

## **Ventajas e inconvenientes de tener tu negocio en un centro comercial**

**Sabemos que uno de los elementos esenciales cuando estamos en el proceso de creación de nuestro negocio, es la correcta elección de la ubicación, pues una mala situación del local puede arruinar el proyecto en poco tiempo. Lo primero es decidir si hacerlo a pie de calle o en un centro comercial. Veamos los pros y los contras.**

"Franquicia" y "centro comercial" son conceptos que van unidos y suponen el 17,13% del suelo comercial del país. Los centros comerciales, desde su despegue en España durante los años 90, se han convertido en una parte importante de la vida de una ciudad y de su periferia; son espacios amplios donde confluyen comercios de diversa índole, independientes entre sí, ofreciendo la oportunidad a los clientes de encontrar lo que buscan en un solo lugar.

Abrir un negocio en un centro comercial implica aprovechar estas sinergias donde existe un tránsito continuo de potenciales clientes. Se calcula que en 2014 la afluencia de visitantes fue de 1.803 millones. De esto se deduce que no es necesario salir a buscar clientes, es el centro comercial con su oferta el que los atrae por sus servicios y productos.

También es importante tener en cuenta que el centro comercial actúa como un agente protector tanto para el cliente como para el local en cuanto a seguridad, pero también climatológicamente, no importa si fuera hace frío o calor, dentro del centro comercial, la temperatura es óptima.

Además, ubicar nuestra tienda en un centro comercial lleva implícito que lo que ofrecemos es un buen producto, debido a las exigencias de calidad del propio centro. En K-Habls, master franquicia de Yoigo, más de la mitad de las tiendas se encuentran ubicadas en centros comerciales, beneficiándose de la afluencia de visitantes sin que las adversidades climatológicas afecten en sus visitas.

Sin embargo, aun ubicando nuestro negocio en un centro comercial, deberemos buscar dentro un buen local donde situarnos, atendiendo a las posibles preferencias de nuestro público objetivo, tener en cuenta aspectos como el resto de establecimientos que nos rodean, por ejemplo, los establecimientos de restauración ejercen un punto de fuerza para concentrar público.

Si bien abrir nuestro negocio en un centro comercial tiene el inconveniente del precio de alquiler y un horario de apertura impuesto por el centro, el importante tráfico de público objetivo, la seguridad y demás ventajas parecen ser mucho más beneficiosas que los puntos en contra.

**Datos de contacto:**  
Jose María Guerrero

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Emprendedores](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>