

CAPÍTULO III

RESULTADOS EMPÍRICOS

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación empírica realizada en los cinco principales centros comerciales de la ciudad Santiago de Cali, organizados acorde con los objetivos específicos planteados: en primer lugar, se presenta la descripción de los centros comerciales estudiados y el perfil sociodemográfico de los compradores estudiados. En segundo lugar, se presenta el análisis descriptivo de las variables internas que determinan el comportamiento espacial de compra de los usuarios de los centros comerciales estudiados, así como los factores externos representados en la infraestructura y el equipamiento comercial, estudiados a partir de análisis descriptivo y multivariado. En tercer lugar, se registraron los atributos que desde la percepción de los usuarios conforman el centro comercial ideal.

Descripción de los centros comerciales estudiados

Este apartado responde al primer objetivo del estudio, el cual planea describir los factores desde la oferta que identifican a cada uno de los centros comerciales estudiados. Para ello, se describen las características del establecimiento, su infraestructura y su equipamiento comercial, a partir de información secundaria consistente en revisión documental y observación.

La capacidad de infraestructura y equipamiento comercial del centro comercial representan las variables que conforman el factor desde la oferta. En la infraestructura se describen: la ubicación geográfica, la población socioeconómica, las vías de acceso, los medios de transporte, la arquitectura y la distribución interna del área física. En el equipamiento comercial se presenta el tipo de comercio, tipos de actividades que pueden realizar los usuarios (ocio, compras, recreación o diligencias) y las estrategias de marketing que realiza el centro comercial para atraer a sus usuarios. A continuación, para responder al primer objetivo, se describen las características de cada centro comercial con referencia a cada una de las variables descritas.

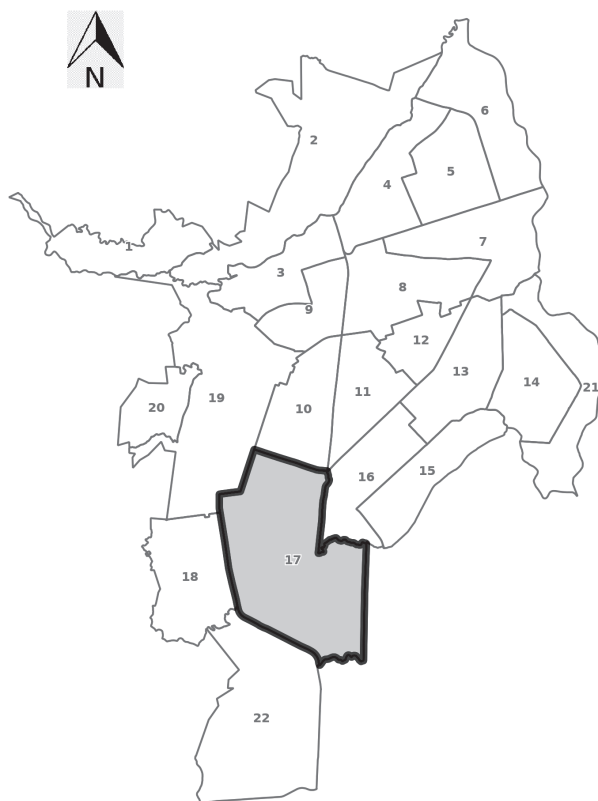
Centro Comercial Unicentro

Infraestructura

El centro comercial Unicentro nace en Cali el 7 de noviembre, cinco años después de la fundación de Unicentro, convirtiéndose en el centro de una zona residencial y comercial de estratos socioeconómicos (NSE) 4,5 y 6.

Como se observa en la figura 1, el centro comercial está ubicado en el sur de la ciudad, Comuna 17, barrio Unicentro, en la carrera 100 # 5 – 169. También hacen parte de la Comuna 17 los barrios: El Ingenio, Urbanización San Joaquín, Ciudadela Comfandi y Caney (IDESC, 2014).

Figura 1. Ubicación por comuna del centro comercial Unicentro



Fuente: Infraestructura de Datos Espaciales de Santiago de Cali.
Tomado de <http://idesc.cali.gov.co/geovisor.php>

