

GE
GRAN ESTACION
Centro Comercial
Impresionante

PLAZA
IMPERIAL
Centro Comercial

PLAZA
DE LAS AMERICAS
Una Experiencia Memorabile

CENTRO COMERCIAL
HACIENDA
SANTA BARBARA

AvenidaChile
centro comercial y financiero
Carrera 11 Calle 72

MERCURIO
CENTRO COMERCIAL
Vivelo

bulevar
CENTRO COMERCIAL

diverplaza
Siempre ganas

Salitre
Plaza

TITAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL

CentroMayor
CENTRO COMERCIAL

mall & retail
generamos valor a los centros comerciales



EL MAPA DE LOS CENTROS COMERCIALES 2019 EN BOGOTA

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 los competitivos.

QUE 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 2019-2021

FICHA TECNICA:



- Se seleccionaron los 20 centros comerciales más importantes de Bogotá, bajo régimen de propiedad horizontal y se analizaron sus estados financieros e informes de gestión año 2018, entregados en las asambleas ordinarias (Minería de datos).
- 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 EVALUADOS

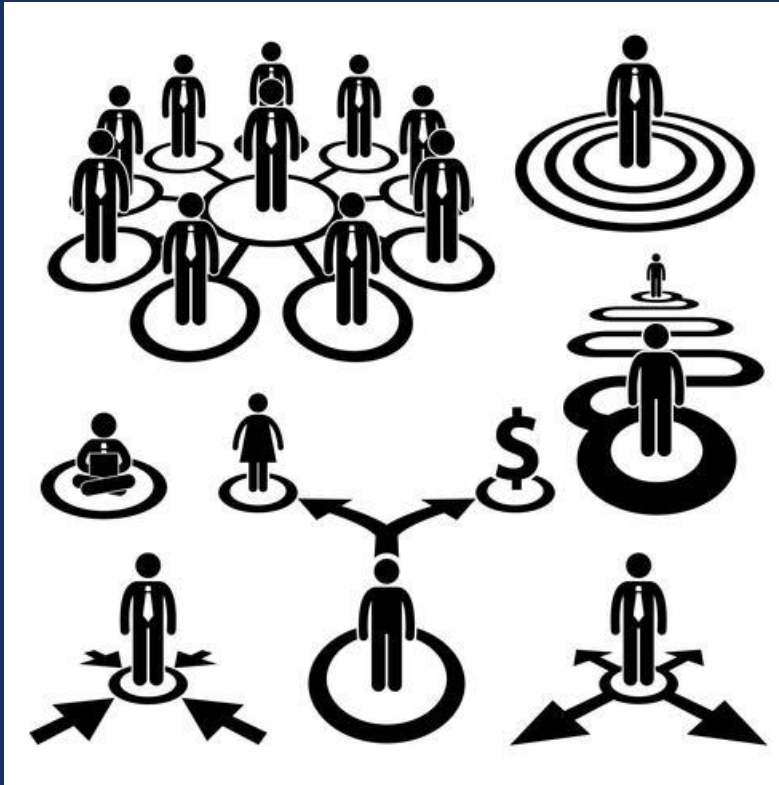
1	Andino	Yellow
2	Av. Chile	Green
3	Bulevar	Blue
4	Centro Chia	Red
5	Centro Mayor	Yellow
6	Centro Suba	Yellow
7	Gran Estacion	Gold
8	Hacienda Santa Barbara	Grey
9	Hayuelos	White
10	Iserra 100	Red
11	Mercurio	Purple
12	Outlet Factory	Green
13	Plaza de las Americas	Light Orange
14	Plaza Imperial	Yellow
15	Portal de la 80	Red
16	Salitre Plaza	Orange
17	Santafe	Light Green
18	Titan Plaza	Dark Green
19	Unicentro Bogota	Light Blue
20	Unicentro de Occidente	Grey

QUE PERMITE EL ESTUDIO:

- Analizar el comportamiento de la industria de Centros Comerciales en 2018 desde el punto de vista económico y una visión prospectiva en el desarrollo de nuevos proyectos para el periodo 2019 – 2021.
- 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 2018.
- Observar el ranking en el tráfico 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.



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.

VALOR DE LA INVERSION:



Un millón quinientos mil pesos (\$1.500.000) más IVA en presentación digital memoria USB.

INFORMES:

Paola Ariza Rojas
Gerente Comercial



3102954699



gerentecomercial@mallyretail.com



www.mallyretail.com