



Viabilidad de Apertura en CC El Ferial

Análisis estratégico de ubicación para la expansión comercial de **Los Ahoras** en el Centro Comercial El Ferial de Parla (Madrid). Evaluación de tráfico, competencia, encaje de producto y recomendación accionable para la Dirección de Expansión.

CONSULTORÍA DE EXPANSIÓN RETAIL · 2025

Metodología y Contexto del Estudio

Fuentes de investigación

La investigación se ha realizado de forma remota utilizando exclusivamente fuentes públicas digitales, garantizando objetividad y replicabilidad del análisis:

- Google Maps: reseñas y análisis de horas punta
- Web oficial del Centro Comercial El Ferial
- Web y perfiles de Roselin Joyeros
- Instagram del centro comercial
- Reseñas de usuarios verificadas

Objetivo del estudio

Determinar si existe suficiente demanda y tráfico comercial para justificar la apertura de una tienda Los Ahoros dentro del Centro Comercial El Ferial de Parla.

Dimensiones evaluadas

- Tráfico peatonal y patrones de afluencia
- Análisis de competencia directa e indirecta
- Encaje del producto y propuesta de valor
- Perfil del público y comportamiento de compra
- Recomendación estratégica fundamentada



Centro Comercial El Ferial: Perfil del Espacio

Ubicado en Parla (Madrid), El Ferial es un centro comercial consolidado con más de **60 locales comerciales**, anclado por un hipermercado Carrefour como tienda tractora principal. Su oferta complementaria incluye Cines Spazio, restauración ampliada y una agenda continua de eventos familiares que generan tráfico recurrente.

60+ locales

Mezcla comercial diversa con Carrefour como principal generador de tráfico

1.700 plazas

Parking gratuito con alta capacidad y servicios orientados a familias

17 **Horario ampliado**

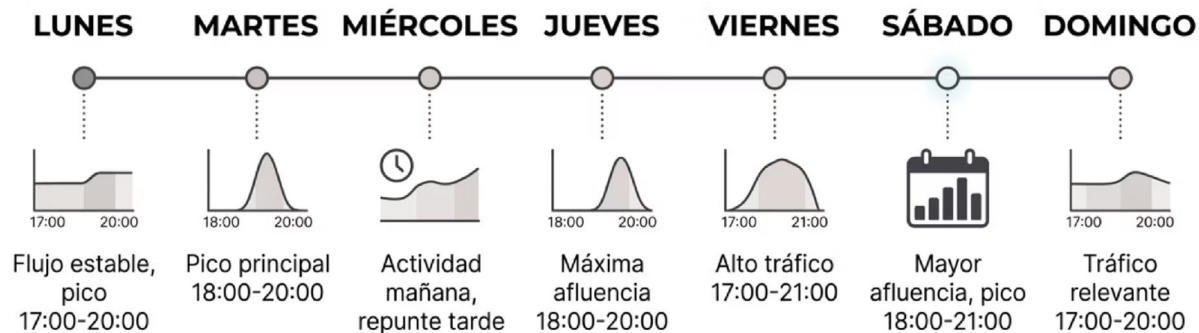
Abierto todos los días de 10:00 a 22:00; restauración hasta medianoche

8.312 reseñas

Valoración media de 3,8 estrellas en Google Maps con alta actividad digital

Análisis de Tráfico Peatonal: Patrones Semanales

El análisis de horas punta revela un patrón de **tráfico comercial sostenido durante toda la semana**, con especial intensidad en tardes y fines de semana. La franja de **17:00 a 21:00** concentra los picos máximos de afluencia en la mayoría de los días, lo que resulta especialmente favorable para un negocio de joyería emocional orientado a compras por impulso y regalos.



El sábado es el día de mayor afluencia del centro, con un pico concentrado entre las 18:00 y las 21:00 horas. Este patrón es altamente compatible con el perfil de compra emocional y de regalo de Los Ahoros.

Competencia Directa en el Centro Comercial

Roselin Joyeros — Competidor principal

Única joyería consolidada dentro del CC El Ferial. Franquicia nacional con más de **30 establecimientos en España** y local permanente en el centro.

- 730 reseñas en Google · Valoración: **4,7 estrellas**
- Propuesta basada en atención personalizada y asesoramiento
- Fuerte componente de compras emocionales: alianzas, regalos especiales
- Clientes recurrentes y alto nivel de fidelización

Elena & Aly — Competidor secundario

Stand de bisutería de ticket bajo. Sin posicionamiento en joyería de valor ni en el segmento emocional. No representa amenaza directa para la propuesta de Los Ahoros.