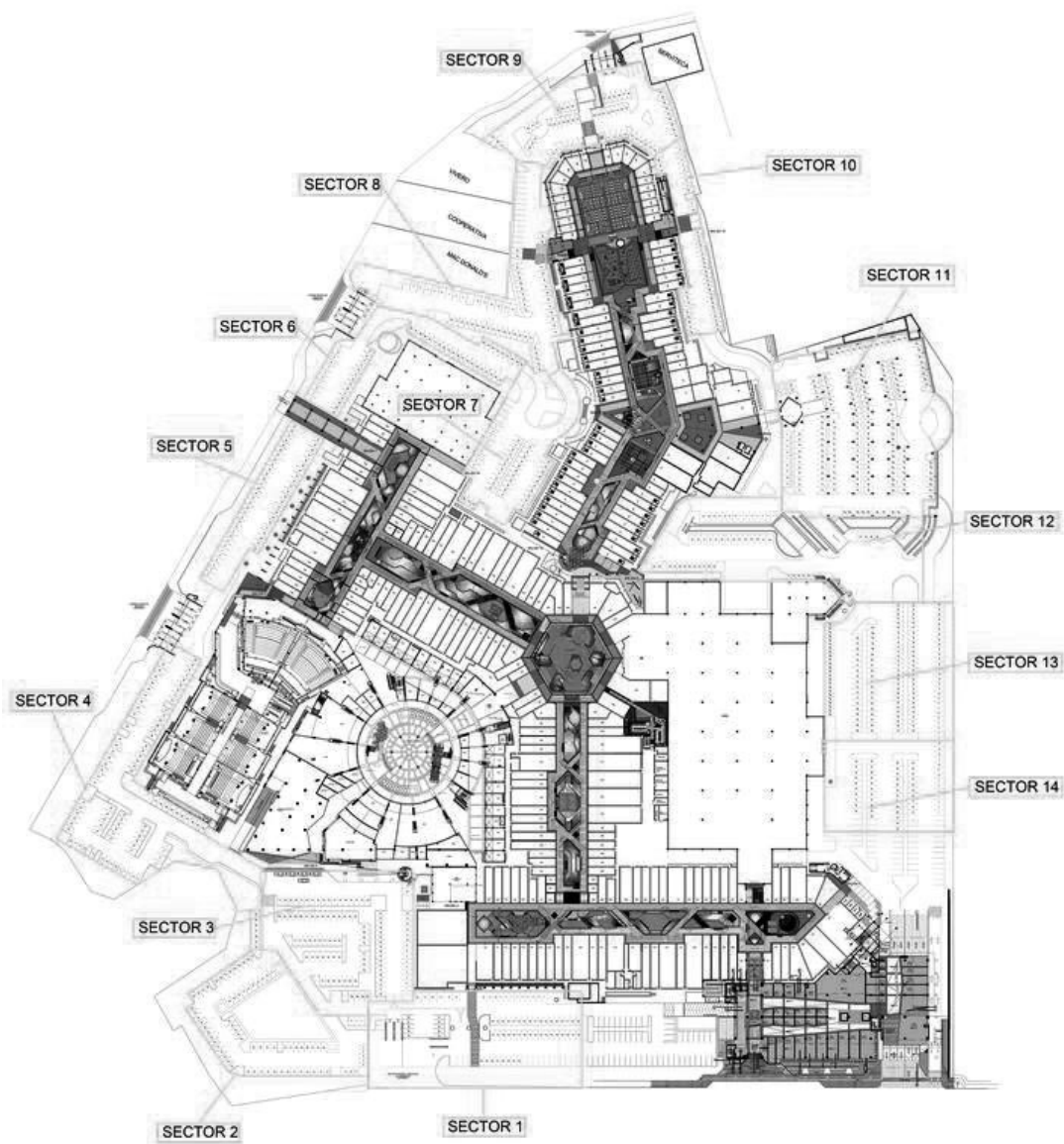
A este centro comercial se puede llegar fácilmente debido a su ubicación sobre la carrera cien y la avenida Pasoancho, dos importantes avenidas de la ciudad que conectan el norte, nororiente, noroccidente y el sur de la ciudad. Asimismo, facilitan el acceso de los habitantes de los municipios vecinos de Jamundí, Santander de Quilichao y Popayán. Por esta razón, Unicentro tiene cinco porterías para acceso vehicular y peatonal.

Como resultado de la observación y revisión de registros, los compradores pueden llegar a través de: 1) transporte público, taxi, bus urbano o Sistema Masivo Integrado de Occidente (MIO); o 2) vehículo particular. Por su parte, el MIO ofrece cinco rutas por la calle 5: E21 - E31 (Expresas), T31 (Troncales), y P17 - P27C (Pretroncal), las cuales llegan a la estación Buitrera, y una ruta por la avenida Pasoancho, P10A (Pretroncal), que en sentido norte-sur hace su parada en la calle 13 entre carrera 89 y 100 (Unicentro Cali), mientras en sentido sur-norte realiza su parada en la calle 13 con carrera 100. Por otra parte, los buses urbanos ofrecen rutas como: Coomoepal 5 y Coomoepal 8, que tiene el recorrido hasta Las Torres, toma la carrera 39 a la calle 14, pasa por Palmetto Plaza, Cosmocentro y la avenida Guadalupe, toma la autopista Sur hasta el Hospital Psiquiátrico y toma la avenida Pasoancho hasta Unicentro.

Desde la distribución interna de la infraestructura física, este centro comercial planificado es el único en el país que cuenta con un Plan de Ordenamiento y Desarrollo Urbano (PODU). El área del predio es de 137 100 m², con un área construida de 127 500 m², una asignación de 68 600m² para el área comercial con cinco pasillos internos. Tiene 3000 plazas de aparcamiento/ estacionamiento de tipo playa divididas en catorce sectores, además de una torre de parqueo de cuatro pisos y dos sótanos. Con la remodelación quedó con dos centros de negocios: Oasis, que se ha convertido en un ícono de la ciudad por su estructura bioclimática, en la que la instauración de corrientes y fuentes de agua, y la orientación de vientos filtrados a través de su estructura, contribuyen a redistribuir el calor de una forma eficaz y disminuir la temperatura sin necesidad de aire acondicionado. Tiene 338 locales y oficinas y cuenta con espacios de parqueo en la parte inferior del edificio; y el Centro de Negocios Pasoancho 1, una moderna construcción en el sector de la avenida Pasoancho con 30 000 m² de construcción que incluyen 160 locales y oficinas.

