

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 2015, la Red de Centros Comerciales de Mercasa estaba 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).

La Superficie Bruta Alquilable (S.B.A.) de los Centros Comerciales de la Red suma un total cercana a los 75.000 m² con un total de 397 locales, ade-

más de stands temporales, kioscos y atracciones de ocio infantil, 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 36,21% de la superficie comercial dedicada a esa actividad, seguida del ocio y la restauración, con un 18,40%.

Durante el año 2015, la ocupación ha descendido ligeramente respecto a la registrada el año anterior, situándose en un 76,51%, debido a que algunas empresas no lograron superar los efectos de la crisis económica. No obstante, en algunos centros los datos son francamente positivos, como el 100% de ocupación que arroja S´Escorxador y los casos de La Asunción o La Plaza de Badajoz, que se sitúan a diciembre de 2015 en cifras superiores, en ambos casos, al 95% de ocupación.

La mayor parte de los Centros Comerciales de la Red tienen un carácter de centro comercial de barrio o proximidad, 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 el objetivo de mantener los Centros acondicionados 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 2015 se han dirigido a la modernización, actualización y adaptación a la normativa vigente de instalaciones, entre las que destaca la rehabilitación del aparcamiento en superficie, reparación de colector y ejecución separadora de grasas en zona almacén de



ALCAMPO, modernización de montacargas y la apertura de arquetas registrables en el interior del Centro Comercial.

ASUNCIÓN

La principal actuación fue la encaminada a mejorar su accesibilidad, mediante la instalación de nuevas puertas automáticas en sustitución de las manuales existentes anteriormente.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como medida para buscar una mayor eficiencia operativa se ha invertido en la creación de una nueva zona de carga y descarga.

OPCIÓN

La inversión ha ido encaminada al cambio y sustitución progresiva de la iluminación con tecnología led, para conseguir una mayor eficiencia energética.

LA MÁQUINA

Realizadas acciones de mantenimiento y sustitución de parte del mobiliario del centro.

EL CENTRE DE LA VILA

Durante el año 2015 se ha realizado la remodelación integral de los aseos del Centro Comercial, acondicionamiento nuevos almacenes, reparación máquina de aire acondicionado, así como pequeñas inversiones varias.

ARRECIFE

Al tratarse de un centro renovado, las inversiones del ejercicio se han destinado a la mejora de la señalización y a la ambientación de locales.

LOS CIPRESES

Durante 2015 se ha desarrollado un ambicioso proyecto de remodelación integral del Cen-



tro Comercial, que contempla la modernización de sus equipamientos y un incremento de aparcamiento en superficie. Este proceso culminará con la reinauguración del Centro, con una imagen renovada y un nuevo posicionamiento, que lo convertirán en un referente indiscutible de la oferta comercial de su área de influencia.

S'ESCORNADOR

Las inversiones realizadas en 2015 se han destinado a las cubiertas de los edificios A-2 y D-2, así como a la reposición de los cristales de seguridad de los quioscos 2 y 5. Cabe resaltar el éxito de la incorporación del operador Mercado Gastronómico Gourmet en el Centro Comercial, con una importante inversión propia.

ACCIONES PROMOCIONALES

Con el objeto de dinamizar la vida de los Centros Comerciales, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los usuarios de los mismos, se llevan a cabo habitualmente campañas promocionales en fechas señaladas como Navidad, San Valentín, Día del

Padre, Día de la Madre, etc., que se complementan con otras campañas de promoción específicas, impulsando la actividad comercial y favoreciendo la afluencia de visitantes. Entre los eventos promocionales, cabe destacar los siguientes:

S'ESCORNADOR

Destacan como acto de gran repercusión mediática, la celebración del evento cinematográfico, de referencia en las Islas Baleares, Maresmostra Palma Internacional Film Festival, en el Cine Ciutat de S'Escornador, celebrado del 30 de abril al 3 de mayo, que contó con la presencia de actores y directores de cine de prestigio nacional e internacional, que aportaron gran asistencia de público al Centro.

Otras acciones realizadas fueron La Fiesta de Fin de Curso Centro Cultural S'Escornador, el Concierto Aniversario Cine Ciutat, campañas de conciertos y actuaciones en directo, la Jornada "Regreso al Futuro", con motivo del 30 aniversario de la primera emisión de la película y el Evolution Film Festival Mallorca.

GETAFE 3

A lo largo del año 2015 se han realizado distintas acciones promocionales, 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, 30 Aniversario, Animaciones infantiles 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", "IV Duatlón", "Carroza de Reyes Magos" y el "Centro Cívico Buenavista".

Por otro lado, como estrategia encaminada a la mejora del marketing, se ha creado la "Tarjeta Amigo" para fidelizar como clientes a los propios trabajadores del Centro.

EL CENTRE DE LA VILA

En este centro se han dividido las acciones por Campañas Promocionales entre las que se realizaron la de Verano'15, la Castañada'15 y Navidad'15.

ARRECIFE

Además de las campañas de los 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 acciones como exposiciones y actividades de concienciación ecológica.

Destacar la ExpoDinosaurios, realizada desde el 12 de septiembre al 4 de octubre, que contó con una afluencia de más de 8.000 visitantes y que fue diseñada para la realización de dinámicas cruzadas de promoción para los operadores existentes.

Otras exposiciones realizadas con muy buena acogida por parte del público en el Centro Comercial versaron sobre fotografías de cine, juguetes antiguos, disfraces y el fondo marino. Este ciclo expositivo se mantuvo durante el primer trimestre del año.

