMERO DE CENTROS POR CC.AA.

592 centros y parques comerciales



PORCENTAJE DE SBA TOTAL POR CC.AA.

Madrid y Andalucía son las dos comunidades autónomas con más superficie bruta alquilable



DENSIDAD DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES POR HABITANTE

La densidad media en España es de 343 m² SBA
por cada 1.000 habitantes

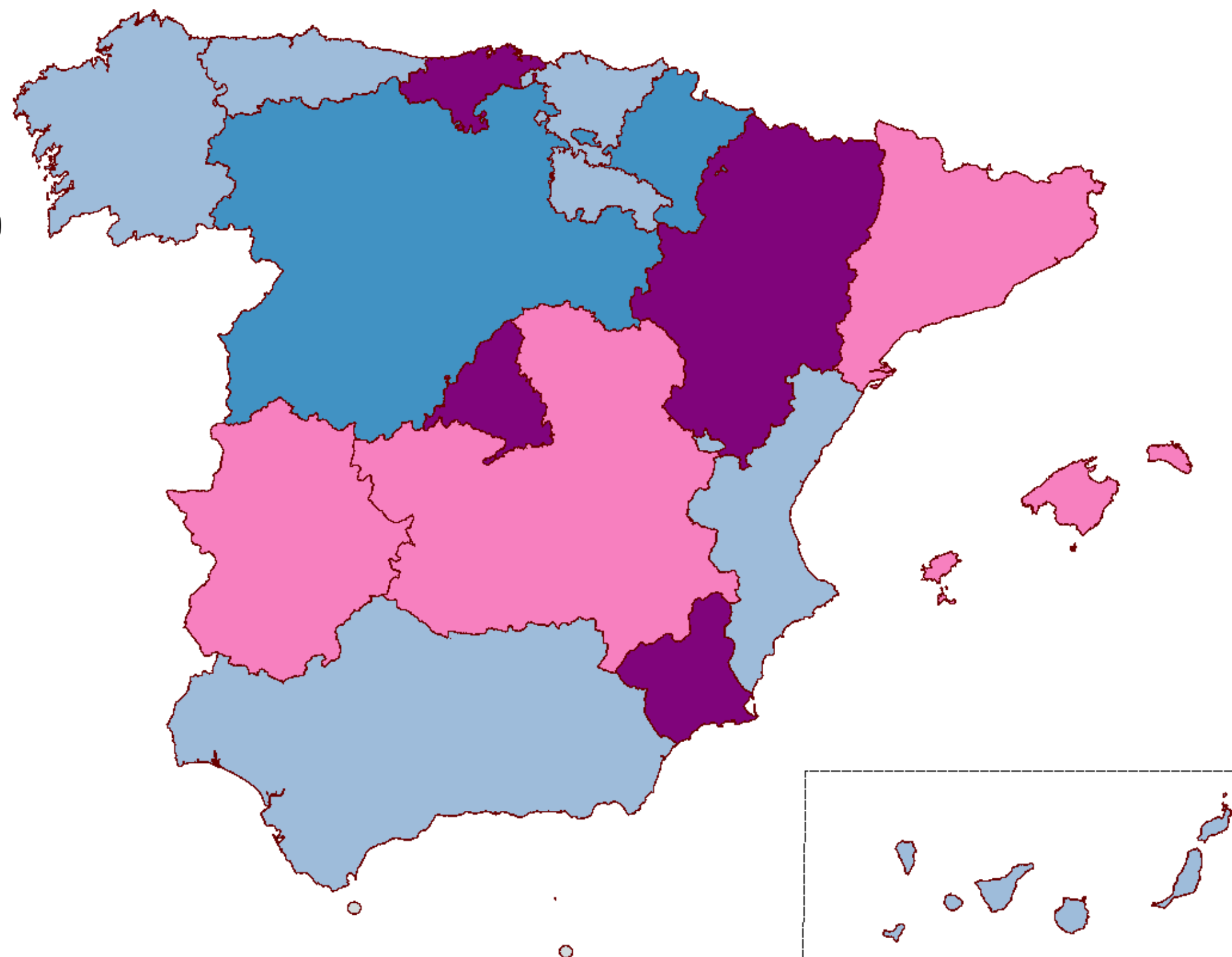
438 – 528

448 – 438

236 – 348

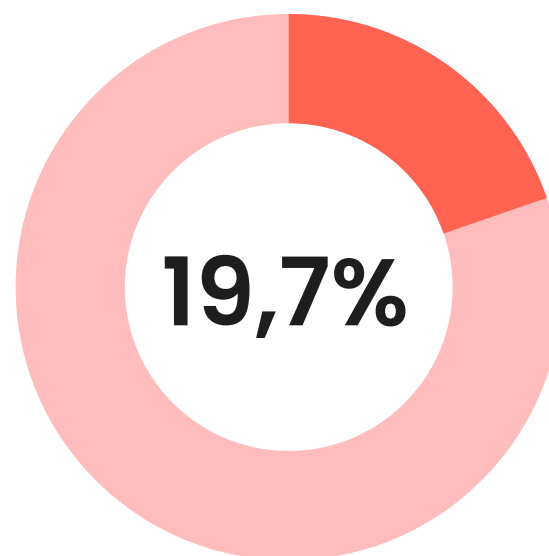
189 – 228

m² de SBA
por cada 1.000 habitantes



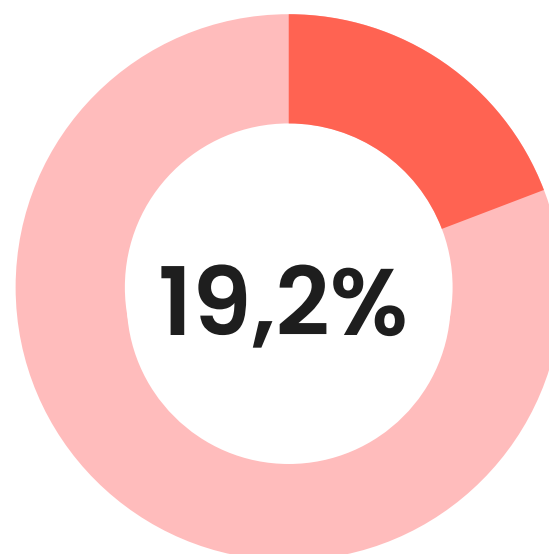
CC.AA. CON MAYOR PORCENTAJE DE SBA

Cálculo hecho sobre el total del sector español



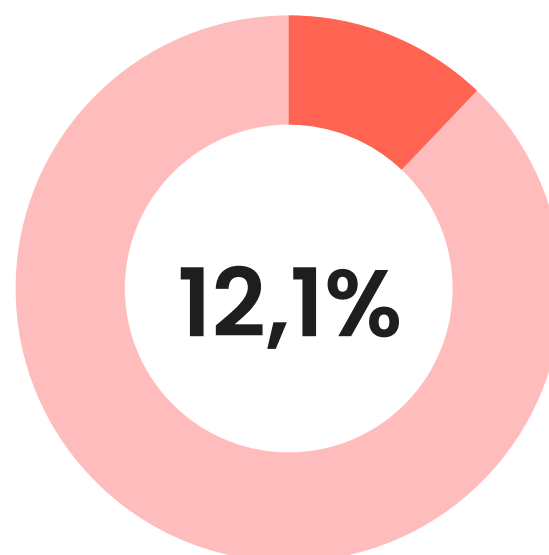
MADRID

con **110** centros y
parques comerciales



ANDALUCIA

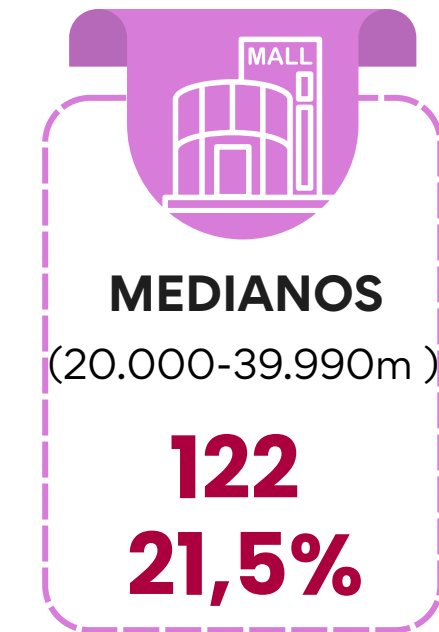
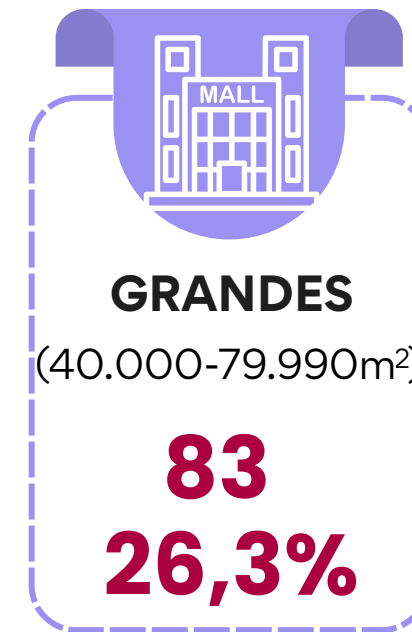
con **122** centros y
parques comerciales