En la figura 2 se observa la distribución de las zonas de parqueo clasificadas por sectores, identificados con la delineación amarilla. En el sector 4 se encuentran ubicadas las salas de cine; contiguo a las salas de cine se ubica la plazoleta central entre el sector 3 y 4; en el sector 9 está la plazoleta de comidas; en el sector 7 de parqueo se encontraba el local de la tienda Falabella; en el sector 13 y 14 de parqueo está localizado el almacén ancla, el Éxito

Figura 2. Distribución de las zonas de aparcamiento/estacionamiento



Fuente: mapa general del centro comercial.
Recuperado de <http://www.unicentro.com/parquea-y-gana>

Equipamiento comercial del Centro Comercial Unicentro

En relación con el tipo de comercio y las actividades que se pueden realizar en este centro comercial, existe una variada oferta de negocios para comprar, hacer diligencias, o entretenimiento y ocio. En la actualidad, cuenta con más de 745 locales y oficinas, 400 de ellos destinados para locales comerciales, clasificados así: 300 de ellos dedicados a la moda, 72 son de comida con 2 073m², 12 salas de cine con un área de 5 314m², 11 joyerías, y 3000 plazas de parqueadero actividad, clasificadas en cinco categorías de comercio: tiendas, restaurantes, salud y belleza, entretenimiento y servicios. La tienda o almacén ancla en este centro comercial es Éxito, ubicado en el pasillo 2 con una superficie de 2500m². De las 185 tiendas, 152 de ellas corresponden a marcas nacionales y solo 33 de ellas conforman marcas internacionales. En relación con los restaurantes, de los 58 que operan en el centro comercial, 53 son negocios nacionales y 5 corresponden a franquicias internacionales. Respecto a los servicios como peluquerías, entretenimiento y otros, de los 64 negocios que operan en el centro comercial, 43 constituyen marcas nacionales y 9 son marcas internacionales.

Cuadro 7. Categorías de los locales por actividades a las que asiste el consumidor

Tipo de actividad	Categoría	Descripción	Ubicación
Compras	Tiendas	Accesorios, almacenes de cadena, artículos de colección, artículos deportivos, artículos para hogar, calzado, comunicaciones, joyería, jugueterías, librerías y papelerías, muebles y enseres, música, relojerías, ropa infantil, ropa para caballeros, ropa para dama, ropa unisex, ropa y accesorios, tecnología	Pasillos 1-5, Pasosancho 1 piso 1, Oasis 1er. piso.
	Restaurantes	Cafeterías, dulcería, heladerías, kioscos, panaderías, restaurantes y terraza de comidas	Pasillo 5, Oasis 1° y 2° piso
Recreación y ocio	Salud y belleza	Artículos de belleza, droguería, ópticas, peluquerías, productos naturales y salud	Pasillos 2, 5.
	Entretenimiento	Bares, casinos, cines y juegos infantiles	Pasillos 1, 2 y 5, Oasis 2° piso.
	Servicios	Agencias de viajes, apuestas y loterías, bancos, cajeros, envíos, oficinas y otros	Pasillo 1, 2, Pasosancho 1 piso 1° y 3°, Oasis 1er. piso.

Fuente: elaboración propia, 2017.

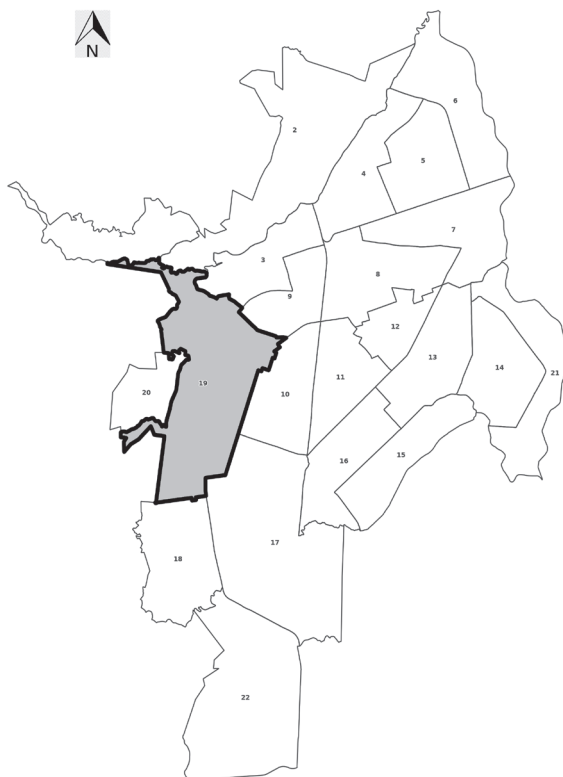
En cuanto a las estrategias de comunicación, durante todo el año realizan diferentes eventos, tales como: Sesión del método Fendelkrais, Taller infantil Cósmica; Games Off Corss Frisby, Photoecología, Plazoleta musical, Sagrada Eucaristía, Unirte - Unicentro Cali + arte, Unicentro zumba, Hagamos yoga, Terraza musical. Además, ofrece amplios horarios desde las 6:00 a.m. hasta las 12:00 a.m. de lunes a domingo.

Centro Comercial Cosmocentro

Infraestructura

Este centro comercial nace en 1981, siendo el segundo de la ciudad, ubicado en una zona residencial y comercial de nivel socioeconómico 4 (NSE), aunque su público objetivo son personas de los niveles 2 y 3. Como se observa en la figura 3, el centro comercial está ubicado al sur de la ciudad, Comuna 19, barrio Nuevo Tequendama, sobre la tradicional calle 5ª. Los barrios Camino Real, Pampalinda, San Fernando Nuevo y la Unidad Deportiva Alberto Galindo – Plaza de Toros, también forman parte de la comuna 19.

Figura 3. Ubicación por comuna del centro comercial Cosmocentro



Fuente:Infraestructura de Datos Espaciales de Santiago de Cali.
<http://idesc.cali.gov.co/geovisor.php>

El centro comercial Cosmocentro tiene acceso por la carrera 50, la calle 5ª y la avenida Roosevelt, y cuenta con cuatro porterías para tránsito vehicular y peatonal. Está ubicado frente a la estación Unidad Deportiva del MIO, que por ser una de las más importantes de la ciudad posibilita el acceso a rutas de todo tipo.

