**ACTIVIDAD 9:**

En los últimos años se han consolidado las denominadas grandes superficies especializadas (Decathlon, Toys’R’Us, Ikea, Media Markt, etc.) en polígonos industriales o comerciales con aparcamientos, situados en las afueras de las ciudades.

¿Cuáles son las razones para que estas empresas elijan esta localización? ¿Por qué se sitúan unas cerca de otras y, generalmente, cerca de un hipermercado (Carrefour, Eroski, Alcampo…)?

* Una de las principales razones para situarse en estas grandes superficies es la buena accesibilidad tanto para clientes como para proveedores. Para los clientes es mucho más cómodo desplazarse a una superficie con parking y que agrupa varias tiendas de interés para realizar sus compras sin tener que visitar varias localizaciones o que tengan la problemática de aparcamiento que podría ocurrir si se localizaran en el centro de la ciudad. Para los proveedores también es más cómodo acceder a un polígono o superficie destinada al comercio para distribuir los productos, y más aún si tienen que repartir productor a las empresas que se encuentran en la misma localización.
* Otra razón de gran importancia para las empresas es el coste o alquiler del terreno y las edificaciones ya que hay una enorme diferencia entre ubicarse en un polígono a ubicarse en el centro de una ciudad y esto repercute en gran medida al presupuesto de la empresa.

**ACTIVIDAD 10:**

En la primavera del año 2014 se inauguró en la calle Fuencarral (calle peatonal en el centro deMadrid) la primera tienda especializada de productos L´Oréal en Madrid. ¿Crees que es un emplazamiento adecuado? ¿Por qué no abrirías esta tienda en una gran superficie como las comentadas en la actividad anterior, teniendo en cuenta que el coste del local sería probablemente más económico?

* Creo que el emplazamiento de la tienda L’Oreál es el adecuado ya que se ajusta al tipo de actividad de la empresa. A diferencia del caso anterior, los productos que oferta está marca no necesitan de un vehículo para su transporte por lo que no es necesario disponer de un parking. Además la mayoría de los clientes que consumen estos productos son fieles a sus respectivas marcas por lo que situarse en la misma localización donde pueda existir competencia no va a suponer ninguna gran diferencia.
* Si bien es cierto que el local sería más económico, localizarse en una calle peatonal en Madrid le proporciona una gran accesibilidad hacia sus clientes y una gran ventana de cara a atraer nuevo público.