



> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

- > La red de Centros Comerciales de Mercasa presta servicio público ayudando a la vertebración y a la promoción del comercio minorista de proximidad y a los operadores locales en zonas de nueva expansión, y por otro lado, respondiendo a la demanda de ayuntamientos donde la iniciativa privada es insuficiente o no concurre.

Al finalizar el ejercicio 2014, la red de Centros Comerciales de Mercasa está compuesta por nueve Centros Comerciales. Tres de ellos se explotan en régimen de propiedad: el Centro Comercial Arrecife (Lanzarote), el Centro Comercial Getafe 3 (Getafe, Madrid) y El Centre de la Vila (Barcelona). Otros seis de ellos se explotan en régimen de concesión municipal: el Centro Comercial Los Cipreses (Salamanca), el Centro Comercial La Asunción (Jerez de la Frontera, Cádiz), el Centro Comercial Opción (Gijón, Asturias), el Centro Comercial La Máquina (Ponferrada, León), el Centro Comercial La Plaza de Badajoz (Badajoz) y el Centro Comercial S'Escorxador (Palma de Mallorca). En el curso de 2014 terminó la concesión del Centro Comercial La Plaza de Leganés.

La Superficie Bruta Alquilable de los Centros Comerciales de la Red suma un total superior a los 75.000 m², con un total de 392 locales, además de stands temporales, kioscos y atracciones infantiles, configurando una oferta completa, variada y adecuada a las necesidades de las vecindades donde se sitúan los Centros.

En relación a la oferta comercial, la alimentación, a través de supermercados/hipermercados y tiendas de alimentación fresca, se constituye como la actividad principal, con un 39,38% de la superficie comercial de-

dicada a esa actividad, seguida del ocio y la restauración, con un 20,49%.

Durante el año 2014, la ocupación ha descendido ligeramente respecto a la registrada el año anterior, situándose en un 79,6%, destacando los porcentajes más positivos de Getafe 3, que alcanzó en diciembre de 2014 un 89,1%, y la plena ocupación en La Plaza de Badajoz.

La mayor parte de los Centros Comerciales de la Red de Mercasa tienen un carácter de centro comercial de barrio, debido a su reducida dimensión y al enfoque a los operadores locales. La Asunción, Opción, La Máquina y La Plaza de Badajoz no superan los 5.000 m², y Los Cipreses y S'Escorxador no llegan a los 6.000 m². Por su parte, el Centro Comercial Arrecife se considera de tamaño mediano, al superar los 8.000 m², mientras que de tamaño grande se consideran El Centre de la Vila y Getafe 3, con más de 17.000 y 27.000 m² respectivamente.

INVERSIONES

En todos los Centros Comerciales de la Red de Mercasa se llevan a cabo continuas inversiones, con los objetivos de mantener los Centros acondicio-



nados y actualizados, dando una imagen comercial atractiva y atrayente y que se adapte a las necesidades tanto de los clientes como de los operadores comerciales. Del mismo modo, también se lleva a cabo una importante inversión en campañas de promoción y animación, con el doble objetivo de maximizar la notoriedad de los Centros y de atraer más visitantes.

A continuación se resumen las inversiones más importantes que se han llevado a cabo en los distintos Centros Comerciales.

GETAFE 3

Las principales inversiones llevadas a cabo durante el año 2014 en el Centro Comercial se han encaminado hacia la modernización, actualización y adaptación a la normativa vigente de instalaciones, entre las que destacan: proyecto para la sustitución de dos cuadros eléctricos de baja tensión; reparaciones, tanto de los defectos en uno de los transformadores de alta tensión, como en las zonas de la red general de saneamiento y colectores; y sustituciones del compresor de unidad de climatización, del sistema de iluminación de luminarias actual por elementos led, y de cerraduras antipánico en las puertas de emergencia.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como medida para buscar una mayor eficiencia energética y el ahorro correspondiente, se han colocado

relojes temporizadores en zonas comunes, servicios e iluminación interior. Además, se ha llevado a cabo la reorganización del Mobiliario fijo del Centro Comercial, para el mejor paso de mercancías y personas.

Por otro lado, se produjo la ampliación y remodelación del supermercado, locomotora del Centro Comercial, con un incremento en superficie del mismo en casi 130 m².