En la estación del MIO “Unidad Deportiva” se encuentran varias rutas para acceder al centro comercial. Están las rutas Expresas E21, E27, E27B, E31 y E37, las cuales comienzan su ruta desde el norte en estaciones como Terminal Menga en la AV 3N CI 70N, Las Américas en la AV 3M CI 23AN y Chiminangos en la Cra. 1 CII 62, llegando a estaciones destino en el sur de la ciudad como Universidades en la Cra 100 CII 16 y Capri en la CII 5

Cra. 78; están las rutas troncales T31, T47A, T47B y T57A, las cuales inician el recorrido en el norte desde estaciones como Chiminangos, por la AV. Ciudad de Cali la terminal Andrés Sanín en la Cll 75 Cra. 19 y Nuevo Latir en la Cra. 28D Cll 79; en las rutas Pretroncales está la P17, la cual solo se desplaza por el sur y comienza su recorrido en Unidad Deportiva y se dirige hacia las Universidades por la Panamericana y la AV. Cañasgordas en el sur de la ciudad, para finalmente terminar su recorrido en la misma estación que comienza. Las rutas P47A, P47B comienzan su recorrido norte-sur en la estación Andrés Sanín y finalizan en la AV. Ciudad de Cali – Cra. 30 Cll 5; la ruta P57 arranca su sentido sur-norte desde Los Mangos y finaliza en la AV. Ciudad de Cali – Cra. 50 Cra. 56 y la ruta P71, tiene un recorrido por la Cl 5, Cra. 56, Cl 16 – Cra. 86 y El Caney.

A su vez, la estación de Unidad deportiva se conecta con la estación Cañaveralejo, a la cual llegan rutas alimentadoras como: A43, A71, A76, A72B, A72A y A75, las cuales son rutas orientadas hacia la zona occidente de la ciudad de Cali. Por otro lado, el acceso por la AV. Roosevelt puede ser a través del MIO, taxi o vehículo particular al igual que por la carrera 50.

En relación con la distribución interna del área física y la arquitectura, Cosmocentro cuenta con un área total de 71 107 m² distribuidos en tres niveles con más de 230 establecimientos entre almacenes de ropa, calzado, confitería, entidades financieras, casas de cambio peluquería, textiles, ferretería, 4 plazoletas (infantil, el teatrino, la playita, la terraza de comidas), y 6 salas de cine (cine Colombia), entre otras.

Equipamiento comercial del Centro Comercial Cosmocentro

De acuerdo con comercio y tipo de actividades, el centro comercial está distribuido de tal forma que ofrece espacios de plazoletas de comidas, juegos, cafeterías y espacios de interacción, donde se realizan actividades culturales para niños, jóvenes y adultos, de tal modo que es un lugar agradable para todo el público. En el Cuadro 8 se muestran las categorías de locales por actividad que ofrece el centro comercial, describiendo así el tipo de tiendas existentes de acuerdo con el producto ofertado (<http://www.cosmocentro.com>). La tienda o almacén ancla es La 14.

Cuadro 8. Categorías de los locales por actividad a la que asiste el consumidor

Categoría	Descripción
Tiendas	Accesorios (hogar, joyerías, maletas y maletines marroquinería y calzado, mujer); almacenes de cadena, artículos (artesanías, belleza, perfumería, hombre, mujer, unisex); calzado (hombre, mujer, unisex); artículos para hogar, comunicaciones, jugueterías, librerías y papelerías, salud, peluquerías, servicios, textiles, variedades, vehículos.
Restaurantes	Cafeterías, comidas rápidas, dietética, heladerías, restaurantes, comida típica
Salud y belleza	Artículos de belleza, droguería, ópticas, productos naturales y salud
Entretenimiento	Bares, casinos, cines y juegos infantiles
Servicios	Servicios públicos, de mensajería, agencias de viajes, apuestas y loterías, bancos, cajeros, envíos, oficinas y otros.

Fuente: elaboración propia, 2017.

De las 90 tiendas, 87 corresponden a marcas nacionales y 3 pertenecen a marcas internacionales. En relación con los restaurantes, de los 35 que operan en el centro comercial, 32 son negocios nacionales y 3 corresponden a franquicias internacionales. Respecto a los servicios como peluquerías, entretenimiento y otros, de los 54 negocios que operan en el centro comercial, 45 constituyen marcas nacionales y 9 son marcas internacionales.

Una de las estrategias de comunicación que realiza el centro comercial son los eventos programados durante el año: Aero Rumba Domingos, Somos tus Cómplices en Amor y Amistad, Concierto de Amor y Amistad, Taller de manualidades para el público infantil.

En cuanto a su posicionamiento, Cosmocentro tiene más de 30 años de existencia y se ha convertido en un lugar tradicional que ofrece variedad,

diversión, comodidad, seguridad y entretenimiento a todos sus visitantes. Se identifica con el eslogan es “el centro de todos”, debido a que su diseño interior cuenta con actividades para los diferentes gustos. En promedio, el centro comercial recibe aproximadamente 40000 visitantes diarios y 8300 vehículos.