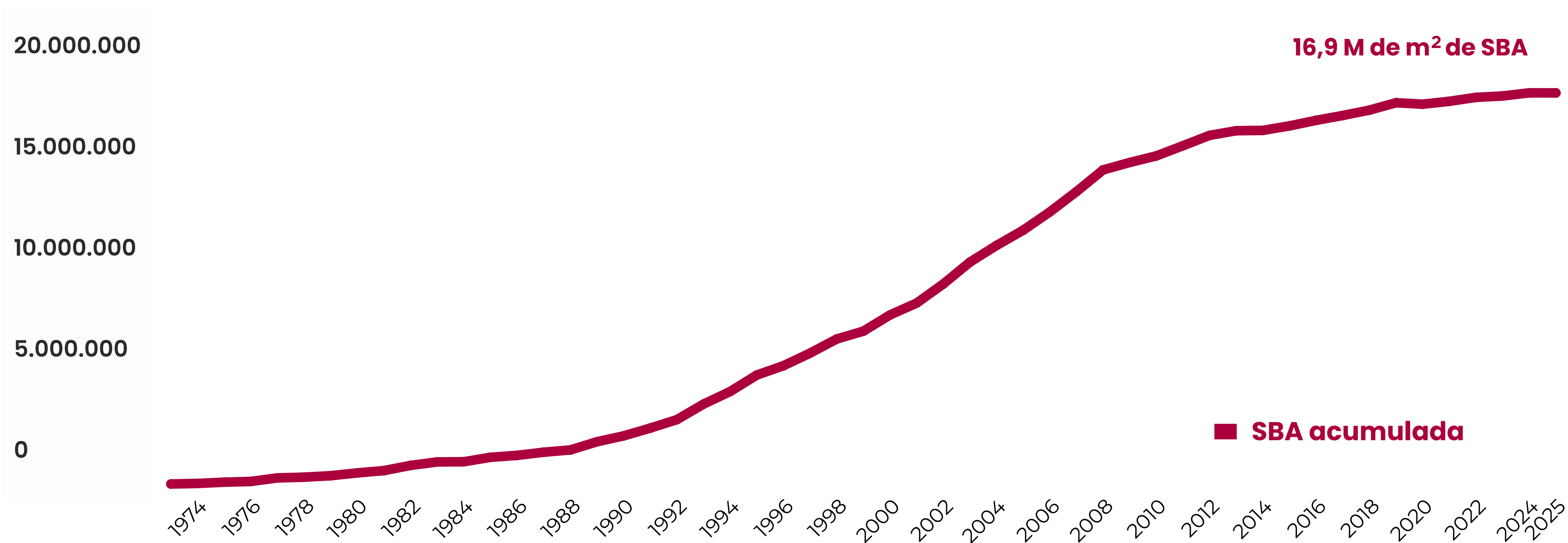
COMUNIDAD VALENCIANA

con **63** centros y
parques comerciales

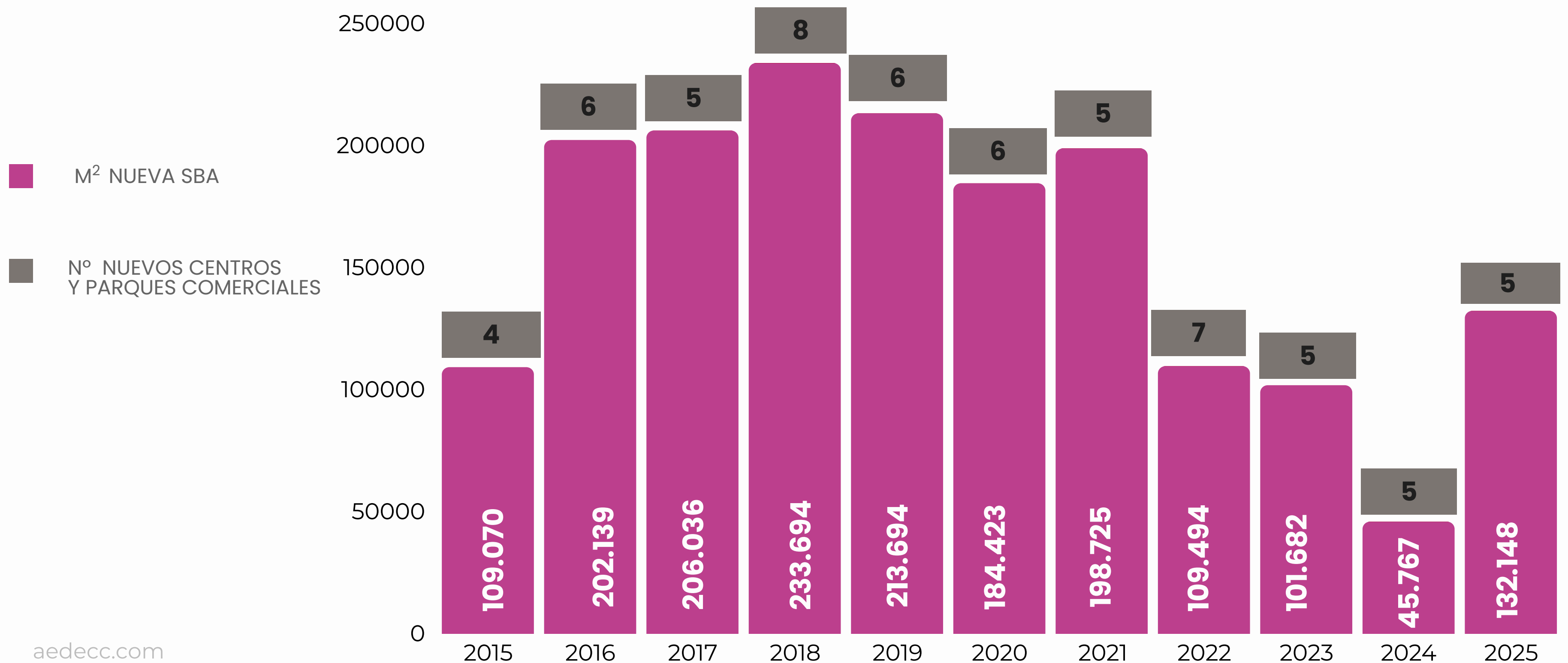
NÚMERO DE CENTROS POR TIPOLOGÍA Y PORCENTAJE TOTAL DE SBA



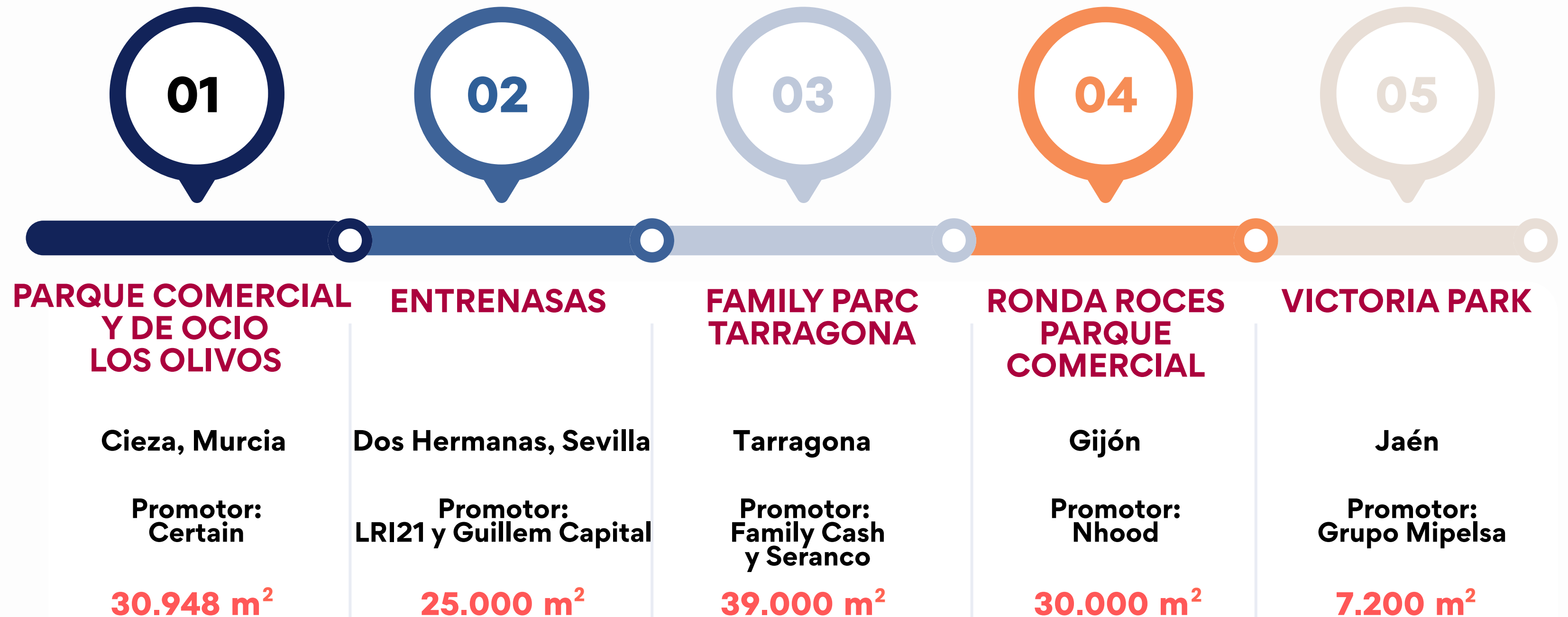
SUPERFICIE DE VENTA



EVOLUCIÓN Y APERTURAS



APERTURAS DE CENTROS 2025



BUENAS PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN

Hasta el año 2028



Los parques comerciales serán la
tipología con más nuevos desarrollos

36 nuevos proyectos

BUENAS PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN HASTA 2028

934.629 m²
de nueva SBA

28
Parques
Comerciales

2
Centros
Comerciales
Muy Grandes

1
Centro
Comercial
Grande

1
Centro
Comercial
Mediano

3
Centros
Comerciales
Pequeños

1
Centro
de Ocio

AEC**C**

aedecc.com



PARQUES COMERCIALES

Continúan ganando atractivo, tanto para visitantes, como para inversores

Se han convertido en un fenómeno de análisis en el que influyen varios factores:

- ✓ Han comenzado a incorporar elementos tradicionalmente asociados a centros comerciales, como una **oferta variada de servicios, restaurantes y zonas de ocio.**
- ✓ Desde su concepción se diseñan **espacios abiertos y verdes** que invitan a ser recorridos y disfrutados.
