



Seminario de Gestión del Comercio Minorista

LOS CENTROS COMERCIALES Y SU GESTIÓN

¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

UNA AGRUPACIÓN DE COMERCIOS QUE FUNCIONAN EN
TORNO A UN MARCO CONTRACTUAL

(John T. Riordan – ICSC)



¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

LAS RELACIONES SON MÁS ORGÁNICAS

ACTIVIDAD
COMERCIAL HABITUAL
BIDIRECCIONAL



ACTIVIDAD EN EL
CENTRO COMERCIAL
TRIDIRECCIONAL



¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

“UN ORGANISMO VIVO”



Seminario de Gestión del Comercio Minorista

¿QUÉ ES UN CENTRO COMERCIAL?

**CUMPLE LAS MISMAS FUNCIONES QUE
CUMPLÍA LA ANTIGUA PLAZA DEL PUEBLO,
LUGAR DE ENCUENTRO.**

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



El Gran Bazar de Estambul, construido en el siglo XV y sigue siendo uno de los mercados cubiertos más grandes del mundo, con más de 58 calles y 4.000 tiendas.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En la edad moderna, la primera estructura parecida a lo que se considera como un "centro comercial" se encuentra en la ciudad de Damasco, capital de Siria. El Al-Hamidiyah .

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



Gostiny Dvor en San Petersburgo, se inauguró en 1785, complejo construido con la intención de centro comercial. Más de 100 tiendas y una superficie de más de 53.000 m2.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En el siglo xx se desarrolla el formato de centros comerciales cerrados en EE.UU. y Canadá. El centro comercial “West Edmonton Mall” localizado en Edmonton, Canadá con 570.000 mts²

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En el siglo xx se desarrolla el formato de centros comerciales cerrados en EE.UU. y Canadá. El Mall of América , en las afueras de Minnesota, Estados Unidos.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En la década de los 80, comienzan a desarrollarse los primeros grandes Centros Comerciales en América Latina. Unicentro Bogotá , Colombia

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En los 90's y 00's se profundiza el auge. Galerías Pacífico, Buenos Aires Argentina.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



En los 90's y 00's se profundiza el auge. Parque Arauco , Santiago de Chile.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CC



La última tendencia en cc son centros mixtos, los cuales involucran comercio, entretenimiento, servicios de salud, vivienda, oficinas, hoteles, podríamos decir son ciudades dentro de la gran ciudad. C.C Acua, Valencia España.

TIPOLOGÍA DE CENTROS COMERCIALES

TIPO DE CENTRO (*)	CONCEPTO	MTS. LOCATIVOS
NEIGHBORHOOD CENTER	CONVENIENCIA	2.700 - 13.500
COMMUNITY CENTER	MERCADERÍA GRAL. Y CONVENIENCIA	9.000 - 31.500
FASHION MALL SPECIALITY CENTER	ORIENTADO A LA MODA	7.200 - 22.500
POWER CENTER	DOMINACIÓN DE ANCLAS CON LOCALES MENORES	22.500 – 54.000
LIFE STYLE CENTER	AIRE LIBRE, LOCALES , HOTELES	7.200 – 22.500
STRIP CENTER	LOCALES EN LÍNEA SIN PASILLO INTERIOR	5000 – 10.000
OULET CENTER	MANUFACTURA OUTLET	4.500 – 36.000

CENTRO COMERCIAL PUERTA DEL NORTE



Centro regional construido en 4 etapas ,352 locales , 1700 estacionamientos 128500 mts² , 5 anclas y un ingreso anual de 28millones de personas .

