

Cómo han cambiado... señores

OPINIÓN

Percy Vigil
GERENTE GENERAL
DE MEGAPLAZA



Sorprende la presencia de cada vez más restaurantes en los centros comerciales, algunos de ellos están dejando locales tradicionales puerta a la calle para pasar a formar parte de la oferta dentro de un centro comercial, algo impensable hace algunos años.

Asimismo, sorprende la llegada de centros de estu-

dios y hasta universidades. Esto no era usual, sin embargo, hoy también están pasando a formar parte de la oferta.

Grandes cambios en un sector en el que la ropa, el calzado, los accesorios, la comida y el entretenimiento eran toda la oferta. ¿Qué sucedió?

¿Han cambiado las empresas la forma de ver el mercado o ha cambiado el entorno y obligado a las empresas a cambiar?

Definitivamente, las variables que se consideraron

“Hoy más que nunca y en un entorno económico diferente se cumple una regla básica del marketing: el consumidor es el rey”.

hace 10 años para instalar un negocio no son las mismas de hoy, y resaltaría tres aspectos:

- El consumidor valora la seguridad, más que antes, por sentirse actualmente inseguro.

- El crecimiento del parque automotor ha llevado la ciudad a un tráfico caótico y

manejar hoy en día ya no es un placer. La escasez de espacios de estacionamiento es otra barrera para decidir ir a muchos lugares o no.

- El consumidor, más que antes, quiere tener todo lo que busca en un solo lugar, valora la concentración de oferta. Al no considerar hoy la distancia en cuadras sino

en minutos u horas, la búsqueda por poder hacer todo en el mismo espacio va a ser cada vez mayor.

Los centros de antes no son los centros de hoy, quedaron pequeños y sin las condiciones adecuadas para satisfacer a este nuevo consumidor. Es difícil ofrecer seguridad en espacios abiertos, además es atractivo y cómodo para el consumidor estar en un espacio que concentra la mayor oferta posible.

Los centros comerciales han reconocido el alcance de su negocio, tienen claro el be-

neficio que busca o percibe el consumidor en ellos, y lo irán perfeccionando para mantener la satisfacción de los actuales y ganar cada vez más adeptos.

Hoy más que nunca y en un entorno económico diferente se cumple una regla básica del marketing: el consumidor es el rey. La lucha por las preferencias ya comenzó, habrá ganadores, y también perdedores.

Elija dónde quiere estar, de su visión y sus decisiones dependerá el futuro de su marca o empresa.