- ✓ Enfoque en la **experiencia del cliente**, con nuevas estrategias de marketing que buscan crear **comunidad** y atraer a más visitantes.

28 PROYECTOS

DE PARQUES COMERCIALES 2026-2028



NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO CENTRO	SBA (m²)
Alerce Park Aranjuez	Aranjuez	Madrid	Alerce Real Estate	PC	20.000
Alerce Park Colmenar	Colmenar Viejo	Madrid	Alerce Real Estate	PC	14.500
Alerce Park Valdecarros	Madrid	Madrid	Alerce Real Estate	PC	25.000
Breogán Park	A Coruña	A Coruña	Pelayo Capital	PC	70.000
Imagina Parque Comercial	Getafe	Madrid	Sociedad Parque Imagina	PC	15.000
Leroy Merlin Phygital & Co	San Cristóbal de la Laguna	Santa Cruz de Tenerife	Inmobiliaria Leroy Merín	PC	23.000
Linares Plaza	Linares	Jaén	AZOD (Azabache grupo)	PC	21.000
Nasas Cuenca	Cuenca	Cuenca	LRI21	PC	25.000
OMO Utrera Park	Utrera	Sevilla	OMO Retail	PC	5.500
Os Regos Retail Park	Oleiros	A Coruña	Inversiones Sarrianas	PC	16.114
Parque Comercial Alcalá de Henares	Alcalá de Henares	Madrid	Bogaris	PC	21.400
Parque Comercial Cáceres	Cáceres	Cáceres	Bogaris	PC	10.000
Parque Comercial Colmenar Viejo	Colmenar Viejo	Madrid	Nhood, MCore y BN Capital	PC	16.435
Parque Comercial Orense	San Cibrao das Viñas	Ourense	Bogaris	PC	15.300
Parque Comercial Porta Nucia	La Nucia	Alicante	Inmoking	PC	10.000

