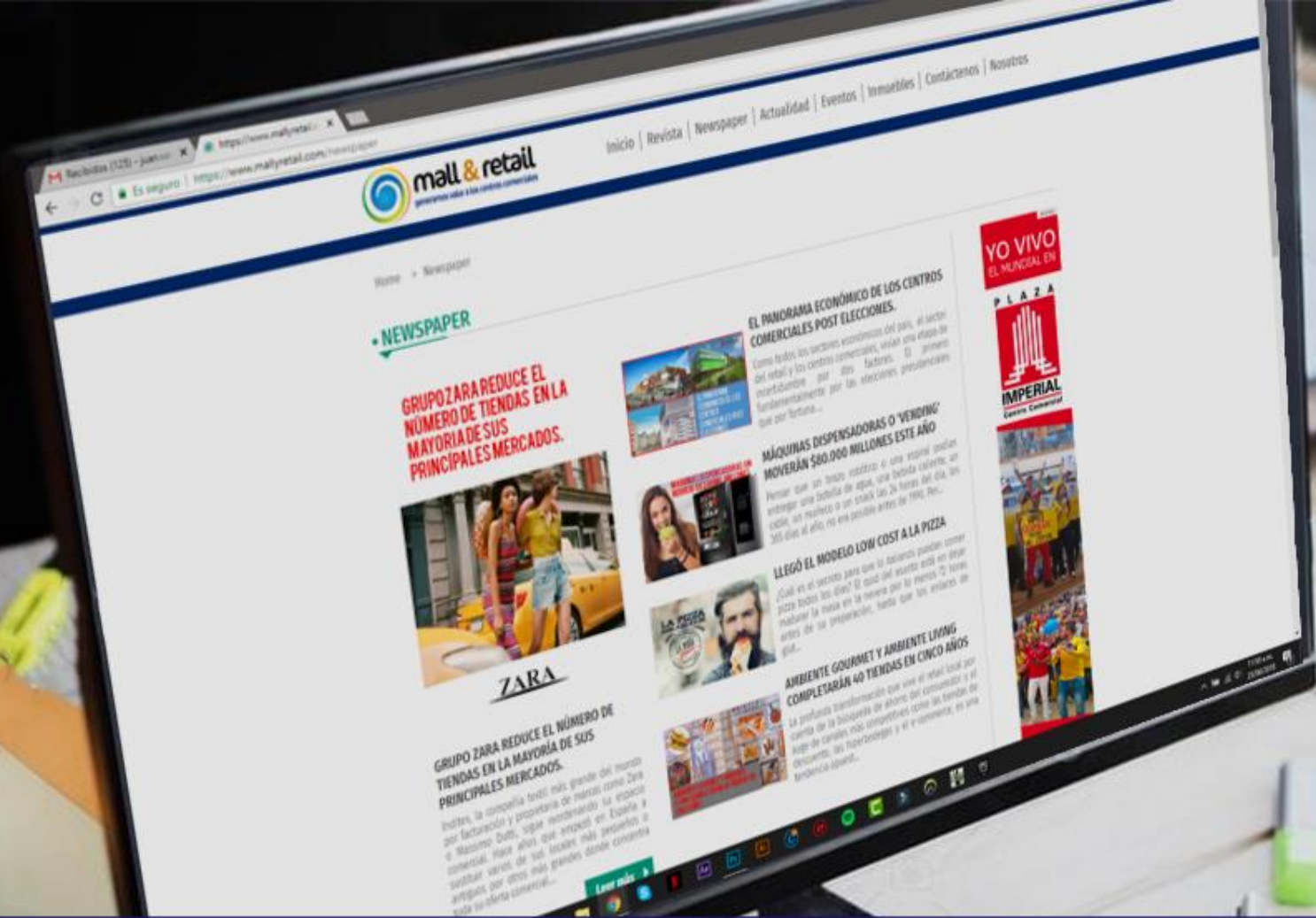


MEDIA KIT



PORTAL NOTICIOSO mall & retail

Para los anunciantes que necesitan llegar a los ejecutivos que toman decisiones o influyen en la industria de centros comerciales y retailers



PORTAL NOTICIOSO mall & retail

QUE HACEMOS?

Nuestro portal Mall & Retail tiene un tráfico de alto crecimiento, totalmente segmentado y dirigido para los líderes de la industria. Nuestra publicación cuenta con 35.000 visitas al mes de lectores de gran influencia en el sector.

Nuestro *Newsletter* semanal, tiene cerca 10.000 abonados del target de centros comerciales y de las marcas, que reciben una comunicación en “caliente” (reacción inmediata) en cada uno de los contenidos de nuestros artículos.



PORTAL NOTICIOSO mall & retail

PERFIL DEL LECTOR

- El 56% son hombres y el 44% son mujeres.
- Un 65% cuenta con posgrado y maestría.
- El 50% está entre los 31 y 50 años de edad.
- El 62.70% maneja un cargo con poder de decisión.
- El 75% viven en los estratos 5 y 6 de las principales ciudades del país.



