



WORKSHOP III

“SEGURIDAD EN RETAIL”

- 21 de octubre 2017 -



20
AÑOS

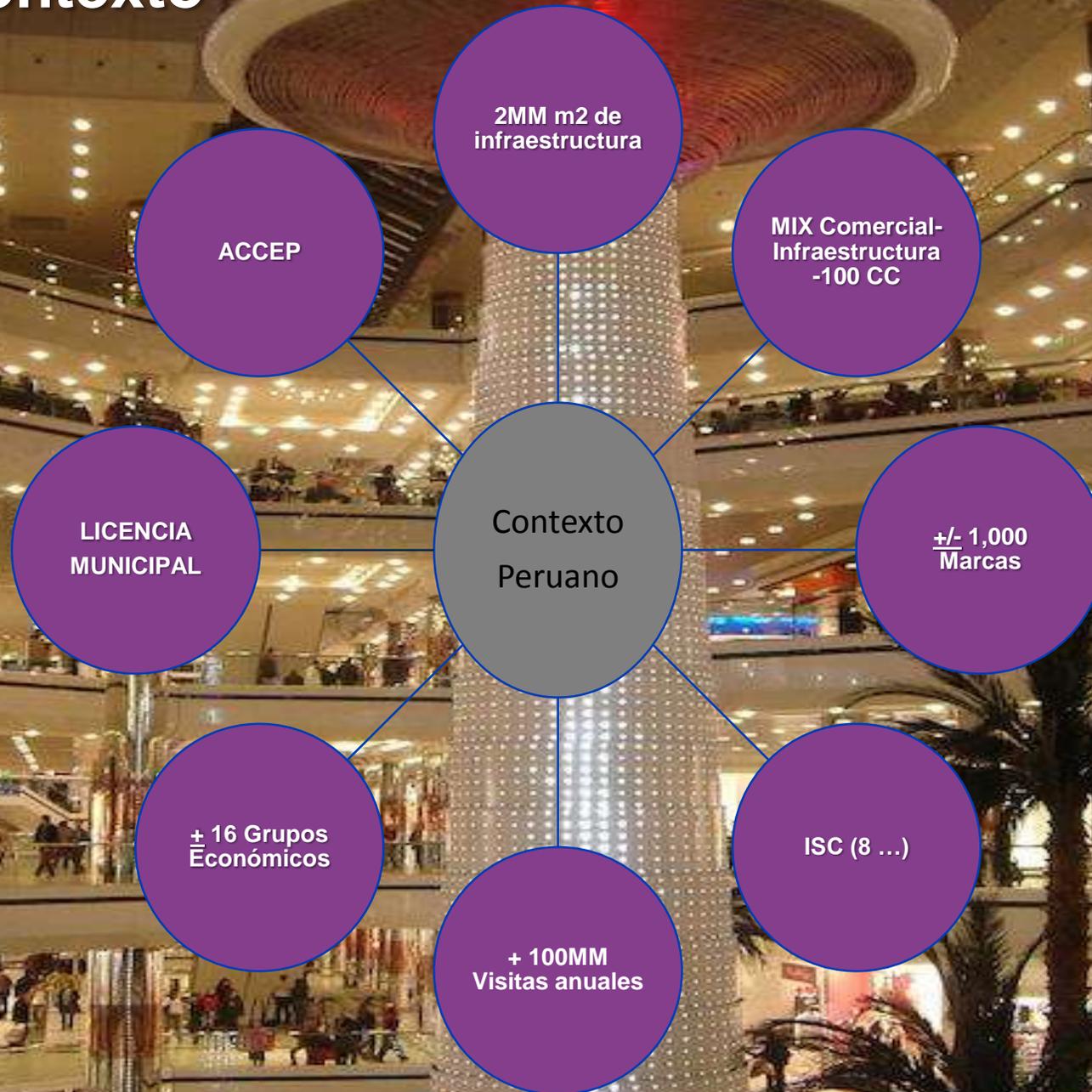
WORKSHOP II

“Centros Comerciales”

SOPORTE OPERACIONAL

- 21 de octubre 2017 -

El Retail en Contexto



MIX COMERCIAL

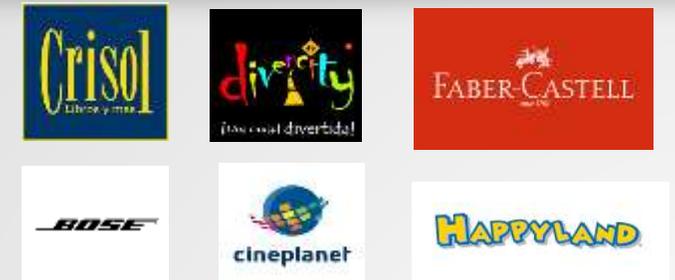
MODA



GASTRONOMIA



ENTRETENIMIENTO



GESTIÓN DEL CENTRO COMERCIAL



**Servicios especiales
(Tópico, VP, VIP, Wifi, etc.)**

Incendio

Sismos

Robos

Accidentes

Incidentes

Niños perdidos

**Condiciones
inseguras**

**Planes / Procedimientos
Capacitaciones constantes**

**P
R
O
T
O
C
O
L
O
S**

¿QUÉ ES LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE?