28 PROYECTOS

DE PARQUES COMERCIALES 2026-2028



NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO CENTRO	SBA (m²)
Parque Comercial San Lorenzo de El Escorial	San Lorenzo del Escorial	Madrid	Bogaris	PC	15.400
Parque Comercial Sevilla Norte	Higuerón Sur	Sevilla	Bogaris	PC	16.800
Parque Comercial Suba Purchil	Granada	Granada	Suba Capital	PC	8.500
Parque Comercial Tres Caminos II	Puerto Real	Cádiz	Polígono Industrial Tres Caminos	PC	15.000
Parque Comercial Trocadero	Puerto Real	Cádiz	Batex & Duplex	PC	6.500
Parque Comercial Vilanova	Vilanova de Aurosa	Pontevedra	Desarrollos Vilanova	PC	23.000
PC Alcaidesa Marina Ocio & Shopping	La Línea de la Concepción	Cádiz	Alcaidesa Servicios	PC	16.500
Promenade Lleida	Lleida	Lleida	Eurofund Group y Frey Invest	PC	56.500
Salyt Parque Comercial	Málaga	Málaga	Edifissa Parque Comercial Salyt	PC	21.630
Señorío Plaza	Illescas	Toledo	Ordesa (Comercializadora: Wit Retail)	PC	32.000
Sur Córdoba Shopping	Córdoba	Córdoba	Batex & Duplex	PC	62.000
Tarraco Centrum	Tarragona	Tarragona	General de Galerías Comerciales	PC	19.000
Way Cáceres	Cáceres	Cáceres	Kronos	PC	25.000

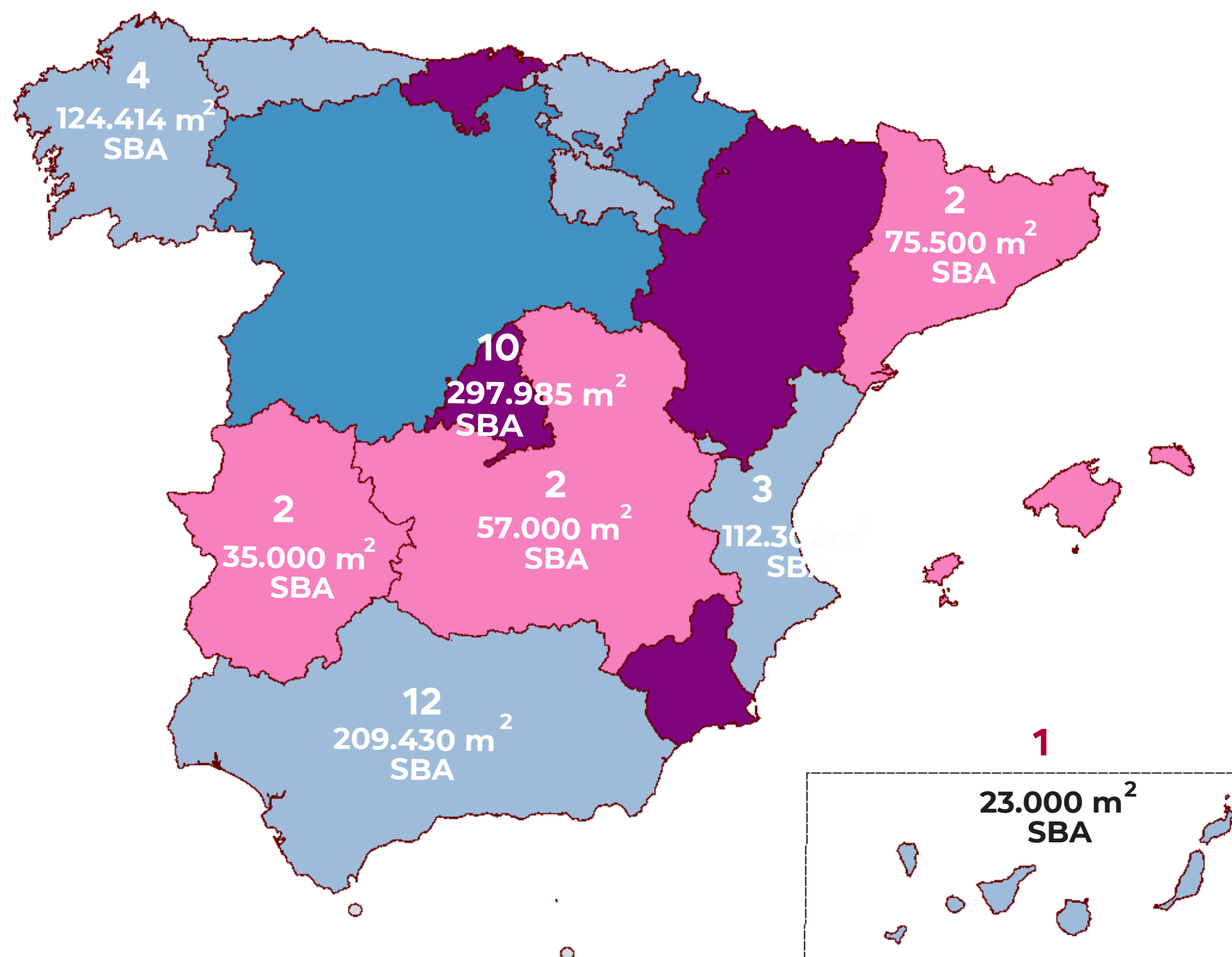
8 Proyectos

DE CENTROS COMERCIALES 2026-2028



NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO CENTRO	SBA (m²)
Boadilla Hills Lifestyle & Gourmet	Boadilla del Monte	Madrid	Boadilla Green Eco Village SL	PE	6.250
Infinity	Valencia	Valencia	General de Galerías Comerciales	MG	92.000
Isla Chica	Huelva	Huelva	LRI21	ME	22.000
Marbell Center	Marbella	Marbella	LRI21	PE	9.000
Mayorazgo	Málaga	Málaga	LRI21	PE	5.000
Metropolitano	Madrid	Madrid	LRI21	GR	40.000
Paseo del Mar	Torrevieja	Alicante	Inmuebles y Negocios del Sol SL	CO	10.300
Valdebebas Shopping	Madrid	Madrid	General de Galerías Comerciales	MG	124.000
					308.550 m²