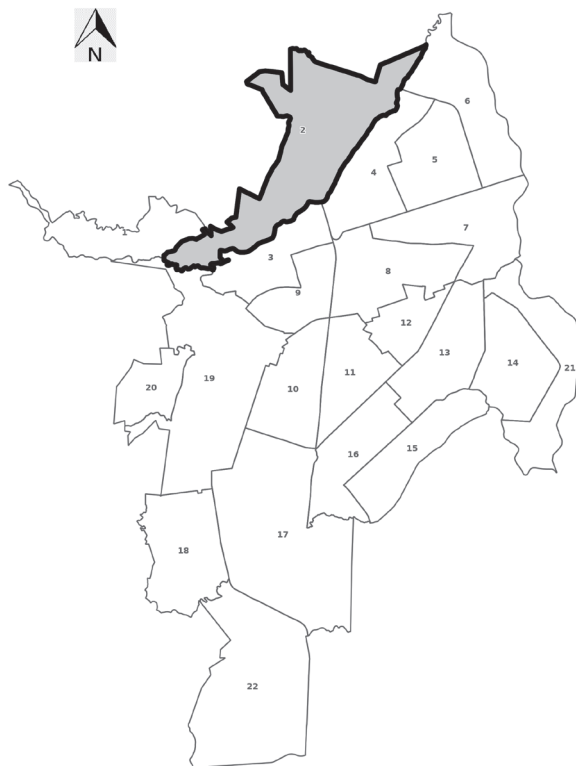
Dentro de las metas del centro comercial, están continuar ofreciendo buenas alternativas comerciales y de entretenimiento mediante el servicio, las tecnologías y un interés por el cuidado del medio ambiente. La oferta de horarios de atención es de lunes a domingo entre las 8:00 a.m. y 9:00 p.m.

Centro Comercial Chipichape

Infraestructura

La apertura del centro comercial tuvo lugar el 17 de noviembre de 1995, ubicado en el centro de una zona residencial y comercial de nivel socioeconómico (NSE) 4, 5 y 6, estratos a los que está dirigido su *target*. Como se observa en la figura 4, está ubicado al norte de la ciudad, comuna 2, en la AV. 6 No. 35 - 47, cerca de compañías como Home Center, Carvajal S.A, Supermercados La 14, a 15 minutos del Centro de Convenciones del Pacífico y a tan solo 30 minutos del aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón. Los barrios Chipichape, La Flora, Prados del Norte, Granada, Vipasa, La Campiña, Altos de Menga, Arboledas, Centenario, entre otros, conforman la comuna 2.

Figura 4. Ubicación por comuna del centro comercial Chipichape



Fuente: Infraestructura de Datos Espaciales de Santiago de Cali.
<http://idesc.cali.gov.co/geovisor.php>

A este centro comercial se tiene acceso por la avenida 6ª y se puede llegar desde distintos puntos: desde Yumbo se toma la vía principal pasando por SAMECO doblando a la derecha por Menga para tomar la avenida 6ª; desde el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón se toma la calle 70 doblando a la derecha para tomar Menga, donde más adelante se encuentra el Centro Comercial Chipichape; desde la Portada al Mar se toma la vía por el monumento al Gato siguiendo hasta la Escuela Bellas Artes donde más adelante se toma la avenida 6ª.

Al centro comercial se puede acceder por medio de transporte público como taxis, buses y el MIO, o vehículo particular. En el MIO se llega utilizando las rutas pretroncales: P20, que nace de la fusión de las rutas P20A Centro-Es-

tación del Ferrocarril y la P20B Centro-Chipichape; P24, que toma el desvío desde la AV. 3N por la Calle 47N hacia la avenida 6N; P52C denominación el Vallado-Terminal Menga y P30A denominación Flora Industrial-Centro. Adicionalmente se pueden tomar rutas expresas del MIO.

La distribución interna del área física y arquitectura de Chipichape está representada en un área de 98 210,85m² totales construidos, distribuidos entre sus más de 510 locales comerciales de marcas nacionales e internacionales, 2000 parqueaderos, amplia plazoleta de comidas, cafés, juegos, 7 salas de cine, modernas oficinas y un lugar completo de servicios y compras que hace del centro comercial un lugar de encuentro de jóvenes y familias caleñas.

Equipamiento comercial del Centro Comercial Chipichape

En cuanto al comercio y tipo de actividades, este centro comercial es un icono de la ciudad, cuenta con 45 000 visitantes diarios en promedio y un tráfico diario de vehículos de aproximadamente 7 700. En el Cuadro 9 se detallan las categorías de locales que ofrece el centro comercial. La tienda o almacén ancla es el Éxito.

Cuadro 9. Categorías de los locales por actividad a la que asiste el consumidor

Categoría	Descripción
Tiendas	Accesorios (hogar, joyerías, maletas y maletines marroquinería y calzado, mujer); almacenes de cadena, artículos (artesanías, belleza, perfumería, hombre, mujer, unisex); calzado (hombre, mujer, unisex); artículos para hogar, comunicaciones, jugueterías, librerías y papelerías, salud, peluquerías, servicios, textiles, variedades, vehículos.
Restaurantes	Cafeterías, comidas rápidas, dietética, heladerías, restaurantes, comida típica.
Salud y belleza	Artículos de belleza, droguería, ópticas, productos naturales y salud
Entretenimiento	Bares, casinos, cines y juegos infantiles.
Servicios	Servicios públicos, de mensajería, agencias de viajes, apuestas y loterías, bancos, cajeros, envíos, oficinas y otros.

Fuente: elaboración propia, 2017.

De las 189 tiendas, 156 corresponde a marcas nacionales y 33 conforman marcas internacionales. En relación con los restaurantes, de los 56 que operan en el centro comercial, 52 son negocios nacionales y 4 pertenecen a franquicias internacionales. Respecto a los servicios como peluquerías,

entretenimiento y otros, de los 47 negocios que operan en el centro comercial, 41 constituyen marcas nacionales y 6 son marcas internacionales.

Parte de las estrategias de comunicación que realiza el centro comercial son los eventos programados durante el año: Pasarela de tendencias, Nutrimos el poder de mamá, en abril ellos estarán empeliculados, Calendario Chipichape (escogencia de niños a aparecer en calendario), Chipichape te premia en grande, Dulcelandia, Mundo de diversión en Chipichape, Lunada en Chipichape, En amor y amistad nos divertimos, La otra cara del mar.