PROPIETARIO UNICO

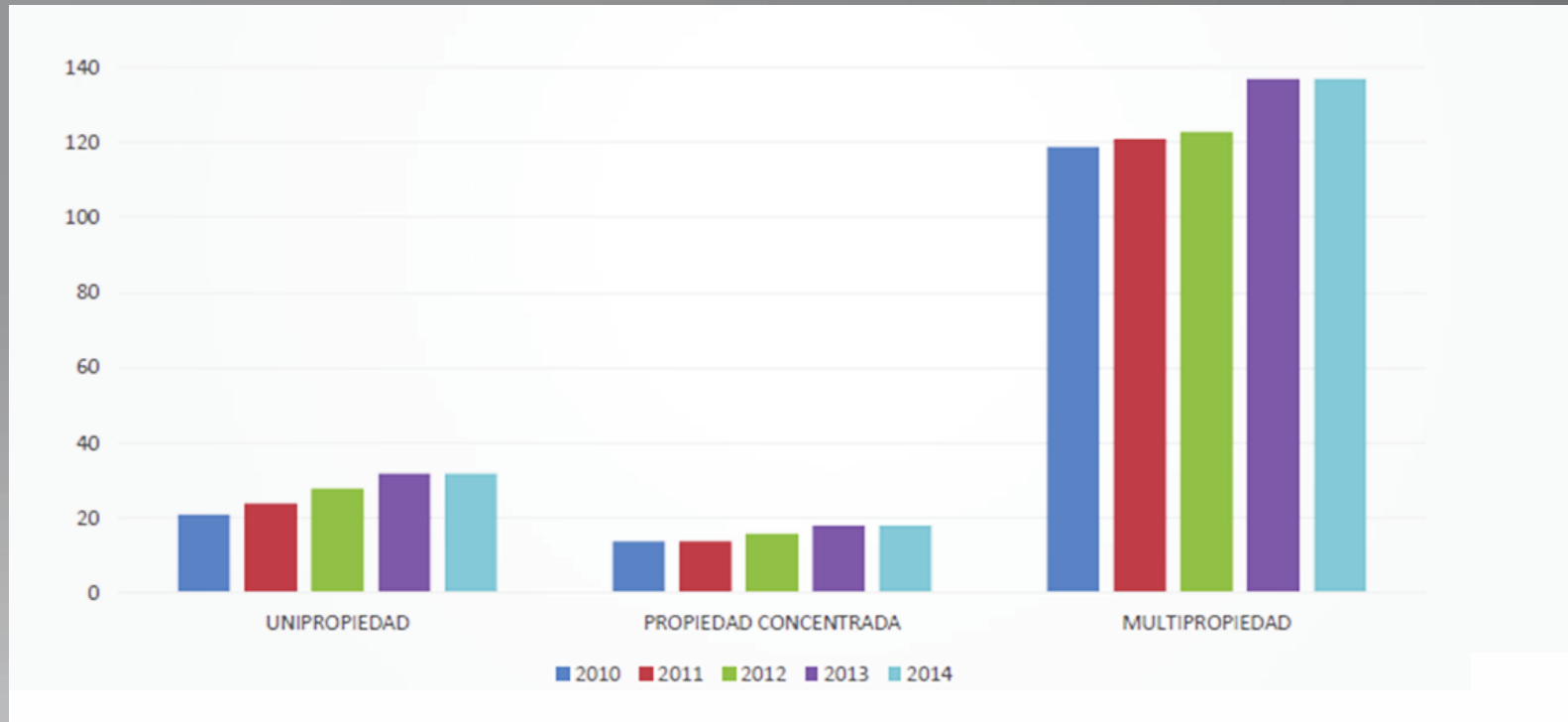
INVERSIONISTA MAYORITARIO

PROPIEDAD HORIZONTAL

FORMA DE OPERAR LOS CENTROS COMERCIALES

¿EL MODELO DE DESARROLLO DE LOS CENTROS COMERCIALES EN COLOMBIA VIENE CAMBIANDO?

