

THE LUXONOMIST

Bal Harbour Shops: El Mejor Centro Comercial del Mundo

Se trata del Centro Comercial de Lujo más rentable por metro cuadrado.
02 Feb 2015



Bal Harbour Shops. Haz clic para conocerlo

Probablemente muchos no sólo hayan oído hablar, sino también hayan visitado el ultra exclusivo centro comercial Bal Harbour Shops, en la ciudad de Miami. Inaugurado en 1965 con un innovador y lujoso concepto de mall al aire libre, rompiendo el statu quo establecido, **Bal Harbour Shops, sigue siendo uno de los centros comerciales más lujosos del mundo.** La filosofía comercial de Bal Harbor Shops era crear un centro comercial exclusivo, con las mejores tiendas buques insignia de los **Campos Elíseos de París, las de la 5ª Avenida y Madison Avenue, de New York o las de Rodeo Drive de Beverly Hills.**

Stanley Whitman, su fundador, lo hizo realidad. **En la edición de su décimo aniversario en 1995, la revista ELLE eligió a Bal Harbour Shops como una de las cinco calles de ensueño del país.** Un centro comercial únicamente de tiendas de lujo construidas al aire libre, nunca este concepto se había experimentado hasta la fecha. Bal Harbour Shops es el centro comercial de lujo por excelencia. Con un refinado mix comercial

y sobre 45.000 m2 de superficie comercial y las mejores marcas de Lujo. Con más de 120 boutiques y dos grandes almacenes de Lujo (Neiman Marcus y Saks Fifth Avenue), que actúan como locomotoras del Centro. **Destacan las tiendas de Alta costura ‘Haute Couture Collections’ como: Balenciaga, Chanel, Giorgio Armani y Valentino.**

Grandes diseñadores y firmas de la élite de la moda como: Alexander McQueen, Anne Fontaine, Bottega Veneta, Brioni, Canali, Ermenegildo Zegna, Chloe, Carolina Herrera, Dolce Gabana, Dsquared2, Emporio Armani, Etro, Chloe , Escada, Fendi, Gucci, La Perla, Hermes, Michael Kors, Miu Miu, Oscar de la Renta, Prada, Ralph Lauren, Roberto Cavalli, Saint Laurent, Salvatore Ferragamo, Stella McCartney, The Webster, Vilebrequin, Versace, Wolford.

Las **grandes marcas del calzado** también están presentes con preciosas tiendas como: Giuseppe Zanotti, Jimmy Choo, Roger Vivier, Sergio Rossi y Tod's. **Alta joyería** con marcas como: Audemars Piguet, Breguet, Buccelatti, Bvlgari, Chopard, Graff Jewelers, Harry Winston, Hublot, IWC, Officine Panerai, Pomellato, Richard Mille, Tiffany & Co., y Van Cleef & Arpels.

Las opciones gastronómicas son de primer orden con restaurantes como el italiano Carpaccio muy reconocido por su grandioso menú; Hillstone at Bal Harbour; el japonés Makoto toma la cocina japonesa, como el sushi y robata, y la transforma en sublime. El menú del chef Makoto Okuwa ofrece platos ingeniosos, como Kobe fresco con arroz salteado acompañado de foie gras, shichimi y un huevo jidori; pan aireado de atún con colchón Caesar, tomates y cebolla morada; y salmón con ponzu, crujientes repollitos de Bruselas y hueva. Santa Fe es otra gran opción gastronómica más informal pero con una excelente atención, y Zodiac completan la oferta gastronómica para los más exigentes.

Bal Harbour Shops y sus tiendas también tienen una habilidad especial para la organización de eventos increíbles, como desfiles de moda y reuniones con diseñadores famosos. Algunos acontecimientos incluyen la presencia de la fotógrafa de moda Sharon Socol para firmar su libro en Books & Books, de Carolina Herrera para revelar su última colección, de Pharrell Williams para celebrar la gran apertura de Moncler durante Art Basel en Miami Beach y la presencia especial de Stella McCartney.

Bal Harbour Shops también se involucra de lleno para la fiesta Fashion's Night Out de septiembre, un evento anual que comenzó en Nueva York en 2009, durante el apogeo de la recesión. Se extendió a más de 500 ciudades a nivel nacional y 30 a nivel internacional para fomentar las compras durante los tiempos económicos lentos y recaudar fondos para el Fondo de Lucha contra el SIDA de la ciudad de Nueva York.

Millonarios, magnates, conoedores, bon vivants, y claro, celebridades como las hermanas Kardashian, Angelina Jolie, Jenifer López, Sofía Vergara, Anna Kournikova, Stella McCartney entre muchas otras, son sólo algunas de las personas que podrás encontrarte en el espectacular centro comercial.

