



Caso centros comerciales: una realidad con dos caras /

Gómez Olmedo, Ana María

ESIC Editorial,
2022-07-04

Monografía

Carmen asiste al kick-off de su nuevo proyecto. No le acompaña la energía habitual. Tal vez el calor típico del verano madrileño o la presión de una realidad desalentadora hacen difícil gestionar las expectativas de todos los asistentes. Allí están todos reunidos, el equipo gestor del centro comercial, los inversionistas americanos y Borja, su mano derecha en la consultora. Hoy será especialmente duro, piensa para sí misma. Durante la reunión, algunas sensaciones de siempre. Entre ellas, la actitud de don Ramón, quien ponía todo su esfuerzo en agradar a los inversores. Esto a Carmen no le sorprendía. Por un lado, conocía desde hacía años al equipo gestor del centro comercial y, por otro, sabía de antemano los intereses de don Ramón. Posteriormente, en la comida, don Ramón comentaba orgulloso cifras del plan de negocio a 3 años, el cual presentaba un crecimiento exponencial a partir del año 2. Sus predicciones levantaron suspicacias. Este crecimiento tan a corto plazo y de tanta magnitud era algo que resulta inexplicable para Kevin, quien hizo notar de forma crítica la visión anticuada del negocio. La tensión aumentó cuando Ben también reprochó la falta de un análisis en profundidad de la evolución del sector textil y de los nuevos hábitos de consumo, especialmente después de la pandemia. Los comentarios de la reunión junto con la tendencia global de los centros comerciales exigen al equipo de inversores y gestores de El Oasis de Madrid reformular su estrategia para mantener y mejorar sus cifras de negocio. Factores como la tendencia demográfica, diferencias generacionales y hábitos de compra en los centros comerciales en España han de ser tenidos en cuenta, entre otros aspectos. Esto se pone interesante, pensaba Carmen. Diseñar una propuesta de valor para anticiparse a los retos que han de afrontar los centros comerciales en España para el 2030 supondrá sin duda algo más que un verano sofocante para Carmen y su equipo

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzQ0NTMzMzM>

Título: Caso centros comerciales: una realidad con dos caras Ana María Gómez Olmedo

Edición: 1

Editorial: Madrid ESIC Editorial 2022-07-04

Mención de serie: Métodos del caso

ISBN: 9788418944994

Materia: Centros comerciales Comercio al por mayor Comercio al por menor hábitos de compra pandemia

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es