

CENTROS COMERCIALES EN COMPETENCIA

Tiendas con gancho

Pueden ser tiendas por departamento, supermercados o "home centers" y llaman inmediatamente la atención de los compradores por sus grandes dimensiones y los enormes letreros con sus nombres. ¿Qué tan importante es la presencia de una tienda ancla para el éxito de un centro comercial?

La tienda ancla o tienda gancho suele ser una de las más grandes dentro de un centro comercial y se caracteriza, principalmente, por su gran capacidad para atraer compradores debido a que ofrece mucha variedad de productos y grandes descuentos.

Por lo general, está construida, ya sea a los extremos de la edificación, o separada de otra tienda ancla, de modo que, para llegar a cada una de ellas, los compradores se vean obligados a recorrer la mayor parte de la superficie del centro comercial y favorecer así el flujo de compradores de las tiendas más pequeñas", nos explica Eric López Pastor, profesor de Marketing de la Universidad ESAN.

"Las anclas, casi siempre, son parte de una cadena y son importantes porque generan un gran tráfico de visitas que contribuye a las ventas de los establecimientos menores. Por ello, los desarrolladores de centros comerciales, incluso, están dispuestos a cobrar menor renta a este tipo de tiendas.", agrega Fernando de la Flor, director ejecutivo del Grupo Inmobiliario Penta.

"Los centros comerciales con tiendas anclas han tenido más éxito que aquellos sin ellas, ya que usualmente esas tiendas atraen más compradores que las tiendas más pequeñas. La tienda ancla es un inquilino clave para un



►►► Jale. Las tiendas ancla generan atracción en los centros comerciales.

180 millones de dólares se habrá invertido en proyectos comerciales, según estimaciones de la Asociación de Centros Comerciales del Perú.

UNA OPINIÓN

- **BENEFICIOS.** Elka Popjordanova, gerente general del Centro Comercial Plaza Norte, afirma que tanto la tienda ancla como el centro comercial se benefician al operar de manera conjunta. "Las tiendas ancla contribuyen a generar tráfico y, por lo tanto, son muy importantes para la afluencia de público de un centro comercial", asegura.
- **ADEMÁS.** Otro factor muy importante es la seguridad y el buen ambiente que ofrecen los centros comerciales, lo que hace que los consumidores extiendan su permanencia en ellos, opina la ejecutiva.

centro y su salida constituye el primer signo de decadencia de este", anota Eric López Pastor.

Pero el centro comercial no es el único beneficiado, la tienda ancla también obtiene los favores de formar parte de un centro comercial, nos comentan nuestros entrevistados, ya que estos siempre congregan una mayor cantidad de clientes potenciales y, desde un punto de vista plenamente financiero, también les resulta más económico operar en un centro comercial que desarrollar sus propias tiendas.

DESARROLLO EN PROVINCIAS
De acuerdo a lo que nos comenta Fernando de la Flor, los desarrolladores de centros comerciales, así como las tiendas ancla, están particularmente interesados en expan-

Las anclas, casi siempre, son parte de una cadena y son importantes porque generan un gran tráfico de visitas

dirse al interior del país, donde la penetración del retail moderno es muy baja. "Incluso, tenemos muchas ciudades intermedias como Cusco, en las cuales aún no se ha construido ningún centro comercial moderno ni ha incursionado ninguna cadena de tiendas ancla", recalca.

La profesora Liliana Alvarado, directora del área de marketing de la Escuela de Posgrado de la UPC, cree que Cajamarca es una ciudad interesante para el desarrollo de centros comerciales, pues, a pesar de la poca población urbana que existe, la inversión minera ha mejorado la capacidad adquisitiva de su población.

Sin embargo, según información de la Asociación de Centros Comerciales del Perú, actualmente operan 39 centros comerciales, 16 de ellos fuera de Lima Metropolitana y distribuidos en 9 ciudades al interior del país y, para los próximos años, se esperan unos 18 nuevos proyectos en 6 ciudades. Lo más probable es que la mayor parte de estos centros comerciales cuenten como mínimo con una tienda ancla, sino es más.

Como precisa Eric López Pastor, las cadenas de tiendas ancla utilizan el mismo formato para Lima como para provincia y lo único que podría variar son los precios.

PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO
Con respecto al futuro en materia de desarrollo de centros comerciales y su gran atractivo, las tiendas ancla, Fernando de la Flor, opina que a pesar del gran auge de los últimos diez años, la penetración del retail moderno en el Perú, sólo ha alcanzado el 20%, siendo una de las más bajas de América Latina. Por ello, considera que el centro minorista moderno tiene un mercado creciente asegurado por muchos años, por lo que se espera que se duplique cada 5 o 7 años. El sector cobra dinamismo. □