

# Tiendas temporeras-pop up

Observatorio Comercio

September 19, 2024|Análisis Industria, Estrategias

Por: Alexander Rosado-Serrano, PhD



Foto de tienda temporera Mango Teen en Sevilla, Junio 2022

Las tiendas temporeras o pop-up han evolucionado de ser una fuente de información para presentar productos y servicios dentro de centros comerciales de productos de temporada a una estrategia de entrada de mercados y análisis. En temporadas comerciales como el día del padre, de la madre y las navidades, podemos históricamente encontrar estos pop-up de emprendedores independientes. Sin embargo, ya la estrategia está siendo adoptada por grandes marcas en grandes ciudades. Hemos escuchado como Shein, ha abierto en Madrid, una tienda temporera durante el 2023. Sin embargo, en este artículo reseñamos el caso de Mango Teen en Sevilla con estas imágenes tomadas en el 2022.



Mango, que opera en el régimen de franquicias en algunos mercados y abrió esta tienda temporera Mango Teen en un local céntrico en la ciudad de Sevilla. Podemos observar como el ambiente y enfoque de esta tienda temporera permite funcionar como un laboratorio y exhibidor de un ambiente diferente al presentado en las tiendas Mango, y a su vez, permite analizar directamente al consumidor.

Esta investigación de campo fue efectuada durante el mes de junio 2022 en Sevilla, España y la asistente de investigación de campo fue Carolina A. Narváez García quien en ese momento era estudiante subgraduada en psicología industrial y que a su vez sale en la siguiente foto.



Carolina A. Narváez García en el análisis observacional

En ocasiones, como investigadores solamente podemos recurrir a fuentes secundarias como periódicos, reportes y videos para intentar comprender los fenómenos que deseamos investigar. En esta ocasión, tuvimos la oportunidad de hacer esta investigación de campo de las diferentes franquicias en las modalidades de pop up y córners en el centro de Sevilla y en El Corte Inglés. Si le interesa conocer más del tema, le invitamos a leer nuestras investigaciones sobre franquicias en nuestras referencias.



Foto tomada por Carolina A Narváez García

## **Referencias**

Rosado-Serrano, A., & Navarro-García, A. (2023). Alternative modes of entry in franchising. *Journal of Business Research*, 157, 113599.

Rosado-Serrano, A., & Navarro-García, A. (2022). Alternative modes of entry and unexpected events in franchising. *Journal of Global Business Insights*, 7(2), 94-108.

Rosado-Serrano, A. (2016). Store in Store Franchising Strategy: The Trend in Franchising Negotiation (Estrategia de 'Tienda dentro de Tienda' en las Franquicias': La Tendencia en la Negociación de Franquicias). *Newmann Business Review*, 2(1).