OPCIÓN

Además de las campañas promocionales en fechas tradicionales, durante la Navidad se instaló una feria infantil con camas elásticas, hinchables y juegos infantiles.

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 / 2015

CENTROS COMERCIALES	LOCALES	SUBCONTRATAS	MERCASA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Arrecife	29	10	1	40	9	31	40
La Asunción	53	2	1	56	19	37	56
El Centre de la Vila	212	32	4	248	108	140	248
Los Cipreses	31	8	1	40	23	17	40
S'Escorxador	195	8	1	204	105	99	204
Getafe 3	531	28	4	563	216	347	563
La Máquina	17	4	1	22	8	14	22
Opción	29	5	1	35	11	24	35
La Plaza	39	2	2	43	22	21	43
Total	1.136	99	16	1.251	521	730	1.251
%	90,81%	7,91%	1,28%	100%	42%	58%	100%

NOTA: Información facilitada por la Gerencia de los Centros Comerciales.

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

LOS CIPRESES

Campaña de información y difusión del proyecto de remodelación del Centro Comercial, al objeto de incorporar a operadores que se adecuen al nuevo mix comercial previsto.

LA ASUNCIÓN

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

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Los Centros Comerciales de MERCASA colaboran activamente con las entidades locales y todo

tipo de instituciones en el fomento de la responsabilidad medioambiental. MERCASA facilita en sus Centros espacios para contenedores de reciclaje y puntos de recogida de vidrio, pilas, aceite y ropa, promoviendo una concienciación medioambiental de los visitantes de los Centros.

Por otra parte, los Centro Comercial de Mercasa aportan valor a su comunidad colaborando con distintas ONG como la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), Cruz Roja, asociaciones de discapacitados, igualdad de género, etc., a través de la cesión de espacios y de distintos patrocinios.

En cuanto a la creación de puestos de trabajo, los Centros Comerciales de Mercasa tienen un papel muy importante. Gracias a los mismos se generan más de 1.100 puestos de trabajo, de los cuales más del 90% se corresponde con personal empleado por los operadores y comerciales instalados en los Centros. Del total de los trabajadores, el 58% son mujeres y el 42% son hombres.

RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

MEZCLA COMERCIAL / 2015

DATOS DEL CENTRO				ACTIVIDADES							
NOMBRE	SITUACIÓN	SUP m ²	UDS	HSM		ALM		MYC		HBE	
Arrecife	Arrecife - Lanzarote	7.088	71	-		24,20	1	611,55	6	-	
La Asunción	Jerez de la F. - Cádiz	2.290	32	1.318,60	1	163,42	6	219,17	7	18,73	1
Los Cipreses	Salamanca	5.835	29	-		-		-		-	
S' Escorxador	Palma de Mallorca	5.932	28	985,00	1	10,00	1	-		-	
Getafe 3	Getafe - Madrid	27.324	87	15.502,30	1	1.015,90	9	450,00	8	38,85	1
La Máquina	Ponferrada - León	1.887	16	961,53	4	131,60	4	-		-	
Opción	Gijón - Asturias	4.605	23	1.425,00	1	-		1.557,00	2	-	
La Plaza	Badajoz	2.037	18	1.009,09	4	496,94	3	-		-	
El Centre de la Vila	Barcelona	17.418	93	3.836,84	3	60,73	1	733,76	5	313,65	3
Total		74.415	397	25.038,36	15	1.902,79	25	3.571,48	28	371,23	5

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...)

Red de Centros Comerciales

ACTIVIDADES						PROCEDENCIA						OPERADOR					
SVC		RYO		DIV		INT		NAC		LOC		FRQ		CAD		COI	
946,90	12	332,00	5	279,45	2	-	-	-	-	2194,10	26	-	-	708,90	6	1.485,20	20
173,47	7	99,26	1	183,62	5	-	-	1.318,60	1	857,67	27	-	-	1.318,60	1	857,67	27
192,00	1	368,60	1	30,00	1	368,60	1	222,00	2	-	-	398,60	2	192,00	1	-	-
2.960,00	5	1.975,00	20	2,00	1	-	-	1.017,00	5	4.915,00	23	6,00	1	1.996,00	4	3.930,00	23
2.690,48	22	2.592,60	18	1.140,63	12	17.086,80	5	3.880,01	43	2.463,95	23	845,03	13	19.854,30	34	2.731,43	24
-	-	175,00	2	561,20	4	961,53	4	-	-	867,80	10	116,20	3	961,53	4	751,60	7
51,94	1	-	-	450,00	1	-	-	1.425,00	1	2.058,94	4	-	-	1.425,00	1	2.058,94	4
138,15	3	327,21	4	47,00	3	-	-	-	-	2.018,39	17	-	-	1.506,03	7	512,36	10
1.908,05	24	7.820,70	25	604,34	11	-	-	9.219,95	12	6.058,12	60	309,00	3	8.910,95	9	6.058,12	60
9.060,99	75	13.690,37	76	3.298,24	40	18.416,93	10	17.082,56	64	21.433,97	190	1.674,83	22	36.873,31	67	18.385,32	175

CLAVES PROCEDENCIA:

INT: INTERNACIONAL
 NAC: NACIONAL O REGIONAL
 LOC: LOCAL

CLAVES OPERADOR:

FRQ: FRANQUICIA
 CAD: CADENA
 COI: COMERCIO INDEPENDIENTE