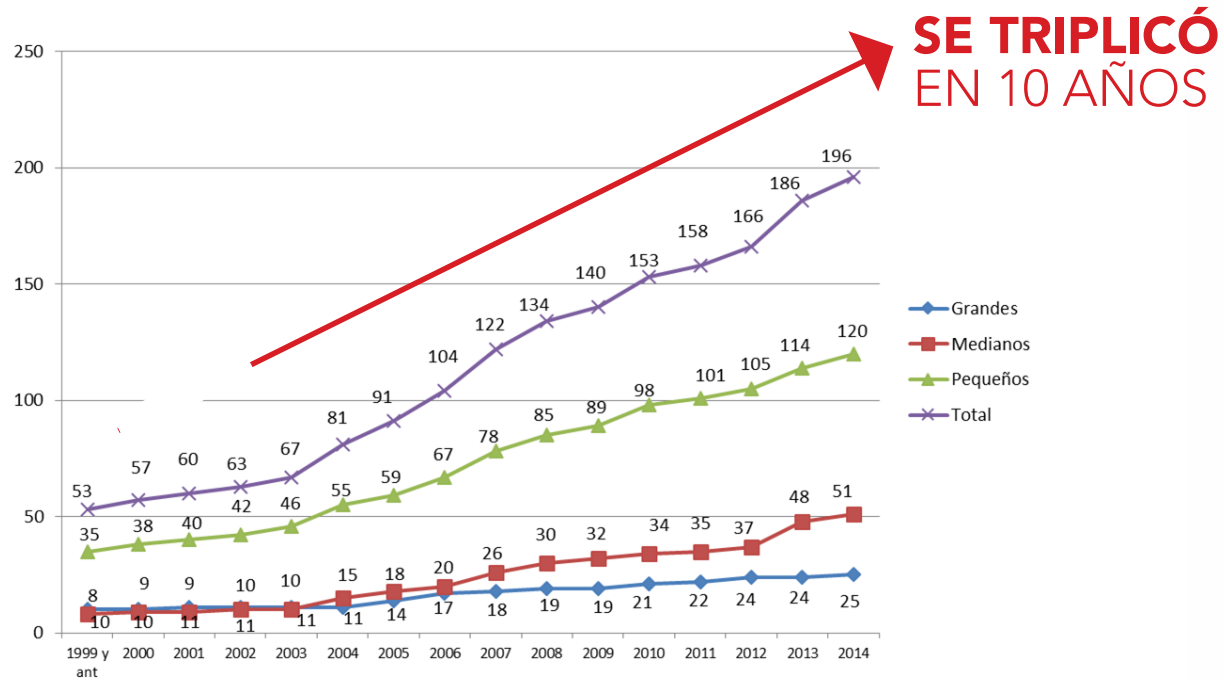
CANTIDAD DE CC SEGÚN EL MODELOS DE PROPIEDAD



Fuente: Acecolombia

CANTIDAD DE CC EN COLOMBIA

ACUMULADO



Fuente: Acecolombia

CANTIDAD DE CC EN COLOMBIA



24 EN CIUDADES CAPITALES

41 EN CIUDADES INTERMEDIAS

TOTAL NUEVOS PROYECTOS COLOMBIA

	NÚMERO DE PROYECTOS	M2
NUEVOS PROYECTOS CENTROS COMERCIALES EN COLOMBIA	65	2.257.572

TOTAL PROYECTOS POR ZONA COLOMBIA

	NÚMERO DE PROYECTOS	M2
PROYECTOS ZONA CENTRO	24	910.052
PROYECTOS SANTANDERES	24	684.688
PROYECTOS ANTIOQUIA Y CHOCO	8	314.300
PROYECTOS EJE CAFETERO	1	40.000
PROYECTOS SUROCCIDENTE	8	308.532

COMPOSICIÓN SEGÚN TIPO DE CIUDAD PROYECTOS COLOMBIA

	NÚMERO DE PROYECTOS	M2	%
CIUDAD CAPITAL	24	1.007.971	44.6%
CIUDAD INTERMEDIA	41	1.249.601	55.4%

Fuente: Acecolombia

**¿CUÁLES
SON
LOS RETOS DEL
CENTRO
COMERCIAL?**

NO ES SÓLO

- Construirlo: con dinero se hace.
- Hacerlo estético: con un buen gusto se hace.
- Comercializarlo: con buen argumento y equipo se logra.
- Traer público: con mercadeo se consigue.