Conclusión competitiva

No existen otras joyerías relevantes dentro del centro. El mercado de joyería en El Ferial está **parcialmente desatendido** en el segmento emocional y de storytelling, donde Los Ahoros tiene ventaja diferencial clara.

- ❑ Roselin valida la demanda, pero no cubre la propuesta de valor emocional de Los Ahoros.

Lo que Revelan las Reseñas de Roselin

El análisis de las 730 reseñas de Roselin Joyeros proporciona evidencia directa del comportamiento de compra en el centro. Los patrones identificados confirman la existencia de un mercado activo para joyería de significado emocional.

Experiencia de compra sobre precio

Los clientes valoran el **asesoramiento personalizado, la amabilidad y la paciencia** por encima del precio. La experiencia emocional del proceso de compra es el principal driver de satisfacción y recomendación.

Compras emocionales y celebraciones

Evidencia clara de compras vinculadas a **alianzas, regalos especiales y celebraciones importantes**. El centro ya educa al consumidor para adquirir joyería con motivo emocional, no solo funcional.

Alta recurrencia y fidelización

Presencia significativa de **clientes recurrentes** que regresan al local. Esto indica que el perfil de visitante del centro tiene disposición a establecer relaciones de **largo plazo** con marcas de joyería.

Oportunidad Diferencial para Los Ahoros

Los Ahoros no competiría únicamente por producto. Su ventaja competitiva radicaría en una **propuesta de valor emocional única**, actualmente inexistente en el centro comercial. El storytelling, el significado de las piezas y la conexión con el cliente son activos diferenciadores que ningún competidor actual explota.



Joyería emocional y storytelling

Narrativa de marca que conecta cada pieza con un momento vital. Propuesta única sin competencia actual en el centro.



Público familiar compatible

El perfil de visitante del CC El Ferial — familias, parejas, compradores de regalo — encaja directamente con el target de Los Ahoros.



Experiencia de compra diferenciada

El centro ya valora la experiencia sobre el precio. Los Ahoros puede capitalizar esta tendencia con un modelo experiencial superior.

Matriz DAFO: Análisis Estratégico



La matriz confirma que las **fortalezas y oportunidades superan claramente a las debilidades y amenazas**. La ausencia de competencia en el segmento emocional y el tráfico sostenido son los vectores de mayor potencial estratégico.

Validación de Tráfico, Competencia y Encaje

Los tres pilares fundamentales para una apertura retail han sido evaluados con datos objetivos. El resultado es favorable en los tres casos, aunque la validación económica completa requiere información adicional antes de emitir una recomendación definitiva.



✓ Tráfico validado

Afluencia sostenida toda la semana con picos en tardes y fines de semana. Patrón compatible con compras de impulso y regalo emocional.



✓ Competencia favorable

Una sola joyería consolidada (Roselin) sin presencia en el segmento emocional. Mercado parcialmente desatendido con alta disposición a comprar.



✓ Encaje de producto

El público familiar del centro, los eventos continuos y el comportamiento de compra por celebración encajan perfectamente con la propuesta de Los Ahoros.



⌚ Validación económica pendiente

Faltan datos de coste del local, renta, facturación mínima y ticket medio esperado para completar el análisis de viabilidad financiera.

Conclusión y Recomendación Final

RECOMENDACIÓN DE CONSULTORÍA

«Ubicación con potencial alto y recomendada para fase de validación económica y negociación comercial.»

Lo que hemos validado

- Tráfico peatonal constante y predecible
- Competencia directa escasa y no diferenciada en emocional
- Encaje claro entre el público del centro y la marca
- Mercado educado para compras de joyería por celebración
- Eventos y promociones del centro que generan tráfico cualificado

Lo que falta por conocer

- Coste del local y condiciones de arrendamiento
- Renta media de captación en el centro
- Facturación mínima necesaria para rentabilidad
- Ticket medio esperado de Los Ahoros en este entorno

Próximos pasos recomendados

1. Solicitar dossier comercial al CC El Ferial
2. Analizar condiciones económicas de locales disponibles
3. Modelizar escenario financiero con ticket medio de Los Ahoros
4. Tomar decisión de apertura con datos completos