36 NUEVOS PROYECTOS HASTA 2028

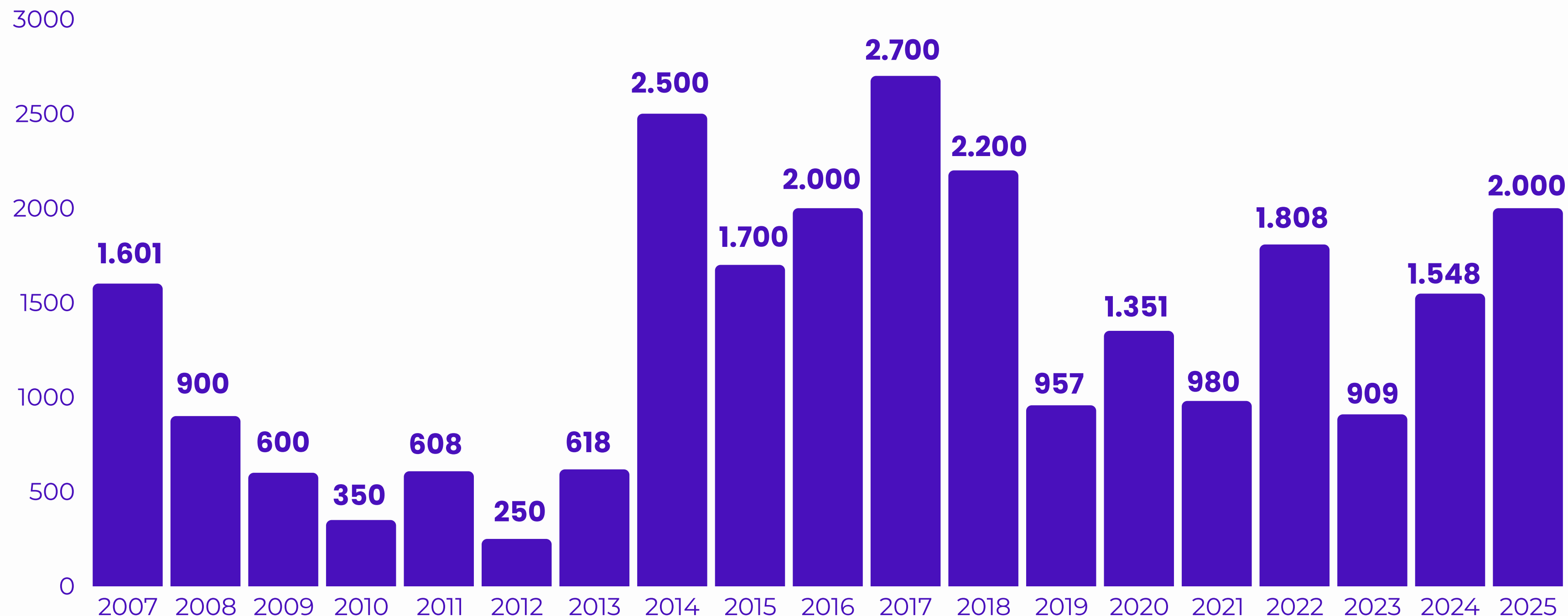


Centros Comerciales 2025



MERCADO DE INVERSIÓN

(en millones de euros)



PRINCIPALES REFORMAS, RENOVACIONES, AMPLIACIONES

A día de hoy **30 activos**
están reformándose,
es decir un 8,2% de
la SBA del sector,
lo que suma más de
1.380.000 m²
de SBA