Experiencia del cliente: Vivencia del cliente al adquirir y consumir los productos o servicios ofrecidos por nuestros Malls.

OBJETIVO:

BRINDAR EXPERIENCIAS UNICAS

“Experiencias Únicas” son las Visitas inigualables que experimentará el cliente dentro de los Malls, por medio de sensaciones y emociones positivas, las cuales serán **percibidas** a través de los 5 **sentidos** durante su estadía .



«Es un conjunto de intangibles y tangibles que tienen por objetivo generar momentos diferentes, únicos y reconocidos por el visitante»

EXPERIENCIA DEL CLIENTE



VALORES DISNEY

Seguridad

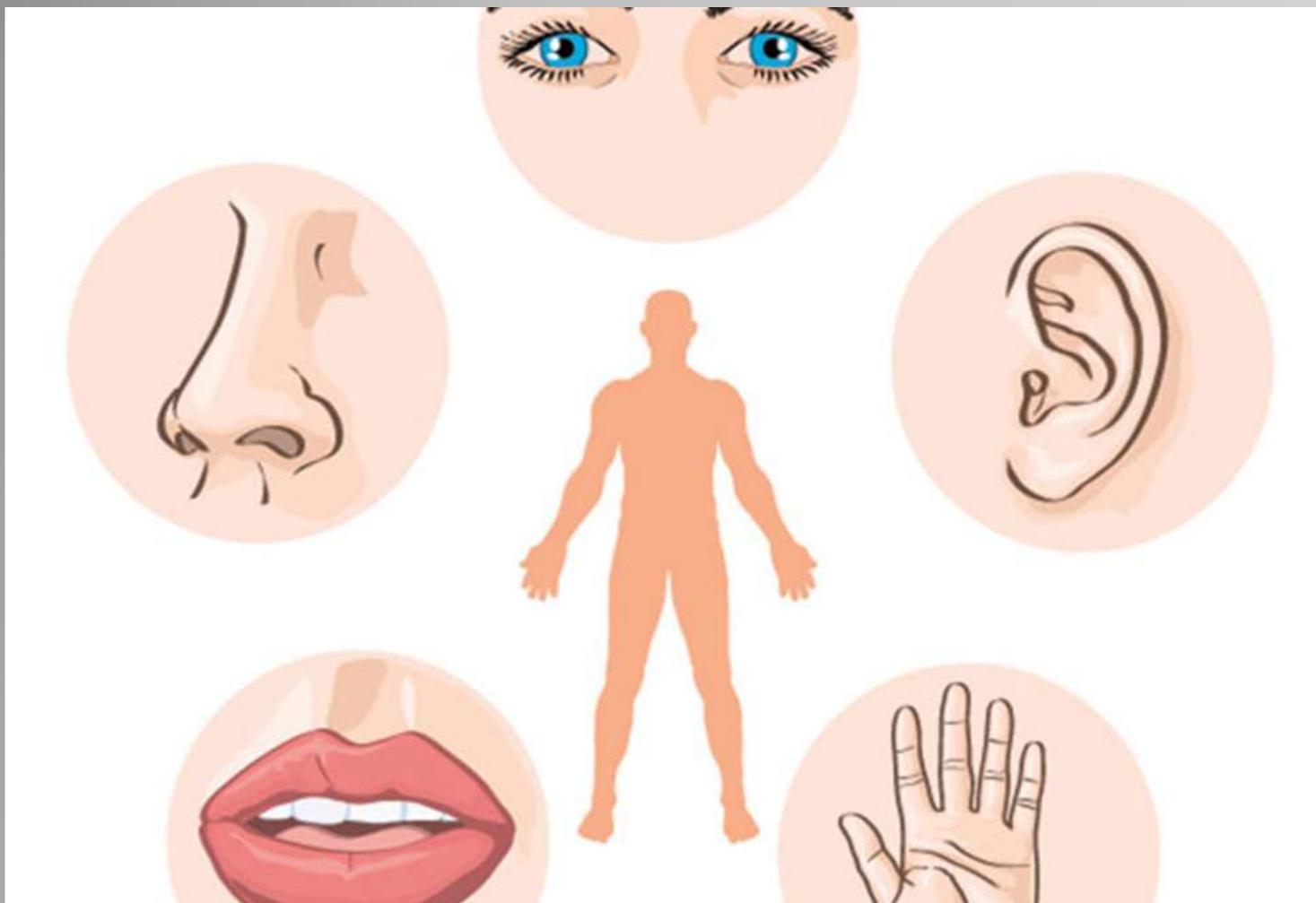
Espectáculo / Escenario

Cortesía

Eficiencia Operacional



TENER AFINADOS NUESTROS SENTIDOS



VISTA : para mejorar nuestra infraestructura : pintura, reparaciones, letreros encendidos, etc.