Las mejores marcas del mundo en diseño, alta costura, calzado, alta joyería y relojería se concentran en Bal Harbour Shops, donde las tentaciones para hacer compras hoy suman hasta un fashion room personalizado en el prestigioso St. Regis Bal Harbour Hotel.

Sin duda alguna, Bal Harbour Shops es un espléndido lugar y buena carta de presentación para tomarle el pulso al mercado del lujo. **Bal Harbour Shops es ante todo un paraíso artificial para los amantes del shopping más exclusivo y diferenciador.** Ideal para el ocio, el disfrute y la relajación, está concebido para satisfacer a todas aquellas personas para quienes vida, placer y Lujo son sinónimos. **Situado al norte de Miami Beach (9700 Collins Avenue, Bal Harbour), sobre el océano Atlántico, este centro comercial nos recuerda en todo momento que estamos en una ciudad tropical.** Su diseñador reconstruyó, una especie de edén al aire libre sobre dos plantas.

Cuidadosamente ambientado con pasarelas y corredores techados, está rodeado de palmeras, flores tropicales, piedra caliza, fuentes de mármol y estanques koi con peces exóticos y tortugas marinas. Esculturas modernistas realzan la sobria decoración, mientras que las paredes de adobes blanquecinos y grandes ventiladores negros colgados en los techos, terminan por imprimir el toque tropical a este oasis comercial.

Da la sensación de estar en plena naturaleza mezclada con escaparates llenos de lujo, creando una atmósfera de compras relajada y placentera. **La visita al centro comercial vale la pena,** es un placer recorrer sus jardines tropicales, sus prestigiosas boutiques, cafes y restaurantes al aire libre, y apreciar su elegante diseño arquitectónico. Pero este bello escenario no eclipsa en absoluto a los verdaderos protagonistas, que representan el principal foco de atracción, sus tiendas de lujo que son verdaderas obras de arte.

Bal Harbour Shops, es reconocido internacionalmente por concentrar a la elite de moda y el buen gusto. Para el comprador todavía más exigente que prefiere una experiencia de compra más personalizada, el Hotel St. Regis Bal Harbour Resort ofrece de acuerdo con Neiman Marcus un fashion room en el Hotel St. Regis.

Otra cosa que llama poderosamente la atención es la grandiosa exhibición de joyas que son piezas de edición limitada y por ser los primeros en presentarlas a su famoso público. **Los nuevos concept store y flagships tales como Chanel, Saint Laurent y Lanvin Paris merecen mención aparte por la concepción del interiorismo y diseño de sus tiendas.**

El fundador del centro comercial Bal Harbour Shops, Stanley Whitman, es un empresario que ha visto en el lujo una excelente y productiva manera de hacer negocios. **Bal Harbour Shops es el centro comercial de lujo más rentable para las marcas.** Según la revista, 'The Women's Wear Daily', Bal Harbour Shops ha sido el centro comercial más rentable por m2 en los Estados Unidos en los años 2011, 2012 y 2013 delante de The Forum Shops en el Caesar's Palace de Las Vegas y el Ala Moana Center en Honolulu. Bal Harbour Shops, terminó el año 2013 superando en un 7,6% las ventas sobre el año anterior.

Cada m2 de Bal Harbour Shops vende más de 9,180 dólares al día, por lo cual fue considerado y galardonado en el 2013 por el ICSC, Internacional Council of Shopping Centers, el centro comercial más rentable del mundo. Ocupa en la actualidad el primer puesto en el ranking mundial de ventas por m2.

No pertenece a ninguna cadena de centros comerciales. Gran parte de ese éxito es producto de que Bal Harbour Shops es un negocio familiar, el cual ha sido la pasión por el lujo en más de tres generaciones. **Stanley Whitman, fundador, su hijo Randy Whitman, y su nieto Mattew Whitman, ahora CEO (Chief Executive Officer), de la empresa.** Numerosos premios y galardones recibidos lo avalan. Bal Harbour Shops opera al 100% de ocupación de los locales de forma ininterrumpida desde hace más de 20 años y **hay una lista de espera para conseguir local de un mínimo de 2 años.**

La gran preocupación por la demanda de locales ha llevado a la familia Whitman a programar una ampliación que se llevará a cabo en los dos próximos años. Los planes son realizar una tercera planta del centro ganando 18.000 m2 de superficie y dotándolo con otras 40 firmas comerciales de primer orden.

Para Stanley Whitman, con más de 90 años, quien continúa trabajando todos los días, es simplemente una cuestión de mantener el rumbo. Me gustó leer en una de las fuentes recogidas las dos frases de él: *“Para nosotros nunca ha sido hoy o mañana. Se trata de 10 años a partir de mañana, el futuro”.* *“Nosotros continuamos trabajando para ser el destino número uno de compras de lujo, no sólo en nuestro continente, sino en el mundo”.*