**LO VERDADERAMENTE IMPORTANTE
ES HACER QUE TODO ESO FUNCIONE BIEN
DESPUÉS DE ABIERTO**

LOS RETOS DE LA GESTIÓN



CONCURRENTES: TRAER VISITANTES



COMPRADORES: PROMOVER QUE COMPREN



CLIENTES: LOGRAR QUE VUELVAN SIEMPRE

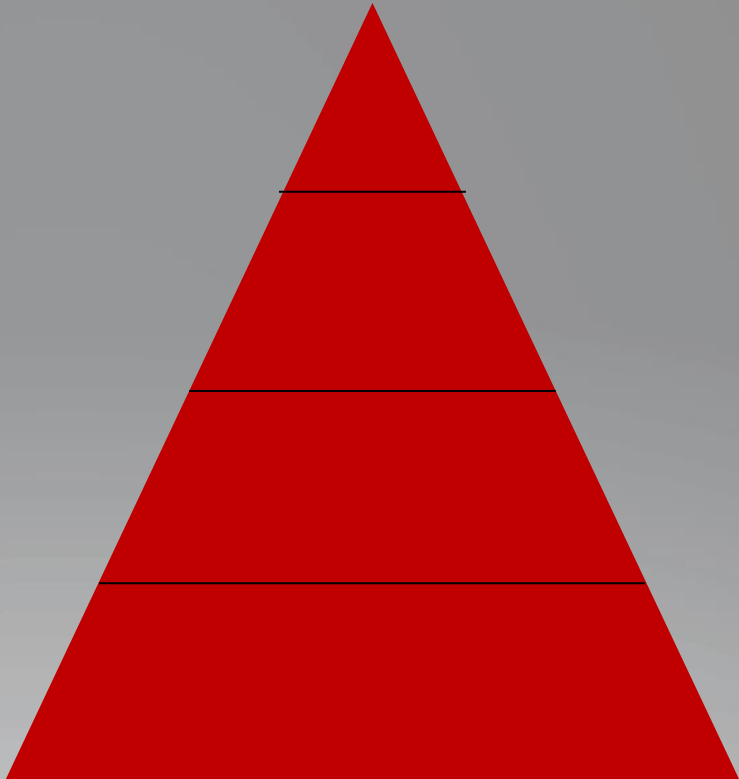
¿CÓMO SE GESTIONA?

¿CÓMO SE GESTIONA?

Con las Funciones Básicas de la Administración

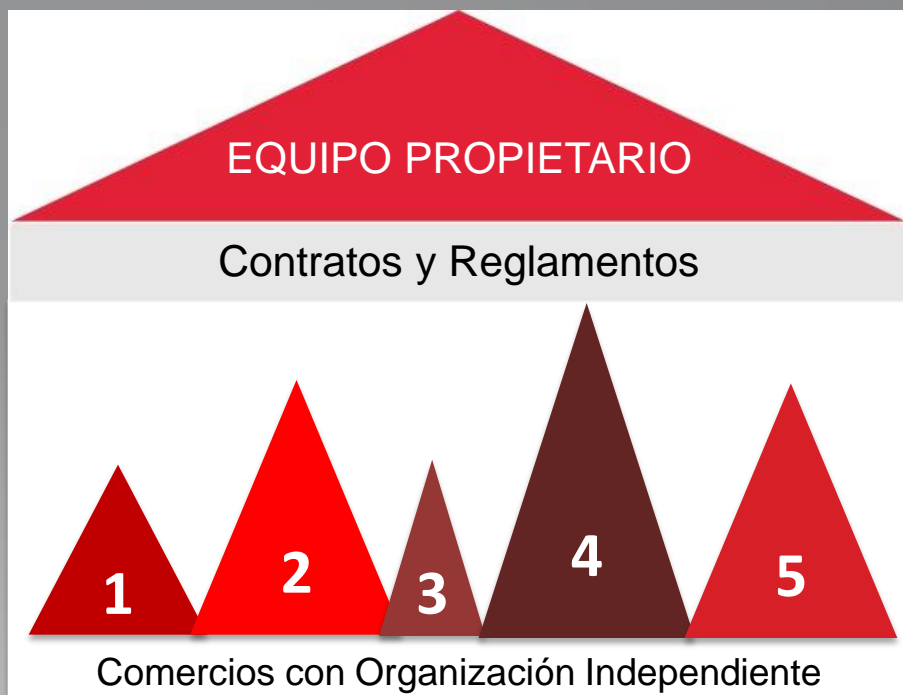
PLANIFICACIÓN
ORGANIZACIÓN
EJECUCIÓN
CONTROL

