

ESTUDIO DE TRAFICO CENTROS COMERCIALES 2018



ANTECEDENTES

Uno de los objetivos de gestión más importantes en un centro comercial, es garantizar el tráfico de visitantes, e integrarlos a la dinámica propia del lugar. Ese número de personas es fluctuante a lo largo del año, y atiende a ciertas épocas o fechas especiales como el día de la Madre, Vacaciones o Navidad.

Los comerciantes esperan que la administración del mall, le garantice un flujo permanente siete días a la semana. Las tasas de conversión que mide la proporción entre el total de visitantes que entran a una tienda y los que hacen una compra, dependen del tráfico del centro comercial.

Los gerentes de los mismos y de los retailers, utilizan la información del tráfico para medir el rendimiento del centro comercial y las tiendas, para así planificar las operaciones que permitan adaptarse al flujo de visitantes.

OBJETIVO DEL ESTUDIO



- Identificar el tráfico peatonal de los 73 principales centros comerciales del país en el periodo 2015 -2017.
- Los tráficos son tomados, en base a los informes de gestión de los gerentes que se presentan a su asambleas de propietarios a principio de año, en los regímenes de propiedad horizontal. En el caso de los Unipropiedad se aplican diferentes técnicas de inteligencia de mercados.

INVERSIÓN



PRECIO VENTA

Valor del estudio: \$ 400.000

A estos valores se les debe incluir el IVA

- **Modalidad de pago: Contra Entrega.**
- **El estudio se entrega en presentación digital USB.**

INFORMES



Paola Ariza Rojas

GERENTE COMERCIAL

Movil: 310 295 4699

gerentecomercial@mallyretail.com

www.mallyretail.com

Bogota Colombia