OLFATO: para evitar que haya olores desagradables en baños, locales, etc.

OIDO : para escuchar ruidos molestos por trabajos que se realicen y causan molestias/volumen de música, etc.

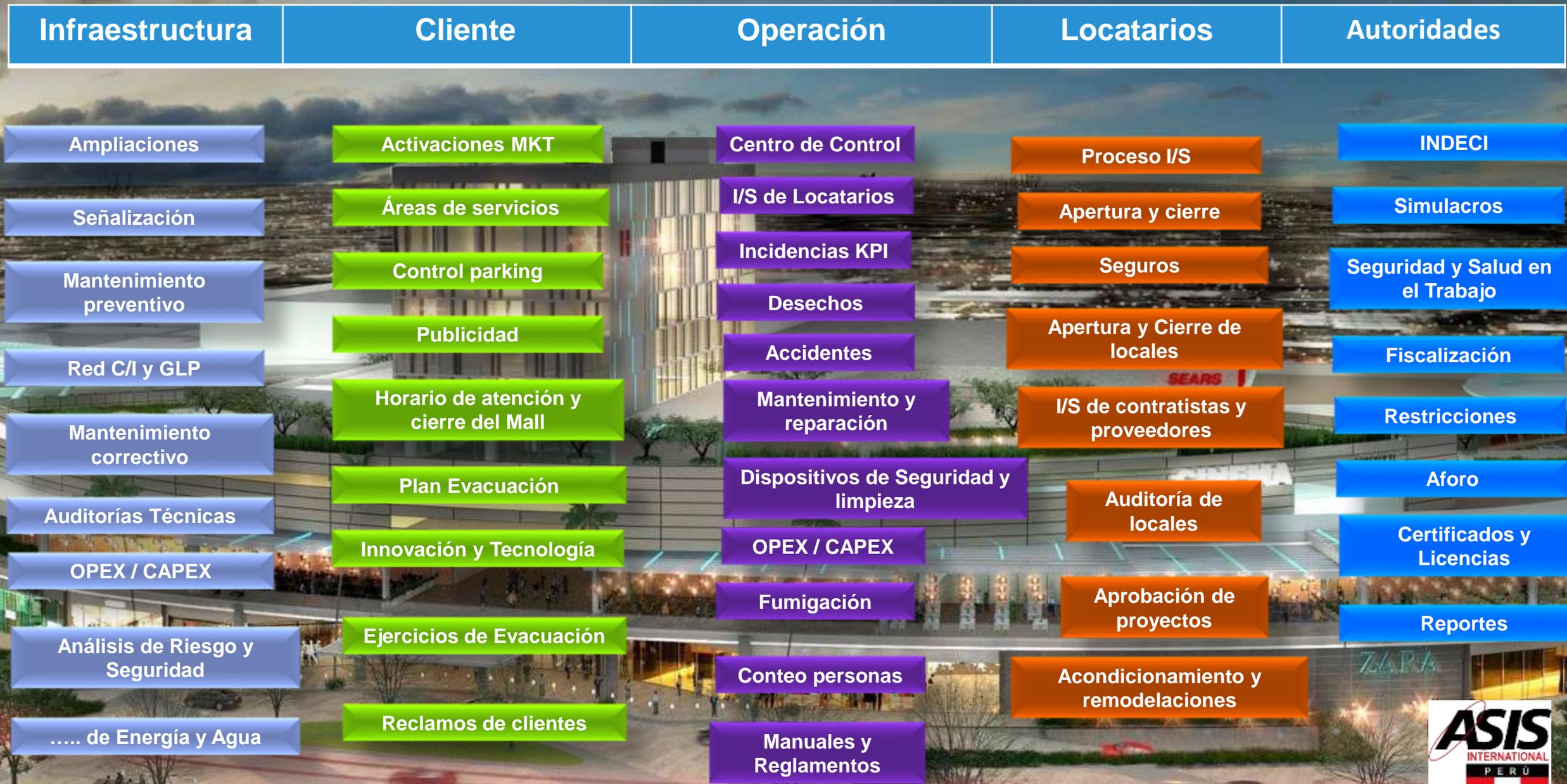
TACTO: para identificar áreas sucias

GUSTO: si saboreamos alguna comida de los locales (restaurantes, food trucks)