EL CENTRE DE LA VILA

Durante el año 2014 se han realizado las siguientes actuaciones: la instalación de dos bombas verticales; la reparación de bomba para aguas fecales de pozos; se han instalado dos máquinas de aire acondicionado roof-tops; cinco puestos de control para la instalación contraincendios en las plantas -2 y -3; suministro de una puerta automática en la planta -3; y pequeñas inversiones varias en el Centro Comercial.

LA MÁQUINA

Durante 2014 se ha llevado a cabo la instalación de una centralita de alarma de incendios, así como un cambio de papeleras, tanto en el exterior como en el interior del Centro.

OPCIÓN

Se ha procedido al cambio del antiguo sistema de iluminación de focos halógenos por un nuevo siste-

ma de focos led. Asimismo, se ha procedido al pintado de las vigas en el aparcamiento, así como de la fachada de todo el Centro Comercial.

ARRECIFE

A los efectos de mejorar la funcionalidad, las oficinas de gerencia han sido trasladadas desde el edificio donde se ubican los locales exteriores al propio Centro Comercial, en el cual se ha tenido que realizar obras de adecuación en uno de los locales, mediante su división en dos.

Con el fin de conseguir mayor ahorro y eficiencia energética, se procedió a la instalación de baterías de condensadores. Asimismo, siguiendo la línea de mejoras proyectadas en las instalaciones del centro, se mejoraron las instalaciones de climatización.

LOS CIPRESES

En 2014 no se han realizado inversiones, a la espera de la finalización de las negociaciones con el Ayuntamiento de Salamanca para prorrogar la concesión hasta 2039 y con una empresa de distribución, para su incorporación al Centro, que permitirán que a lo largo de 2015 se acometa una importante inversión para la remodelación del actual edificio, que incluirá modernización de equipamientos, y un incremento tanto en superficie comercial como de aparcamiento en superficie.

S'ESCORNADOR

Aun cuando no se han realizado inversiones en 2014, cabe destacar que, durante el último trimestre del año, se han mantenido contactos avanzados para incorporar un nuevo operador en el Centro Comercial, en el Local Edificio C-2. La actividad a instalar, única en las Islas Baleares, consistirá en la implantación de

un Mercado Gastronómico Gourmet, lo que conllevará la restructuración y rehabilitación completa de todas las instalaciones interiores del Edificio C-2, con una muy importante inversión prevista.

ACCIONES PROMOCIONALES

Los Centros Comerciales de la Red Mercasa llevan a cabo habitualmente campañas promocionales en fechas señaladas como Navidad, San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre, etc. Junto a estas, en los Centros Comerciales se han realizado otras campañas de promoción, impulsando la actividad comercial y favoreciendo la afluencia de visitantes. Entre los eventos promocionales, cabe destacar los siguientes:

S'ESCORNADOR

Al objeto de dinamizar la vida del centro, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los usuarios del mismo, se han organizado varios eventos en el centro, destacando como acto de gran repercusión mediática, la celebración del evento cinematográfico, de referencia en las Islas Baleares, 03 Maremostra Palma Internacional Film Festival, en el Cine Ciutat de S'Escornador, celebrado del 26 al 31 de Mayo, y que contó con la presencia de actores y directores de cine de prestigio nacional e internacional, que aportaron gran asistencia de público al Centro. El festival contó con amplia cobertura de medios de comunicación, prensa, radio y cadenas de televisión como TVE, IB3 y Canal + que realizó cobertura en directo con unidad móvil. Además, incluyó diversas actividades como una master class para niños, ofrecida por el actor y director Paco León, sesiones nocturnas de cine, etc.

Del mismo modo, durante los meses de verano, se han organizado varios conciertos y actuaciones en directo.

> En relación a la oferta comercial, la alimentación, a través de **supermercados/hipermercados y tiendas de alimentación fresca**, se constituye como la actividad principal

GETAFE 3

A lo largo del año, se han hecho distintas campañas publicitarias, entre las que se encuentran las campañas publicitarias de Carnaval y el día de San Valentín, campaña del Día del Padre y de la Madre, Terrazas de Verano, 29 Aniversario, Animaciones infantiles, Evento Nintendo y la campaña de Navidad.

