

MULTI PLAZA



ParqueArauco®



MAPA NACIONAL DE CENTROS COMERCIALES 2020

QUE HACEMOS:

Es un estudio que hace un pormenorizado análisis de la gestión de los centros comerciales en más de 50 variables, lo cual permite identificar las mejores prácticas de la Industria.

Los modelos de referenciación, también conocidos como "benchmarking" son un punto de referencia sobre el cual las empresas comparan algunas de sus indicadores claves en sus diferentes áreas con aquellos competidores considerados como el que tiene la mejor practica en las diferentes variables de análisis.



QUÉ ANALIZAMOS

El estudio analiza cinco categorías de indicadores de gestión del centro comercial:

Indicadores de sostenibilidad

Ingresos totales, ingresos por cuotas de administración, ingresos por explotación de zonas comunes, ingresos por parqueaderos

Indicadores de perdurabilidad

Gastos totales incluido el análisis de los gastos de: Personal, Seguridad, Aseo, Servicios Públicos, Programa de seguros.

Indicadores de trafico de visitantes

Inversión en marketing, participación de la inversión del gasto total, indicador del esfuerzo de marketing, trafico peatonal y vehicular. Seguidores en redes sociales.

Indicadores de control financiero

Razones de capital de trabajo, solvencia, endeudamiento y excedentes y/o perdida,

Indicadores de infraestructura:

Área de Construcción, GLA, No. de locales, No. de locales de comida, No. de anclas. No. de salas de cine. No. de Plaza de parqueo. Proyectos futuros 2020-2022

FICHA TECNICA

➤ Se seleccionaron los 56 centros comerciales más importantes del País, bajo régimen de propiedad horizontal y propiedad Unica se analizaron sus estados financieros e informes de gestión. Se seleccionaron variables, que permitieran medir de mejor forma la gestión de los centros comerciales, tanto en los ingresos como en los gastos.

➤ Dada la diversidad de tamaños y para tener un índice de comparación homogéneo, las principales variables se analizaron frente al recurso más escaso que tiene el centro comercial, como lo es la superficie neta de ventas, área privada o comercial.



CENTROS COMERCIALES ANALIZADOS

PROPIEDAD HORIZONTAL

No.	Centro Comercial
1	Unicentro Bogotá
2	Santafé
3	Santafé Medellín
4	Chipichape
5	Andino
6	Titán Plaza
7	Centro Mayor
8	El Tesoro
9	Plaza de las Américas
10	Gran Estación
11	Bulevar
12	Oviedo
13	Hayuelos
14	Salitre Plaza

No.	Centro Comercial
15	Plaza Imperial
16	San Diego
17	Diverplaza
18	Av. Chile
19	Portal de la 80
20	Ventura Terreros
21	Florida
22	El Retiro
23	Mercurio
24	Palatino
25	UniOccidente
26	Punto Calve
27	Centro Suba
28	Unicentro Valledupar

CENTROS COMERCIALES ANALIZADOS

PROPIEDAD UNICA

No.	Centro Comercial
29	Viva Envigado
30	Parque La Colina
31	Unico Outlet
32	Jardin Plaza
33	Parque Arboleda
34	Calima
35	Fontanar
36	Ecoplaza
37	Plaza Central
38	Centro Comercial Mayorca
39	Viva Barranquilla
40	Multiplaza
41	Parque Caracolí
42	Viva Villavicencio

No.	Centro Comercial
43	San Martin
44	Viva Laureles
45	Parauco Outlet Premium
46	San Pedro Neiva
47	Atlantis
48	Usaquen Plaza
49	Paseo San Rafael
50	Viva Sincelejo
51	Ideo Cali
52	Nuestro Monteria
53	Viva Palmas
54	Nuestro Cartago

QUE PERMITE EL ESTUDIO



- **Analizar el comportamiento de la industria de Centros Comerciales en 2019 desde el punto de vista económico y una visión prospectiva del nuevo normal en el desarrollo de nuevos proyectos para el periodo 2020 – 2022.**
- **Conocer el comportamiento en los ingresos, clasificados por cuotas de administración, explotación de zonas comunes, parqueaderos y la composición porcentual de las diferentes unidades de negocios durante 2019.**
- **Observar el ranking en el tráfico peatonal y vehicular para evaluar el potencial de cada mall.**
- **Disponer de los principales indicadores de la industria de centros comerciales en su estructura de ingresos y gastos.**
- **Caracterizar el sector frente al tamaño (área construida y GLA), número de parqueaderos, anclas, número de locales de retail y de comidas.**
- **Identificar las inversiones en el programa de seguros que permite administrar el riesgo de los centros comerciales.**

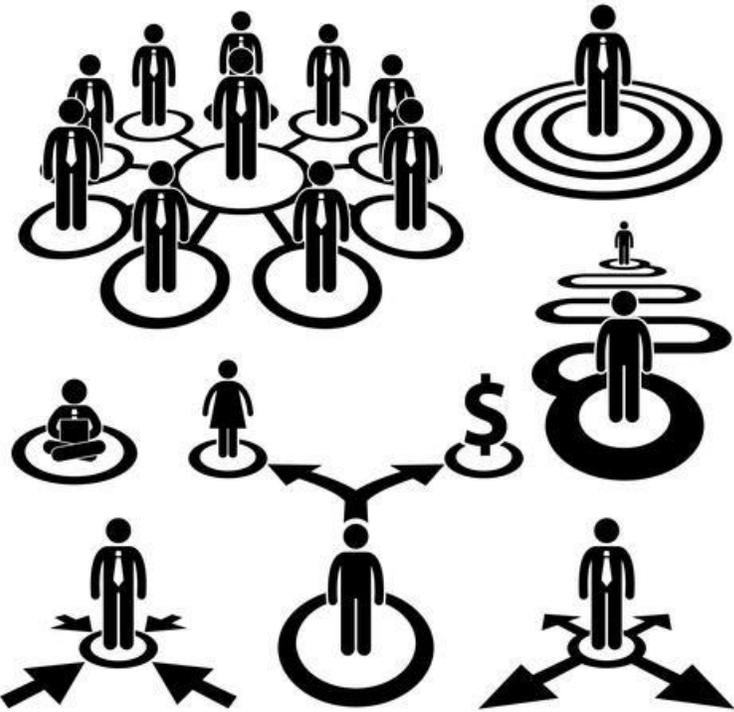
METODOLOGÍA

Las fuentes de información del presente estudio son diversas:



- Para los centros comerciales de propiedad horizontal son los estados financieros e informes de gestión presentados en las asambleas ordinarias de principio de año.
- Para los centros comerciales de propiedad única los reportes presentados por estos a la Superintendencia de Sociedades a 31 de diciembre de 2019.
- Para los centros comerciales que son administrados por patrimonios autónomos, los informes de Gestión de los entes que los administran.

DIRIGIDO A:



- **Gerentes de centros comerciales y Directores de Mercadeo.**
- **Miembros de Consejos de Administración.**
- **Gerentes de expansión y de mercadeo de las marcas de retail.**
- **Desarrolladores de centros comerciales y fondos de inversión.**
Compañías de seguros, inmobiliarias, empresas de seguridad, aseo, entre otras.

INFORMES

Paola Ariza Rojas
Gerente Comercial

 310 2954699

 gerentecomercial@mallyretail.com

 www.mallyretail.com