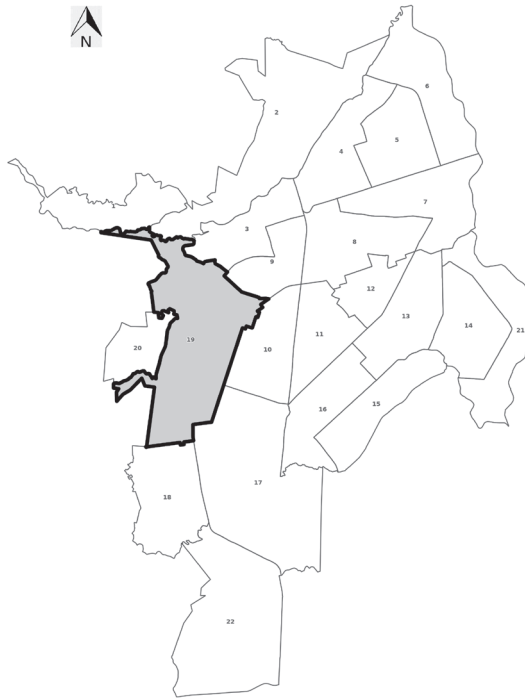
En cuanto a estrategias de posicionamiento, principalmente se diferencia de los demás centros comerciales por tener un pasado trazado por las vías del Ferrocarril del Pacífico que recorría la cordillera Occidental colombiana. “Chipichape encantador”, hace referencia a la construcción de la historia del centro comercial, pues anteriormente en el espacio en donde ahora se localiza el centro comercial estuvo la estación del ferrocarril del Pacífico, la cual era llamada Chipichape. Aunque es tema del pasado, Chipichape es uno de los lugares más concurridos, lo que hace que el centro comercial esté en constante innovación y ampliación de sus zonas (ver <http://www.chipichape.com>).

Centro Comercial Palmetto Plaza

Infraestructura

En junio del 2003 se inició el proyecto de construcción del centro comercial Palmetto Plaza en la ciudad de Cali, pero solo hasta diciembre del 2004 abrió sus puertas al público. Está ubicado en el centro de una zona residencial y comercial de nivel socioeconómico (NSE) 4 y 5, convirtiéndose ellos en el *target* del centro comercial. Este centro comercial se ubica dentro de la comuna 19 de Cali, barrio Unidad Militar, calle 9 No. 48 - 81. En la figura 5 se puede identificar la ubicación de la comuna 19, a la cual pertenecen los barrios: Sector Santa Bárbara, Tejares Cristales, sector Altos de Santa Isabel, sector San Fernando Viejo, sector Miraflores, sector Belén (IDESC, 2014).

Figura 5. Ubicación por comuna del centro comercial Palmetto Plaza



Fuente: Infraestructura de Datos Espaciales de Santiago de Cali.
Tomado de <http://idesc.cali.gov.co/geovisor.php>

El centro comercial colinda por el sur con la carrera 50, por el norte con la carrera 48, por el oriente con la calle 9B y por el occidente la calle 9; cuenta con 5 porterías vehiculares, 3 porterías peatonales y una portería para el ingreso de motos. Se puede acceder al centro comercial por vehículo particular, transporte masivo o caminando. El MIO ofrece las rutas pretroncales P47A, P27D y P47B, que pueden ser abordadas en las estaciones Andrés Sanín, Unidad Deportiva y Capri. La ruta P47A terminal Andrés Sanín-Unidad Deportiva, en sentido unidad deportiva-terminal Andrés Sanín, hace su parada en la calle 9 entre carrera 50 y 48 centro comercial Palmetto Plaza; la P27D terminal Menga-Capri, en sentido Capri-Terminal Menga, hace su parada en la calle 9 entre carrera 50 y 48 centro comercial Palmetto Plaza y la ruta P47B terminal Andrés Sanín-Unidad Deportiva, que en sentido Unidad Deportiva-terminal Andres Sanín, hace su paso por la carrera 50 entre calle 9 y 9B centro comercial Palmetto Plaza.

Algunos buses urbanos como la Coomoepal 5 y Coomoepal 8, que hace el recorrido desde Las Torres, toma la carrera 39 a la calle 14, va a Palmetto Plaza, Cosmocentro y la avenida Guadalupe, toma la autopista sur hasta el Hospital Psiquiátrico y de la avenida Pasoancho hasta Unicentro.

En cuanto a la distribución interna del área física y arquitectura, Palmetto Plaza cuenta con un área construida de más de 82 000 m² distribuidos en dos pisos. Tiene una plazoleta central de 2800 m² de extensión y una zona de juegos de 1000 m². En cuanto al comercio, tiene 234 locales, de los cuales hay 155 establecimientos comerciales, 24 locales de comida, 32 islas, 12 kioscos, 3 entidades bancarias, 8 cajeros automáticos, 8 salas de cines, juegos infantiles.

Equipamiento comercial del Centro Comercial Palmetto Plaza

En cuanto al comercio y tipo de actividades, la tienda o almacén ancla es el Éxito, ubicado en el primer piso con una superficie aproximada de 2800 m². De acuerdo con Marketmedios, tiene en la actualidad un tráfico promedio mensual de 352 000 personas. En el Cuadro 10 se observan las categorías de locales y el tipo de producto o servicio que se ofrece dentro de las mismas.