Marineda City

A Coruña
SBA: 176.000 m²
Inversión: 41 M€

L'illa Diagonal

Barcelona
SBA: 35.000 m²
Inversión: 32 M€

El Faro

Badajoz
SBA: 66.300 m²
Inversión: 22,4 M€

Área Sur

Jerez de la Frontera,
Cádiz
SBA: 47.187 m²
Inversión: 5 M€

Las Rozas The Style Outlets

Madrid
SBA: 9.600 m²
Inversión: 3 M€

La Vega

Alcobendas, Madrid
SBA: 27.851 m²

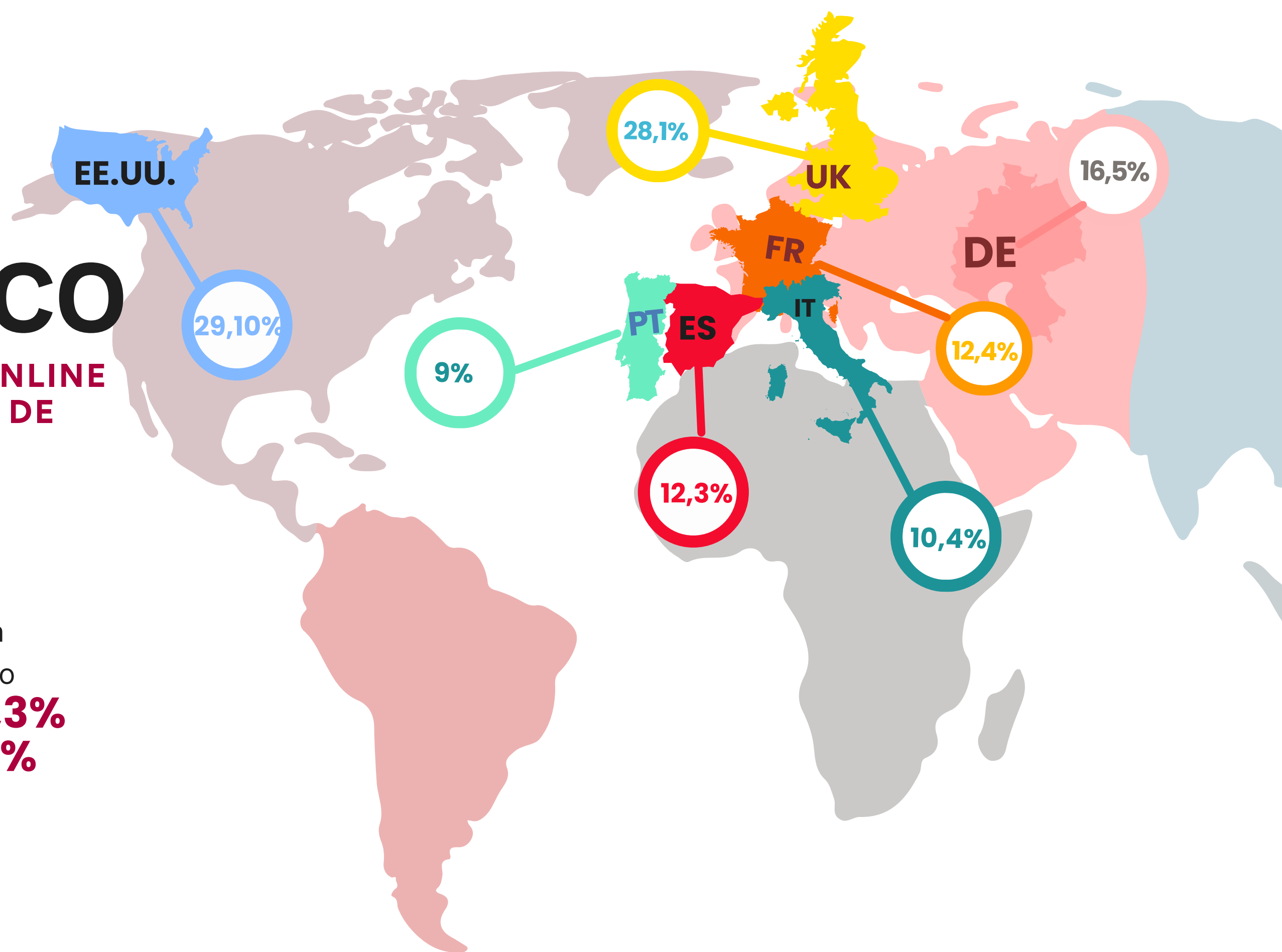


En 2025 se renovaron casi **400.000 m²** de SBA

PESO DEL COMERCIO ELECTRONICO

PORCENTAJE DEL COMERCIO ONLINE SOBRE EL TOTAL DEL VOLUMEN DE VENTAS DEL RETAIL

La penetración del comercio electrónico en Europa es, de media, un **16,5%**, estando España por debajo de la media con un **12,3%** Italia con un **10,4%**, Francia con **12,4%** y Portugal con **9%**



GESTIÓN RESPONSABLE

**OPERAMOS NUESTROS CENTROS BUSCANDO
GENERAR UN IMPACTO POSITIVO**

La gestión responsable de los centros y parques comerciales implica un enfoque sostenible, eficiente y socialmente consciente, lo que garantiza su éxito a largo plazo.

Esto se evidencia en la incorporación de medidas y actuaciones que impactan positivamente tanto en la sociedad, como en el medio ambiente.



ESPACIOS SEGUROS

LOS CENTROS Y PARQUES COMERCIALES ESTÁN DOTADOS CON SISTEMAS QUE GARANTIZAN LA SEGURIDAD DE SUS VISITANTES

- ✓ Los centros cuentan con **equipos de emergencias e intervención** formados y entrenados para distintos tipos de emergencias. Los componen fundamentalmente personal de la Gerencia, el equipo de seguridad y el de mantenimiento. Todos ellos tienen funciones específicas perfectamente definidas.
- ✓ Existen **sistemas de protección activa** para la prevención de incidentes, como videovigilancia, control de accesos, lectores de matrículas, sistemas antiintrusión y de detección de incendios. Igualmente, contamos con **sistemas de seguridad pasiva** para protección en caso de siniestros, como sistemas automáticos de alarma y extinción de incendios, megafonía de evacuación, sectorización contra incendios y evacuación de humos.
- ✓ Durante una catástrofe, los centros desempeñan la labor de **centro social y logístico**, dando refugio a visitantes y apoyo a las autoridades.



EN LOS CENTROS DE TODOS

ABRAZAMOS LA
CULTURA
“PET FRIENDLY”

Consideramos que los perros son parte de la familia y que es importante disfrutar de nuestro tiempo libre con ellos, por eso, en torno al **52%** de nuestros centros en España aplican políticas “Pet Friendly”.



SOMOS
PET FRIENDLY



NUESTRO COMPROMISO

LOS ODS FIJAN LA ÉTICA DE LOS RETOS QUE NUESTRO SECTOR SE HA PLANTEADO A LARGO PLAZO DEMOSTRANDO LA MEJORA ENERGÉTICA, ECONÓMICA Y DE BIENESTAR

COMO RESULTADO DE LAS MEDIDAS ADOPTADAS, ENCAMINADAS A ALCANZAR ESTOS OBJETIVOS:



El **+60%** de los centros y parques comerciales cuentan con **certificación medioambiental BREEAM**, aunque existen grandes tenedores cuyos portfolios están totalmente certificados, lo que demuestra un **fuerte compromiso individual con la sostenibilidad** más allá de la media del mercado.



+75% de la electricidad consumida en nuestros espacios posee **garantía de origen renovable**.



En el listado MERCO 2025 para España, de las 100 empresas más responsables en términos ESG, al menos un **18% son empresas vinculadas directa o indirectamente con nuestro sector:**

Inditex, Mercadona, Ikea, Corte Inglés, Leroy Merlin, Decathlon, Carrefour, Eroski, Acciona, Lidl, Consum, McDonalds, Día, Ecoalf...

MIRANDO AL FUTURO

ARQUITECTURA Y DISEÑO CENTRADOS EN LA EXPERIENCIA



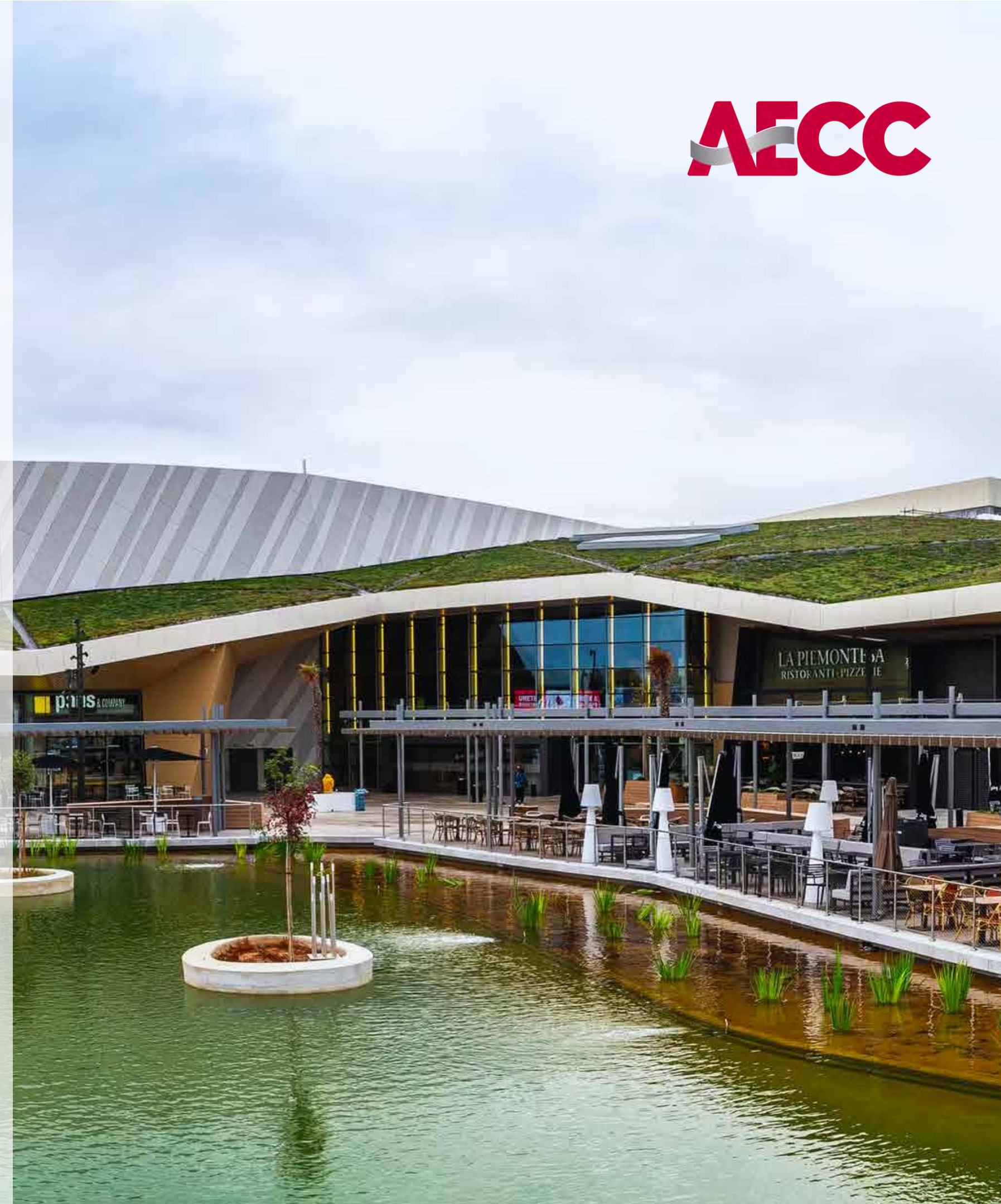
Espacios flexibles que se adaptan según necesidades.