Organización Tradicional



- Unidad de mando
- Capacidad de dar ordenes y hacerlas cumplir
- Reconocimiento de la autoridad
- Alcance sobre toda la organización
- Ejecución inmediata
- Potestad de cambiar recursos autónomamente

ORGANIZACION DE UN CENTRO COMERCIAL



- Múltiples organizaciones conviviendo con distinto mando
- Múltiples culturas / mismo espacio
- Resultados diversos para los integrantes
- Percepción de autoridad del CC
- Percepción de autonomía de comerciantes
- Regulación por reglamento
- Necesidad de consenso para avanzar

CON TÉCNICAS DE GESTIÓN

PERSUACIÓN

INVITANDO

INDUCIENDO

COMUNICANDO

ESCUCHANDO

EXPLICANDO



PROMOVIENDO

SEDUCIENDO

CONSENSUANDO

COMPRENDIENDO

COLABORANDO



REGLAMENTO

¿QUÉ SE GESTIONA?

¿QUÉ SE GESTIONA?

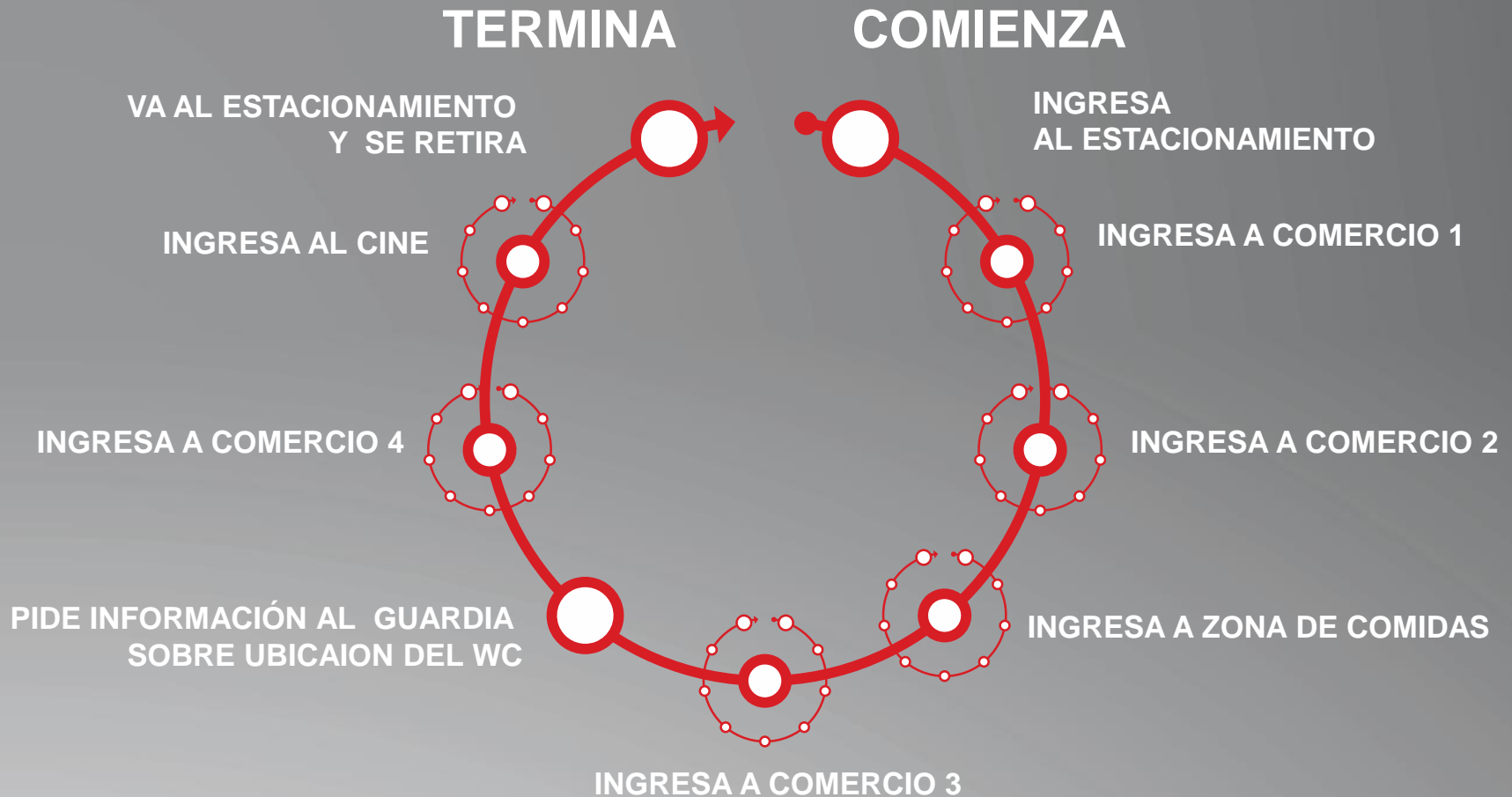
“El Ciclo de Servicio es el mapa de los Momentos de Verdad, según los vive el cliente”