Cuadro 10. Categorías de los locales por actividad a las que asiste el consumidor

Categoría	Descripción
Tiendas	Accesorios, almacenes de cadena, artículos deportivos, artículos para hogar, colchones, calzado, ropa infantil, ropa para caballeros, ropa para dama, ropa unisex, ropa y accesorios, tecnología
Restaurantes	Cafeterías, dulcería, heladerías, kioscos y restaurantes
Salud y belleza	Artículos de belleza, droguería, ópticas, peluquerías, productos naturales y salud
Entretenimiento	Bares, librería, cines y juegos infantiles
Servicios	Bancos, cajeros, envíos y mensajería, agencias de viaje, casa de cambio, fotografía, oficinas, comunicaciones, lavandería y otros.

Fuente: elaboración propia, 2017.

De las 47 tiendas, 42 corresponden a marcas nacionales y 5 a marcas internacionales. En relación con los restaurantes, de los 35 que operan en el centro comercial, 30 son negocios nacionales y 5 corresponden a franquicias internacionales. Respecto a los servicios como peluquerías, entretenimiento y otros, de los 55 negocios que operan en el centro comercial, 50 son marcas nacionales y 5 son marcas internacionales.

Parte de las estrategias de comunicación que realiza en centro comercial son los eventos programados durante el año: Viva el ejercicio zumba, Santa misa dominical, Diviértete en grande.

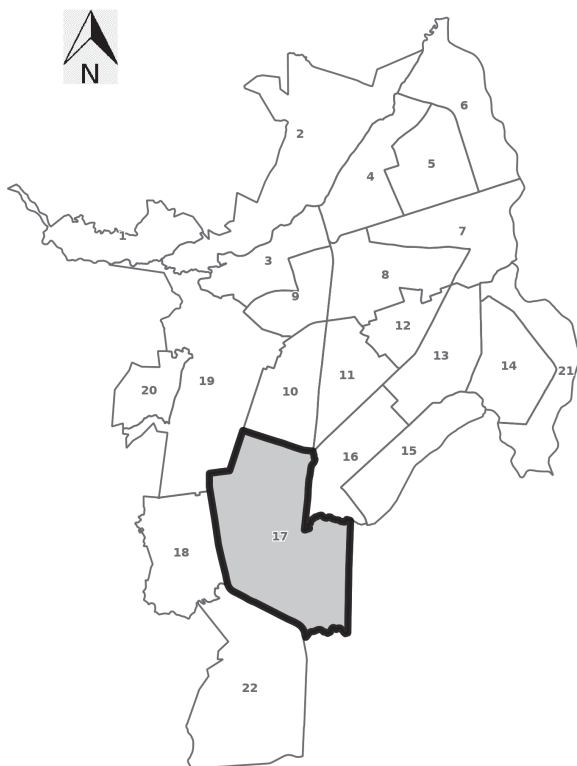
Este centro comercial se ha posicionado con la siguiente expresión: “Queremos que te sientas en casa, por eso siempre damos lo mejor de nosotros para que así sea, nuestro personal, nuestras instalaciones y nuestro ambiente” (ver <http://palmettoplaza.com>).

Centro Comercial Jardín Plaza

Infraestructura

El centro comercial Jardín Plaza se encuentra localizado en un sector donde residen ciudadanos pertenecientes al nivel socioeconómico NSE 4,5 y 6, por tanto, la estrategia está dirigida a dicha población. Ubicado en la comuna 17, en la carrera 98 No. 16-200. En la figura 6 se identifica la ubicación de la comuna 17 en la ciudad de Cali, a la cual pertenecen los barrios Unicentro Cali, El Ingenio, Urbanización San Joaquín, Ciudadela Comfandi y Caney.

Figura 6. Ubicación por comuna del centro comercial Jardín Plaza



Fuente: Infraestructura de Datos Espaciales de Santiago de Cali.
Tomado de <http://idesc.cali.gov.co/geovisor.php>

Este centro comercial cuenta con distintas formas de acceso: via Cali-Jamundí por la cra. 100, Avenida Cañasgordas por la calle 16 o cra. 100, avenida Pasoancho y por la calle Quinta. Para acceder al centro comercial existen gran variedad de opciones de transporte. El MIO ofrece una serie de rutas que entran por las distintas calles y avenidas, dispone de las rutas troncales las cuales ingresan por la calle Quinta como las rutas T31 y rutas expreso como E21 y E31 que se abordan en la estación Universidades. También cuenta con el apoyo de rutas pretroncales como P10A, P10B, P10D, P12A, P14A, P21A, P21A, P21B y P27C. Para brindar conexión con zonas aledañas están las rutas alimentadoras que también sirven de acceso para el centro comercial como la A11, A17A, A14A, A18, A19A, A13C y A17B.

En cuanto a la distribución interna del área física y arquitectura, el centro comercial cuenta con un área construida de 36 387 m² y área de urbanismo de 34 010 m². Tiene 200 locales comerciales, 32 kioscos, 23 restaurantes, 12 locales de servicio, un parque de juegos, 6 salas de cines Royal Films.

Equipamiento comercial del Centro Comercial Jardín Plaza

En relación con el comercio y tipo de actividades, este centro comercial cuenta con más de 180 locales, 32 kioscos, 23 restaurantes, 12 locales de servicios, un parque de juegos y 6 salas de cine Royal Films. La tienda o almacén ancla es Jumbo y recibe en promedio 40 000 personas diariamente.

En el Cuadro 11 se presentan las categorías de locales para los diferentes productos y servicios que ofrece el centro comercial, además se describe lo que se puede encontrar en cada categoría.

