

Tipos de centros comerciales

Características de los centros comerciales.

Cuando tenemos que buscar un centro comercial para nuestro negocio lo primero que tenemos que tener claro, es saber cual es la tipología de producto o servicio que vendemos, así como cual es nuestro publico o consumidor ideal, nuestro “buyer persona”.

En función de estas características específicas, tenemos que elegir el centro comercial que mejor se adecue a las mismas.

Si nuestro producto es de venta impulsiva, por ejemplo moda, un **centro comercial de extrarradio** puede ser una buena opción.

Por otro lado, si el producto es de venta reflexiva, o recurrente, la mejor opción sera un **centro comercial urbano**, ya las mismas personas van al CC muchas veces al año.

En cuanto al tipo de publico que acude a ese centro comercial en particular, debemos conocer cual es su poder adquisitivo.

Es un error enorme ubicarnos en un CC situado en una zona de clase baja, con poco dinero, si nuestro producto es de lujo, por ir al caso mas extremo...

En cualquier caso, **el mejor centro comercial** para situar un negocio, es el que mas afluencias de visitas de publico tiene al año... pero también sera el mas difícil para lograr un local, ademas de mas caro.

En el tema de las afluencias o visitas al CC, hay que tener en cuenta que este dato es general, es decir, en el caso de que tenga 7.000.000 de visitas al año y que sea un CC urbano, la misma persona ira al CC muchas veces, por lo que cada vez que acude cuenta como una visita nueva.

Hay centros comerciales ubicados en poblaciones con 300.000 habitantes que tienen 6.000.000 de visitas al año...

Existen diferentes formas o maneras de **clasificar los centros comerciales**. Según el estándar internacional del **European Research Group**, un centro comercial se puede clasificar atendiendo a sus diferentes características;

Centros comerciales tradicionales.

Es el centro comercial normal y típico donde se ubican gran cantidad de comercios de diferentes formatos y actividades. Agrupados todos bajo un mismo centro comercial. En este caso lo importante es fijarse en,

El Mix comercial,

que es la mezcla de actividades y negocios que tiene un centro comercial. Lo mejor es que tenga de todo. Alimentación, electrodomésticos, bricolaje, bancos, tintorería, ocio, cines, peluquería, telefonía, hipermercado o supermercado, juguetería, moda (hombre, mujer, niños) zapaterías, regalos, prensa, librerías...

Cuanto mejor sea el mix comercial, mas equilibrado, mejor será el centro comercial, ya que se adecuara a todas las necesidades de los clientes para poder realizar sus compras en el mismo centro comercial sin necesidad de acudir a otro establecimiento fuera del CC.

Centros comerciales especializados:

Parque de medianas o parque comercial,

donde se reúnen en un espacio común una serie de comerciantes con medianas y/o grandes superficies.

Un ejemplo de parque de medianas es el situado en San Sebastian de los Reyes en Madrid. Donde están ubicados entre otros rótulos, Ikea, Carrefour, Leroy Merlin...

Centro comercial de ocio,

integrado principalmente por comerciantes dedicados al ocio como actividad. El cine y la restauración son las locomotoras del CC.

Outlet,

centro comercial de descuento. Con moda o artículos de stocks sobrantes de temporadas anteriores o con defectos y taras.

También los podemos clasificar por su tamaño;

Centro comercial muy grande,

con una superficie bruta alquilable (SBA) mayor de 80.000 m²

Centro comercial grande,

con una superficie bruta alquilable (SBA) de entre 40.000 y 80.000 m²

Centro comercial mediano,

con una superficie bruta alquilable (SBA) de entre 20.000 y 40.000 m²

Centro comercial pequeño,

con una superficie bruta alquilable (SBA) de entre 20.000 y 5.000 m²

Galería comercial,

con una superficie bruta alquilable (SBA) menor de 5.000m².

Por su ubicación;

Centro comercial urbano,

CC que está ubicado dentro de la misma población o ciudad, rodeado de viviendas. Su accesibilidad es total, se puede ir andando, o en outobus, metro, aunque normalmente son más pequeños por sus limitaciones de espacio en el centro de las ciudades.

Centro comercial semi-urbano,

cuando el centro comercial está situado en el borde del núcleo de la población.

Centro comercial extrarradio o periférico.

El centro comercial está ubicado a las afueras de un núcleo de población, de fácil acceso por carretera.