Adicionalmente, se ha llevado a cabo una colaboración institucional con el Ayuntamiento de Getafe, a través de su Delegación de Deportes, como patrocinador de la "Fiesta de la Bici", "III Duatlón", y a través de su Delegación de Cultura en "Fiestas de Sector III" y "Carroza de Reyes Magos".

Por otro lado, se ha procedido a la actualización de la página web y aplicación de nuevas estrategias de marketing y comunicación online para mejorar su diseño y posicionamiento en las redes sociales e internet.

ARRECIFE

Además de las campañas de días de San Valentín, del Día del Padre, del Día de la Madre y de Navidad, en febrero se celebraron los Carnavales con

una fiesta de disfraces y mascotas. También se realizaron diferentes actividades en el día de Canarias, destacando la plantación de cactus realizadas por niños en los jardines del Centro. Durante el verano, se llevó a cabo la promoción "Para que te sobre", con sorteo de regalos.

OPCIÓN

Además de las campañas promocionales en fechas tradicionales, durante la Navidad se instaló una feria infantil con camas elásticas, hinchables y juegos infantiles. Durante el carnaval se ha realizado una fiesta, repartiendo chocolate gratis para todos los niños que vinieran disfrazados.

LA MÁQUINA

También como adicional a las campañas habituales, durante el periodo navideño se montó una ludoteca durante las tardes. Del mismo modo, se organizaron distintas actividades con Papa Noel y los Reyes Magos.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como campañas adicionales a las realizadas en las fechas ya habituales, merece destacarse las



> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

PERSONAL EMPLEADO / 2014

CENTROS COMERCIALES	LOCALES	SUBCON-TRATAS	MERCASA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Arrecife (Canarias)	64	9	1	74	24	50	74
Asunción (Jerez)	47	2	1	50	16	34	50
Centre de la Vila (Barcelona)	198	18	4	220	97	123	220
Los Cipreses (Salamanca)	34	5	0	39	18	21	39
Escorxador (Mallorca)	125	8	1	134	55	79	134
Getafe (Madrid)	525	28	4	557	214	343	557
La Máquina (Ponferrada)	12	4	1	17	5	12	17
Opción (Asturias)	31	5	1	37	12	25	37
La Plaza (Badajoz)	38	2	2	42	22	20	42
TOTAL	1.074	81	15	1.170	463	707	1.170
%	91,79%	6,92%	1,28%	100%	40%	60%	100%

NOTA: Información facilitada por la Gerencia de los C.C.

llevadas a cabo en Navidad, la Feria de Badajoz y el Aniversario del Centro.

LA ASUNCIÓN

Durante la última mitad del año se ha promovido el Centro en la televisión local con reportajes de los comercios instalados.

LICITACIONES CONJUNTAS

Uno de los objetivos de Mercasa es la eficaz comercialización de los espacios y locales disponibles de toda la Red de Centros Comerciales. Para ello, durante 2014 se llevó a cabo una licitación pública para la contratación de los servicios de comercialización de dichos espacios y locales libres, sin perjuicio de la dedicación y labor que siga desempeñando Mercasa y su personal encargado de la gestión de los Centros.

Asimismo, con el fin de mantener las instalaciones, dependencias, locales libres y áreas comunes de la Red de Centros Comerciales de Mercasa en condiciones óptimas de salubridad, limpieza y estética, a lo largo del año 2014 se efectuó una licitación pública para la contratación de los servicios integrados de limpieza, hi-

giene industrial, control de plagas, jardinería y suministros higiénicos durante los próximos dos años.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Los Centros Comerciales de Mercasa mantienen una estrecha colaboración con los Ayuntamientos respectivos en el fomento del reciclado. Mercasa facilita en sus Centros espacios para instalar contenedores de reciclaje y puntos de recogida de vidrio, pilas, aceite y ropa, promoviendo una concienciación medioambiental de la población.

Por otra parte, se colabora con distintas ONG como la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) o Cruz Roja, a través de la cesión de espacios y de distintos patrocinios.

