

Empresas & líderes

Año 3 - Nº 40
Lunes 7 de abril de 2014

Informe

Estudiando el sistema comercial de la 5^o Avenida

En conversación con Empresas & líderes, Damián Di Pace especialista autor de "El futuro del comercio minorista en argentina", habló sobre un reciente trabajo de campo efectuado por el populoso centro comercial cosmopolita neoyorkino. "La comunidad de empresarios minoristas están ampliamente favorecidos y la sociedad norteamericana también porque cuenta con centros comerciales mantenidos, embellecidos, jerarquizados cercanos a su hogar y a cielo abierto." La inevitable comparación con los centros comerciales argentinos.



Entrevista exclusiva

Estudiando el sistema comercial de la 5° Avenida

En conversación con **Empresas & líderes**, **Damián Di Pace** especialista autor de "El futuro del comercio minorista en argentina", habló sobre un reciente trabajo de campo efectuado por el populoso centro comercial cosmopolita neoyorkino. Además, la inevitable comparación con los centros comerciales argentinos.

El especialista **Damián Di Pace** viene realizando desde hace años pormenorizados estudios de campo sobre los negocios de proximidad y su problemática y, en una charla con **Empresas & líderes**, habló sobre su más reciente trabajo sobre el "monstruo" comercial de Estados Unidos, la 5° Avenida. "Mi estudio de campo tuvo que ver con profundizar los estudios que había desarrollado en Canadá en la Ciudad de Toronto en los Business Improvement Area (Áreas de Mejoramiento de Negocios) a través de programas de gestión público-privados como Business Improvement District (Distritos de Mejoramiento Comercial). Mis estudios tuvieron por objetivo relevar el impacto de estos programas en varios centros comerciales de Nueva York, Boston, Filadelfia, Washington, Chicago y Miami. La Quinta Avenida fue seleccionada por ser el ícono de las avenidas comerciales y presencias de las marcas más reconocidas a nivel mundial", señaló Di Pace.

- ¿Qué sorpresas o datos reveladores encontró?

- Fueron muchos los datos recopilados. Los impactos son respecto de la limpieza, ornamentación, recreación, promoción, seguridad de estos espacios comerciales a cielo abierto. Te voy a citar solo un ítem que hoy está en vilo en la sociedad argentina como es el caso de la seguridad. En la Quinta Avenida antes de la puesta en práctica del programa había 58 delitos por día. Desde ladrones que ingresaban a los locales, carteristas que robaban a los turistas y vendedores ilegales. Con la implementación de estos programas públicos-privados se logró una reducción de la delincuencia a solo un hecho a la semana. Casi una caída del 90 %.

- Tuviste oportunidad de entrevistarte con Tom Cusick, presidente del centro comercial de la 5° Avenida, ¿cómo lo viste y qué condiciones de él destacás?

- No fue fácil entrevistarme con Tom Cusick porque sus responsabilidades son muchas, su agenda es abultada y el interés



por conocer lo que pasa en la 5° Avenida está en la agenda de cualquier funcionario, empresario o medio a nivel mundial. Se generó la entrevista y creo que fue de mutuo aporte por que se extendió más tiempo de lo acordado. Su cargo es técnico no político como la mayoría de las posiciones de envergadura en los Estados Unidos. El mejor es el más apto para gestionar y conducir en esta economía y Tom es uno de ellos.

- ¿La prosperidad económica norteamericana está en esta Avenida, o es una fachada?

- La 5° Avenida es símbolo de estatus y la prosperidad es una resultante del nivel socio económico que visita esta avenida, el nivel de precios de un alquiler comercial, el valor de marcas minoristas, la infraestructura pública que posee, entre otros. Algo es prospero cuando genera un desarrollo favorable a nivel económico y social. En el primer caso la comunidad de empresarios minoristas están ampliamente favorecidos y la sociedad norteamericana también por que cuenta con centros comerciales mantenidos, embellecidos, jerarquizados cercanos a su hogar y a cielo abierto.

- ¿Cómo fue posible lograr la concordancia de criterio entre los empresarios y comerciantes para "levantar" y apostar al crecimiento del centro?

- Un BID (distrito de mejoramiento comercial) se logra cuando más del 50 % de los comerciantes de un área geográfica delimitada están dispuestos a colaborar con el pago de un impuesto adicional en su boleta de impuesto inmobiliario que le cobra el Ayuntamiento, en este caso de Nueva York. Con esos recursos económicos dicha área de negocios cuenta con infraestructura de primer

nivel para su Centro Comercial y presta servicios de excelencia para sus clientes.

- Después de este estudio, ¿consideras de máxima importancia la instalación de grandes marcas, o hay otras prioridades?

- No creo que la instalación de grandes marcas sea una condición excluyente para el desarrollo de un distrito de mejoramiento comercial o centro comercial a cielo abierto. Por el contrario, considero que con infraestructura público-privado, buena prestación de servicios, eficiente sistema promocional conjunto, seguridad y limpieza puede ser el puntapié inicial para un concepto de negocio nuevo, creativo y moderno. Un diamante no luce lo mismo en la montaña que exhibido en una exposición. Para el minorista es

lo mismo ya que su emprendimiento se luce más, su marca puede ser valorada y su oferta considerada de otra forma.

- En el estudio hablaste de la presencia de "un real state en su máxima expresión", ¿es posible crecer respetando el patrimonio histórico y arquitectónico?

- Es muy difícil que en Nueva York específicamente esto suceda. Cuando un edificio es viejo y no está a la altura de su crecimiento urbano es derribado y reconstruido nuevamente. En este momento el Madison Square Garden será derribado, remodelado y modernizado. Es un ícono de Nueva York sin embargo para pertenecer a la identidad neoyorkina debe renovarse para ser parte del mensaje que esta ciudad desea comunicar al mundo.

- Para finalizar, te pido los puntos principales en común con los centros comerciales argentinos y cuáles son los más distantes.

- Es muy difícil ver puntos en común por que en Argentina no existe un solo programa de Centro Comercial a Cielo Abierto con gerencia, recursos económicos e infraestructura de servicios públicos-privados permanentes y sostenibles en el tiempo como en Estados Unidos. Ni siquiera en la Ciudad de Buenos Aires que pretende encontrarse entre las 20 ciudades más importantes del mundo al 2020 ha entendido que este tipo de programas es vital para una ciudad moderna. Mientras para el ex alcalde de la Ciudad de Nueva York Michael Bloomberg los distritos de mejoramiento comercial cumplen un papel fundamental y clave para el crecimiento económico de la ciudad y pueden hacer una gran diferencia en la mejora de los barrios aún Mauricio Macri no dio prioridad al tratamiento de la Ley de Centros Comerciales a Cielo Abierto que se encuentra pendiente de aprobación en la Comisión de Desarrollo Económico de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires. Sin embargo, en el mismo recinto se le dio tratamiento preferencial al proyecto para la construcción de un Shopping en el Barrio de Caballito y la apertura del Distrito de los Arcos en el Barrio de Palermo. Aún estamos a tiempo que los servicios, el mantenimiento, la seguridad y la promoción de los comercios de calles y avenidas sean parte de una ciudad de cara al comercio y no a espaldas del mismo. ■

Si estás al día con las tasas municipales, tenes mas...

Más + COMERCIOS + PROMOCIONES + DESCUENTOS
BROWN PLUS 2014

f /masbrownplus

t @brownplus

Gobierno Municipal de Almirante Brown

CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS IDEAS

ALMIRANTE Brown