Se prioriza en los espacios la **luz natural, el confort acústico y la accesibilidad universal.**



Los diseños integran **zonas verdes** porque se trata de invitar a quedarse, compartir, estar a gusto y querer volver.



EL VALOR EXPERIENCIAL

EXPERIENCIAS, SERVICIOS, COMUNIDAD

- ✓ El centro comercial ya se ha convertido en un **punto de encuentro social**, dejando de ser un mero depósito de compras.
- ✓ Las visitas se transforman ahora en **una experiencia** de propósito múltiple por los **servicios relevantes** que ofrecemos: gimnasios, spas, servicios de salud, coworking zonas infantiles, gastronomía, etc.
- ✓ Los comercios están a la **vanguardia de la tecnología**, lo que agiliza las compras y mejora la experiencia de usuario.



SOSTENIBILIDAD COMO CENTRO DEL MODELO

ALGO QUE ENTENDEMOS COMO REQUISITO
INDISPENSABLE PARA ATRAER VISITANTES Y MARCAS

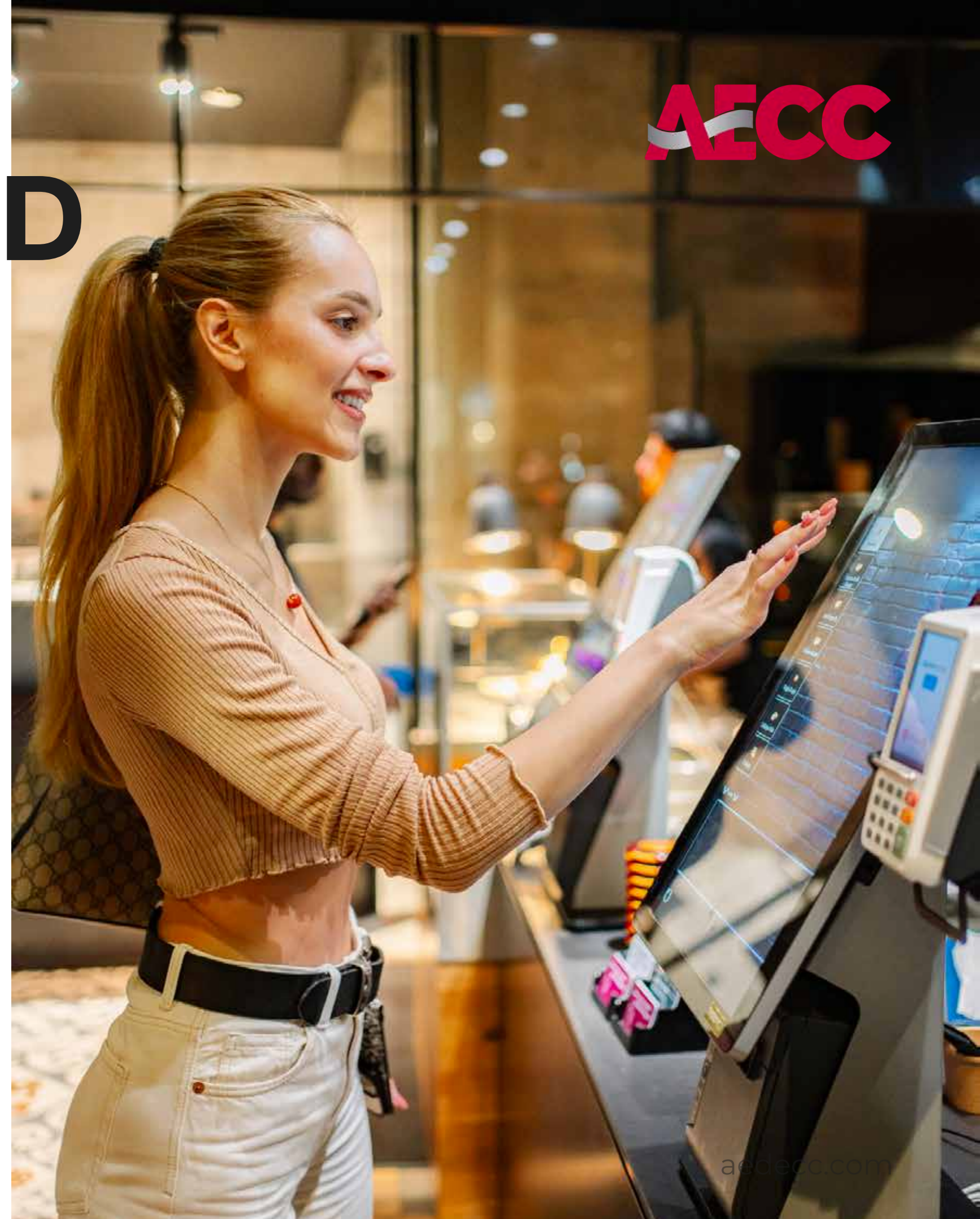
- ✓ Energía solar y medidas de **eficiencia energética.**
- ✓ **Reciclaje** y utilización de materiales respetuosos con el medioambiente con enfoque clave en **arquitectura sostenible.**
- ✓ **Movilidad eléctrica** con la integración de cargadores, patinetes, espacios para bicicletas...