Cuadro 11. Categorías de los locales y actividad a la que va el consumidor

Categoría	Descripción	Ubicación
Tiendas	Accesorios, almacenes de cadena, artículos de colección, artículos deportivos, artículos para hogar, calzado cuero y deportivo, comunicaciones, joyería Jugueterías, librerías y papelerías, muebles y enseres, música, relojerías, moda deportiva, moda infantil, moda mujer, moda hombre, moda unisex, moda interior	Paseo de las Lilas, Paseo Las Heliconias
Restaurantes	Cafeterías, dulcería, heladerías, kioscos, panaderías, restaurantes y plazoleta de comidas	Paseo de las Lilas
Salud y belleza	Artículos de belleza, droguería, ópticas, productos naturales y salud	Paseo Las Heliconias
Entretenimiento	Bares, casino, cines y juegos infantiles.	Plaza Central
Servicios	Gimnasio, agencias de viajes, apuestas y loterías, bancos, cajeros, envíos, oficinas y otros	Paseo de la Buganvillas

Fuente: elaboración propia, 2017.

De las 81 tiendas, 56 corresponden a marcas nacionales y 25 a marcas internacionales. En relación con los restaurantes, de los 37 que operan en el centro comercial, 32 son negocios nacionales y 5 corresponden a franquicias internacionales. Respecto a los servicios como peluquerías, entretenimiento

y otros, de los 51 negocios que operan en el centro comercial, 39 constituyen marcas nacionales y 12 son marcas internacionales.

Este centro comercial es el que más eventos de entretenimiento y promocionales realiza al año. A continuación, se mencionan las actividades realizadas durante el 2015: evento Jardín sales, evento “Bonos que te caerán de lujo” en febrero 2015, evento ciclo paseo, dos santos, Exclusivo para mamá, el día de los niños se celebra en Jardín Plaza, Gran trasnochón, Consuelo Guzmán personal shopper, Reglas para lograr el perfecto outfit, Para papás que impresionan, Gran trasnochón de padres, Motor show 2015, El amor y la amistad.

En cuanto a las estrategias de posicionamiento, este centro comercial se ha preocupado por entregar una propuesta mucho más vanguardista y moderna al sector entretenimiento y comercio de la ciudad de Cali, logrando un posicionamiento importante frente a tendencias y eventos de moda reconocidos a nivel nacional. Adicionalmente, el centro comercial emplea el eslogan “Sencillamente, lo mejor”, el cual pretende dar una imagen de superioridad frente a las demás propuestas del sector, y tiene la intención de transmitir al cliente el mensaje de que en este centro comercial, encontrará el mejor surtido en cuanto a calidad y estatus; es un eslogan que está acorde con el reconocimiento del centro comercial ya que alcanzó las mayores ventas y se estableció como uno de los centros comerciales más icónicos de Santiago de Cali.

Análisis comparativo entre los diferentes centros comerciales estudiados

Para cumplir con el primer objetivo del estudio, a continuación se mencionan las características que se destacan de los centros comerciales después de un análisis comparativo entre ellos.

En el Cuadro 12 se puede observar que los centros comerciales (CC) objeto de estudio, de mayor antigüedad en la ciudad de Cali son Unicentro y Cosmocentro, inaugurados en 1981, mientras que el más nuevo es Jardín Plaza, inaugurado en 2005. Por otro lado, los CC que cuentan con mayor número de locales son Chipichape y Unicentro con 509 y 400 locales en su orden, mientras los demás cuentan con un número similar de locales, inferior a 300. Se destaca que Unicentro posee un número superior de locales de comida (65) y de parqueaderos (3000) que los demás, aunque lo sigue en locales de comida Cosmocentro (39) y en número de parqueaderos Jardín

Plaza (2500). Igualmente, Unicentro lidera en cuanto al número de salas de cine (12), seguido por Palmetto Plaza (8), aunque en realidad el número mínimo de salas de cine en los demás es de 6. En cuanto al área comercial, nuevamente Unicentro se encuentra en primer lugar con 68 600 metros², seguido por Chipichape con 42 000 metros². Al revisar las cifras del número de visitantes diarios, según el área comercial, tiene sentido que Unicentro reciba 90 mil personas a diario y Chipichape 45 mil.

Cuadro 12. Comparación de los cinco principales centros comerciales de Cali

Característica	Centros comerciales				
	Unicentro	Cosmocentro	Chipichape	Palmetto Plaza	Jardín Plaza
Fecha de inauguración	nov-81	dic-81	nov-95	dic-04	nov-05
Tipo	Planificado	Planificado	Planificado	Planificado	Planificado
Área del predio	137 000 m ²	90 335 m ²	93 000 m ²	23 497 m ²	34 010 m ²
Área construida	127 500 m ²	98 210 m ²	130 000 m ²	74 283 m ²	36 387 m ²
Área comercial	68 600 m ²	19 795 m ²	42 000 m ²	21 931 m ²	30 000 m ² (aprox.)
Número de locales	400	286	509	250	247
Almacén de cadena	2500 m ²	10 050 m ²	2500 m ²	2800 m ²	3000 m ² (aprox.)
Área de entretenimiento	Éxito 5314 m ² (12 salas de cine)	La 14 2969 m ² (6 salas de cine)	Éxito 2540 m ² (7 salas de cine)	Éxito 3508 m ² (8 salas de cine)	Jumbo (---) m ² (6 salas de cine)
Área de comidas	2703 m ² (65 locales)	2177 m ² (39 locales)	808 m ² (24 locales)	3509 m ² (22 locales)	(---) m ² (24 locales)
Parqueaderos	3000	1114	1950	1400	2500
Número de visitantes (diarios)*	96 000	40 000	45 000	30 000	40 000

Fuente: elaboración a partir de Ávila (2014). *Efectivemedios, 2012.