TRABAJANDO LA EXPERIENCIA



PROCESOS OPERATIVOS EN UN CENTRO COMERCIAL



CONTROL DE TRABAJOS

PREVENCIONISTA

CHARLA PREVIA

EPP

ATS / PETAR

SCTR

AUDITORIA



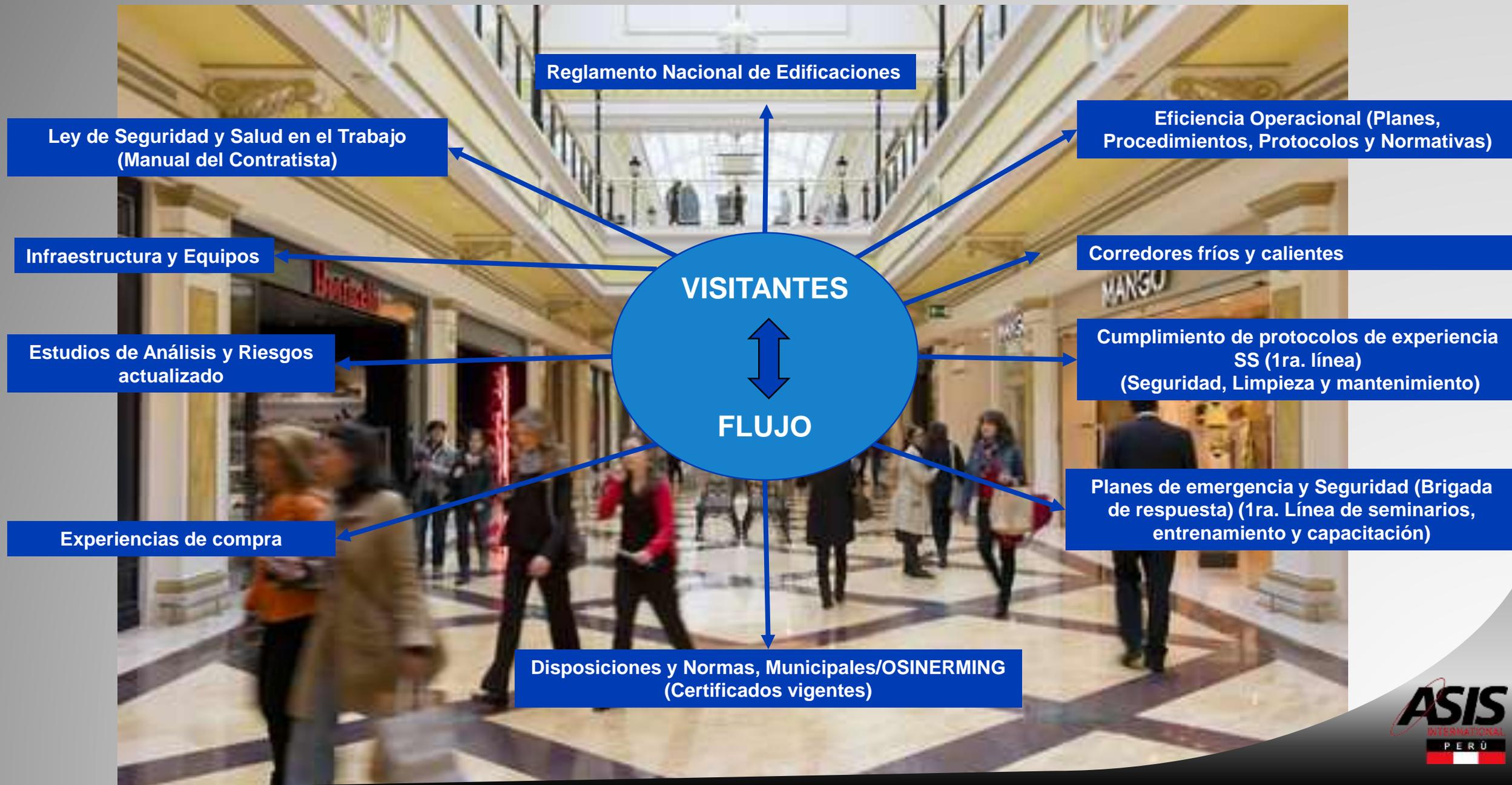
Alcance del Soporte Operacional



MINIMIZANDO CONTINGENCIAS



ASPECTOS CRITICOS A CONSIDERAR DENTRO DE LA OPERACIÓN



CRISIS / CONTINGENCIA



I. Entender el Impacto

II. Enfrentarlo

III. Comité de Crisis

IV. Centro de Control (Bitácora del evento)

V. Comunicaciones y Prensa (Quién, Qué y Cómo)

VI. Contactos relevantes

ESTRATEGIAS DE SEGURIDAD





www.asis.org.pe

informes@asis.org.pe