En cuanto a la creación de empleo, la actividad de los Centros Comerciales de Mercasa genera más de 1.100 puestos de trabajo, de los que más del 91% se corresponden con personal empleado por los operadores y comerciales instalados en los Centros. Del total de los trabajadores, el 60% son mujeres y el 40% son hombres. ◀

> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA MEZCLA COMERCIAL / 2014

DATOS DEL CENTRO				ACTIVIDADES							
NOMBRE	SITUACIÓN	SUP m ²	UDS	HSM		ALM		MYC		HBE	
ARRECIFE	Arrecife - Lanzarote	8.061	73	2.813,00	1	170,56	5	806,05	8	-	-
LA ASUNCIÓN	Jerez de la F. - Cádiz	2.290	32	1.318,60	1	140,21	5	76,68	4	-	-
LOS CIPRESES	Salamanca	5.805	28	-	-	56,24	2	-	-	-	-
S' ESCORXADOR	Palma de Mallorca	5.978	33	985,00	1	94,00	2	-	-	-	-
GETAFE-3	Getafe - Madrid	27.339	87	15.502,30	1	905,50	8	223,40	5	60,00	1
LA MÁQUINA	Ponferrada - León	1.885	17	961,53	1	57,60	2	-	-	-	-
OPCIÓN	Gijón - Asturias	4.469	20	1.425,00	1	-	-	-	-	-	-
LA PLAZA-BADAJOS	Badajoz	1.789	16	970,00	3	255,72	2	-	-	-	-
LA VILA	Barcelona	17.425	86	3.836,84	3	60,73	1	772,24	6	313,65	3
TOTAL		75.042	392	27.812,27	12	1.740,56	27	1.878,37	23	373,65	4

CLAVES ACTIVIDAD:

HSM: HIPERMERCADO-SUPERMERCADO

ALM: ALIMENTACIÓN FRESCA

MYC: MODA Y COMPLEMENTOS (ROPA VESTIR, ZAPATERÍA, BOLSOS, ETC...)

HBE: HOGAR, BRICOLAJE, ELECTRODOMÉSTICOS

SVC: SERVICIOS (BANCA, TINTORERÍA, PELUQUERÍA, ETC...)

RYO: RESTAURACIÓN Y OCIO

DIV: DIVERSOS (REGALOS, DISCOS, JUGUETES, ETC...)

ACTIVIDADES						PROCEDENCIA						OPERADOR					
SVC		RYO		DIV		INT		NAC		LOC		FRQ		CAD		COI	
536,20	7	1.229,57	8	181,70	3	-	-	2.813,00	1	2.924,08	31	-	-	2.812,47	1	2.924,08	31
185,10	6	99,26	1	148,02	4	-	-	1.318,60	1	649,27	20	-	-	1.355,50	3	612,37	18
207,00	2	439,20	2	-	-	368,60	1	207,00	2	126,84	3	368,60	1	207,00	2	126,84	3
2.960,00	5	1.009,00	19	12,00	2	-	-	3.947,00	5	1.113,00	24	10,00	1	2.449,00	7	2.601,00	21
2.724,00	23	3.929,00	19	1.004,84	14	17.125,70	6	4.455,50	38	2.767,84	27	2.077,00	12	19.404,00	31	2.868,04	28
3,00	1	249,00	4	11,00	2	-	-	961,53	1	320,60	9	-	-	961,53	1	320,60	9
51,94	1	165,40	1	1.827,45	4	-	-	1.425,00	1	2044,79	6	-	-	1.425,00	1	2.044,79	6
174,39	5	370,35	5	18,76	1	1.013,56	4	56,97	1	718,69	11	-	-	1.363,19	7	426,03	9
1.980,72	23	7.887,68	24	525,69	5	-	-	9.219,95	12	6.157,60	53	309,00	3	8.910,95	9	6.157,60	53
8.822,35	73	15.378,46	83	3.729,46	35	18.507,86	11	24.404,55	62	16.822,71	184	2.764,60	17	38.888,64	62	18.081,35	178

CLAVES PROCEDENCIA:

INT: INTERNACIONAL
 NAC: NACIONAL Ó REGIONAL
 LOC: LOCAL

CLAVES OPERADOR:

FRQ: FRANQUICIA
 CAD: CADENA
 COI: COMERCIO INDEPENDIENTE