JAN CARLSON

CICLO DEL SERVICIO

DE UN CENTRO COMERCIAL

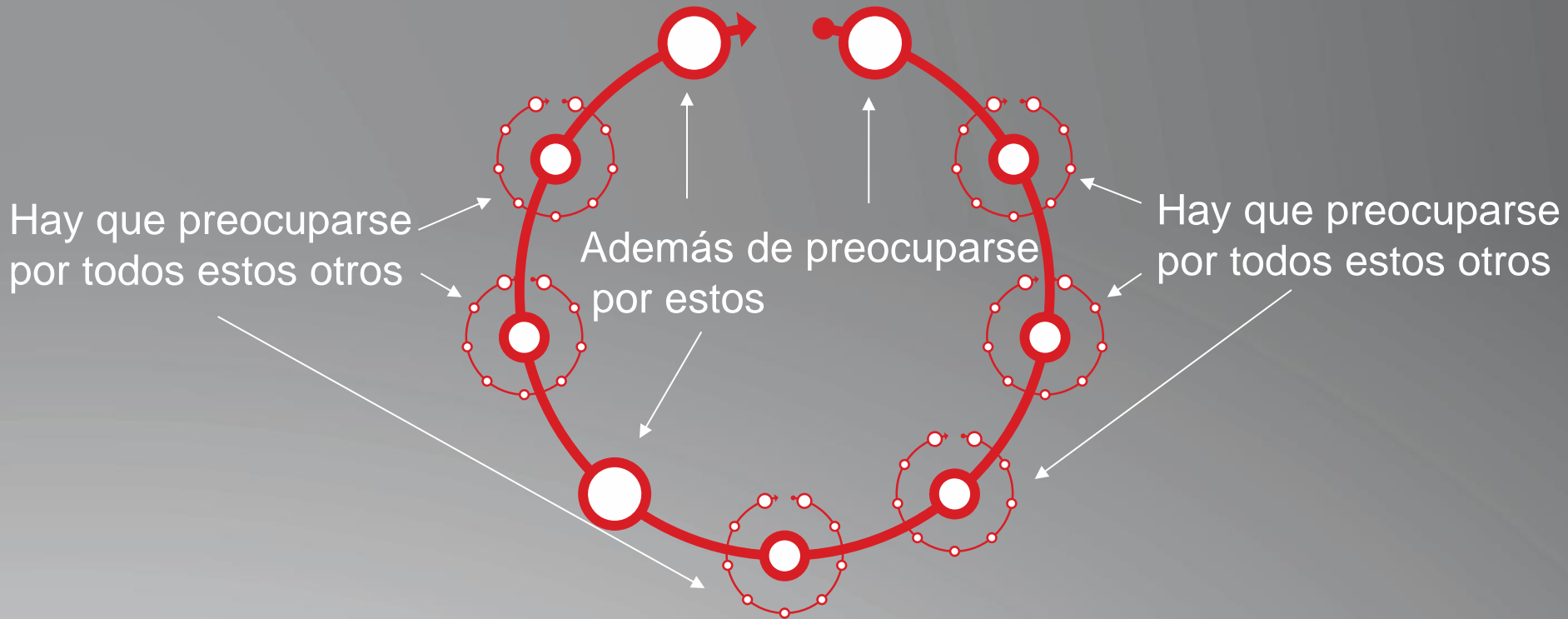


EL RESULTADO DE IMAGEN Y NEGOCIO

DEPENDE DE TODO EL CICLO

TERMINA

COMIENZA



LOS BENEFICIOS DE ESTAR EN LOS CENTROS COMERCIALES PARA EL COMERCIO

BENEFICIOS A LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA COMERCIAL

STATUS A SU MARCA:

SÓLO LAS BUENAS MARCAS ENTRAN AL CC

LA HACE CONOCIDA:

LA SOLA PRESENCIA EN EL CC HACE QUE MUCHOS
TOMEN CONTACTO CON LA MARCA A TRAVÉS DEL LOCAL

LOS BENEFICIOS PARA EL COMERCIO

OPORTUNIDAD DE GENERAR MAYORES VENTAS

GENERA CONCURRENCIA-TRAFICO ASEGURADO

REALIZA PROMOCIONES PERIÓDICAS

PERMITE LA GENERACIÓN DE VENTAS CRUZADAS

SERVICIOS AL CLIENTE

PROPORCIONA UN ENTORNO SEGURO

CONFORT

MIX COMERCIAL

OFRECE UN SERVICIO PARA LOS CLIENTES

QUE NO SE ENCUENTRA EN NINGÚN OTRO LUGAR:

- Estacionamiento
- Amplitud de horarios
- Ambientación -Climatización
- Lugares de descanso
- Accesibilidad.
- wifi

LA RELACIÓN DEL COMERCIO CON EL CENTRO COMERCIAL

EL NEGOCIO ES COMÚN



“No hay Centros Comerciales exitosos sin comercios exitosos, ni Comercios que tengan éxito en Centros Comerciales fracasados”

LAS COLABORACIONES MUTUAS

LOS CENTROS COMERCIALES APOYAN A LOS COMERCIOS :



- CUANDO UN COMERCIO SE ENCUENTRA EN DIFICULTAD Y ES DE INTERÉS PARA LA COMUNIDAD
- CUANDO NO ESTÁ EN DIFICULTADES PERO SU DIFUSIÓN AYUDA A CONSTRUIR IMAGEN PARA LA COMUNIDAD
- CUANDO LLEGA UN NUEVO COMERCIO

¿QUÉ ESPERAR DEL CENTRO COMERCIAL?



- Banners, pendones, afiches u otro tipo de comunicación interna.
- Comunicación en la base de datos y redes sociales .
- Publicidad de la marca del comercio en las comunicaciones del centro.
- Activaciones de marca .
- Stand promocional en el Mall .
- Capacitación.

La creatividad para vender

LA RESPONSABILIDAD DEL COMERCIO



Promoción:

- Construir su marca.
- Traer sus propios clientes.
- Hacer acciones con otros comercios.
- Participar de las acciones del CC

Servicio:

- Tener el personal capacitado y motivado
- Cumplir con los horarios
- Recibir los medios de pago habituales

LA RESPONSABILIDAD DEL COMERCIO



Productos:

- Presentar surtido de productos atractivo
- Mantener el stock adecuado

Mantenimiento del Local:

- Presentar una vitrina atractiva
- Realizar una buena ambientación interior
- Mantener el local en perfecto estado

El Trabajo es Conjunto



El equipo resuelve mejor las situaciones

Centro Comercial

- Mezcla Comercial
- Marca
- Tráfico
- Comunicación
- Eventos
- Fidelización
- Información
- Estacionamiento
- Seguridad
- Limpieza
- Decoración
- Mantenimiento
- ...

ÉXITO

Comercio

- Producto
- Stock
- Vitrinas
- Ambientación
- Capacitación
- Motivación
- Promociones
- Atención al cliente
- Limpieza
- Iluminación
- Experiencias
- Medios de Pago
- ...

**“Llegar juntos es el principio.
Mantenerse juntos es el progreso.
Trabajar juntos es el éxito”
Henry Ford.**

MUCHAS GRACIAS
ANGELA MA. URIBE G

COLOMBIA

gestion@pgscomercial.com

Cel: 57 300- 6189741 - Of.: 2667435

PGS
COMERCIAL S.A.
ADMINISTRACIÓN PROFESIONAL



Seminario de Gestión del Comercio Minorista