OMINICANALIDAD REAL

EL CLIENTE EMPLEA TODOS LOS CANALES
COMO UNO SOLO PORQUE LA EXPERIENCIA
ONLINE Y OFFLINE SE UNEN

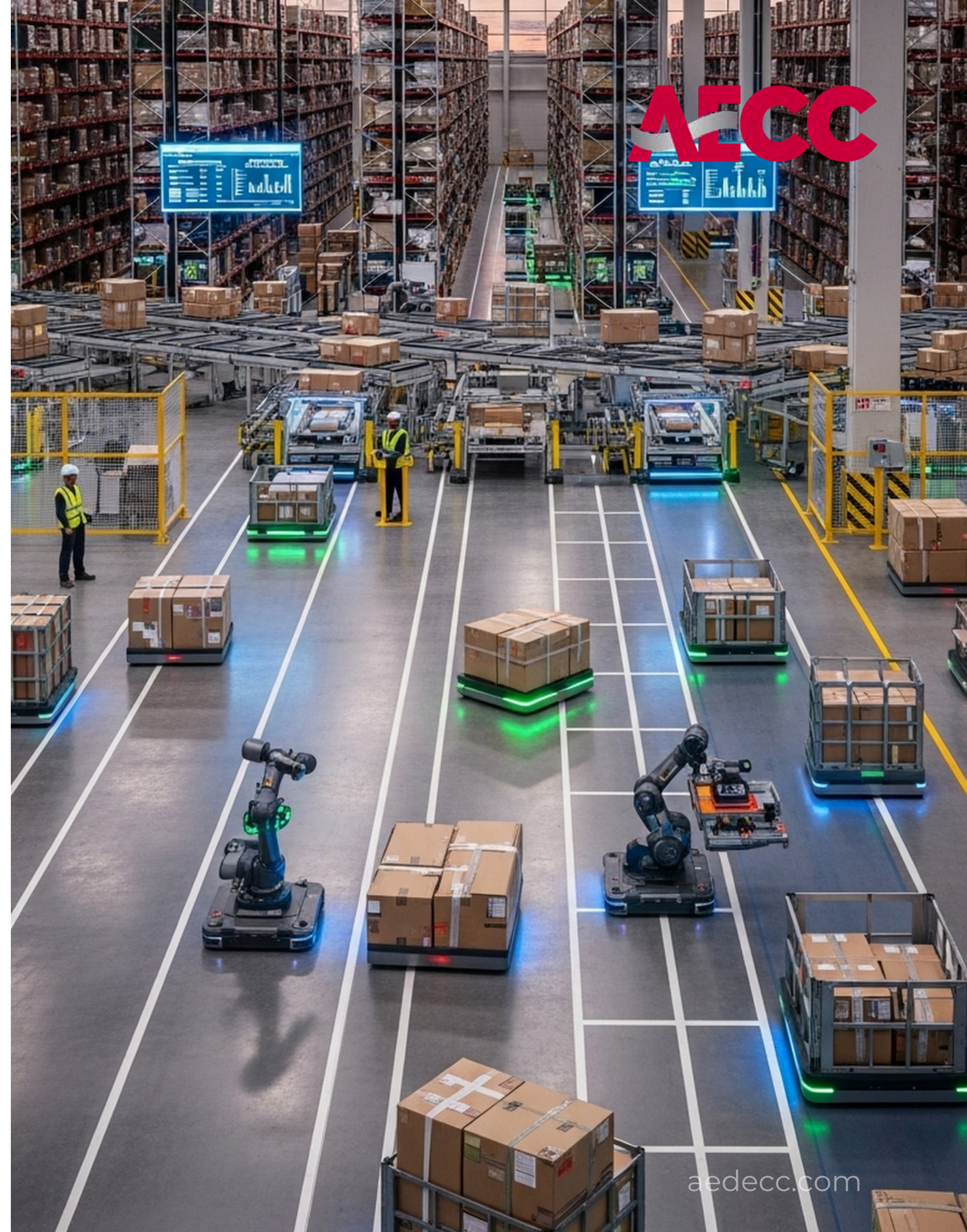
- ✓ Puede comprar online y recoger en tienda **sin fricción.**
- ✓ Consultar la **disponibilidad** de un producto en **tiempo real.**
- ✓ Sus movimientos dentro de la tienda pueden integrarse con **apps de fidelización y promociones.**



CADENA DE SUMINISTRO 5.0

EVOLUCIÓN HACIA UNA LOGÍSTICA CENTRADA EN EL SER HUMANO

- ✓ **Trazabilidad y transparencia total** que permite rastrear productos desde el origen hasta el consumidor final, mejorando la **sostenibilidad**, **cumplimiento regulatorio** y la **confianza del cliente**.
- ✓ Conectando datos de stock, transporte, consumo y proveedores, la logística se vuelve **predictiva y resiliente**.
- ✓ **Seguridad sin fisuras** porque los registros no pueden ser alterados, lo que autentifica el origen del inventario, previniendo fraudes.



AEDCC

LA CITA MÁS IMPORTANTE DE NUESTRO SECTOR

A stylized graphic of a person is positioned in the center of the image. It features a blue circle for the head and a thick, multi-colored shape (orange, purple, and red) for the body, which is bent at the waist in a dynamic pose.

RETAIL EN MOVIMIENTO

XXII Congreso Español de
Centros y Parques Comerciales

Palma de Mallorca

30 sept. - 2 octubre, 2026

EL CONGRESO AECC REUNIRÁ EN PALMA DE MALLORCA, EN TORNO A LOS **1.400** PROFESIONALES QUE ACUDIERON EL AÑO PASADO A LA CITA.

DURANTE TRES DÍAS DE INTENSA ACTIVIDAD, LOS ASISTENTES PONDRÁN ESTAR AL DÍA DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS, NUEVAS TECNOLOGÍAS, PROYECTOS Y EMPRENDIMIENTO, AMPLIAR LA RED DE CONTACTOS, INICIAR NEGOCIOS Y DARSE A CONOCER A CLIENTES POTENCIALES DE UNA MANERA RÁPIDA Y EFICAZ.



XXII CONGRESO AECC

PALAU DE CONGRESSOS DE PALMA, 30 SEP-2 OCT, 2026

El lema de este año pone el foco en la **transformación constante que vive el sector** y en la **capacidad de los centros y parques comerciales para evolucionar al ritmo de la sociedad, del consumidor y del entorno económico y tecnológico.**

Lejos de ser espacios estáticos, los centros y parques comerciales se han convertido en **ecosistemas dinámicos**, en permanente adaptación, donde convergen nuevas formas de consumo, comercio, experiencias, servicios y modelos de gestión.

Desde la incorporación de la **innovación** y la **digitalización** hasta la **redefinición de los espacios**, la **sostenibilidad**, la **omnicanalidad** y la creación de **experiencias diferenciales.**



AECC



UN CONGRESO PARA TODOS

**EN UN SECTOR QUE ASPIRA A LA EXCELENCIA
¡CREEMOS QUE LA EXCELENCIA DEBE SER ACCESIBLE!**

Por quinto año consecutivo el Congreso AECC contará con **certificación oficial de accesibilidad**. No se trata únicamente de cumplir con la normativa, sino de asumir el **compromiso real con la inclusión y la igualdad de acceso** que practica nuestro sector.

La accesibilidad se incorpora en el día a día de centros y parques comerciales, por eso forma parte también de nuestro modelo organizativo: **espacios adaptados, señalética inclusiva, entornos digitales accesibles y protocolos que garantizan que cualquier persona pueda participar en igualdad de condiciones.**





Gracias por su atención

Para ampliar información contactar con nuestra agencia de comunicación:

HARMON

GERARDO LÓPEZ

+34 628 591 996

E-Mail: glopez@harmon.es