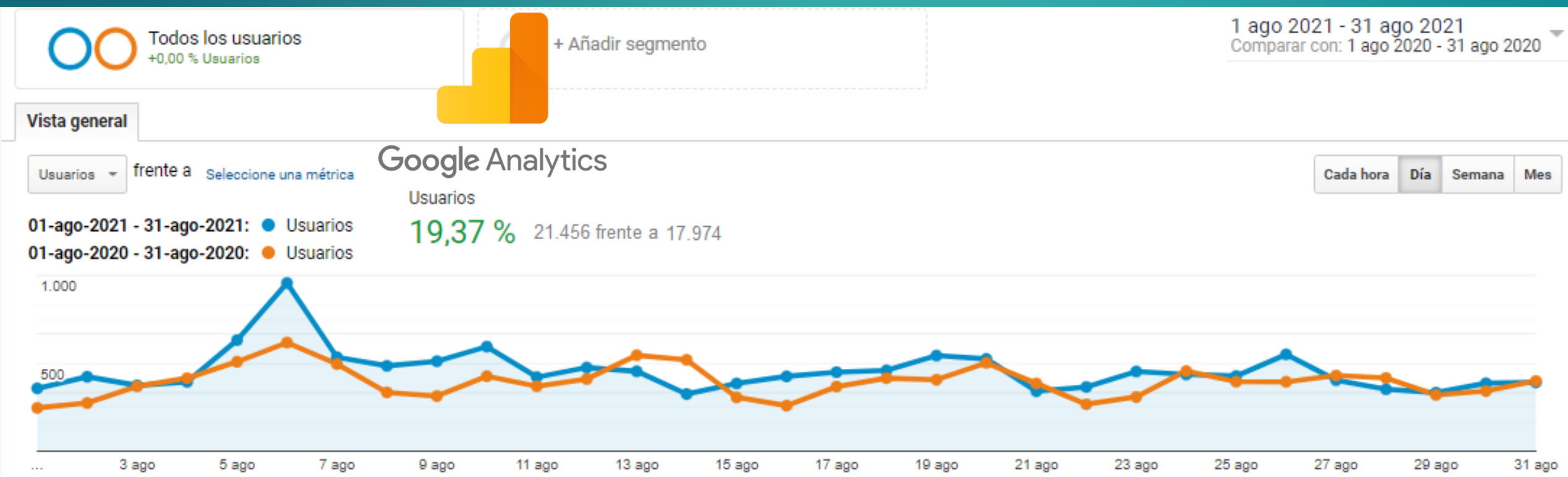
**CIFRAS DE
LECTURABILIDAD**

INFORME MENSUAL MALL Y RETAIL

Agosto 2021



21.456 usuarios mensuales a nuestro Portal de Noticias



AUDIENCIA EN TODA LATINOAMERICA

País	Usuarios	% Usuarios
1.  Colombia		
01-ago-2021 - 31-ago-2021		78,33 %
01-ago-2020 - 31-ago-2020		65,21 %
% de cambios		20,13 %
2.  United States		
01-ago-2021 - 31-ago-2021		4,84 %
01-ago-2020 - 31-ago-2020		3,68 %
% de cambios	58,88 %	31,59 %
3.  Mexico		
01-ago-2021 - 31-ago-2021		3,46 %
01-ago-2020 - 31-ago-2020		9,83 %
% de cambios	-57,51 %	-64,81 %
4.  Peru		
01-ago-2021 - 31-ago-2021		2,01 %
01-ago-2020 - 31-ago-2020		5,56 %
% de cambios	-56,30 %	-63,81 %
5.  Chile		
01-ago-2021 - 31-ago-2021		1,48 %
01-ago-2020 - 31-ago-2020		2,99 %

AUDIENCIA

PAGINA

WEB

Una de las principales fortalezas de PORTAL NOTICIOSO Mall & Retail es su fuerte presencia mensual en redes sociales.



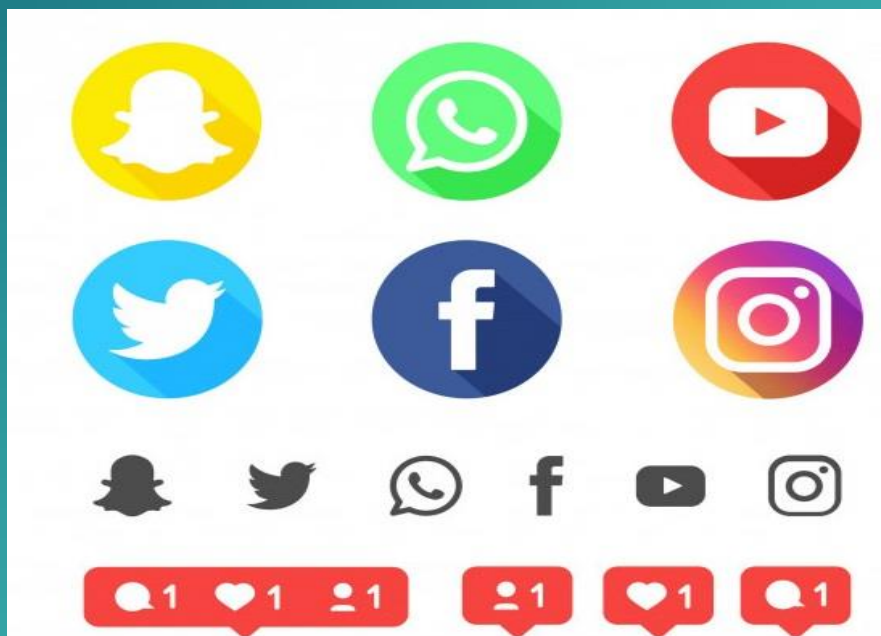
35.000
VISUALIZACIONES



12.000
BUSQUEDAS



5.000
TWEETS



PORTAL NOTICIOSO mall & retail

PROPUESTA
COMERCIAL

AVISO
PRINCIPAL
HOME

Banner 670 X 400
Píxeles

The screenshot displays the homepage of the 'mall & retail' website. At the top, the logo 'mall & retail' is accompanied by the tagline 'generamos valor a los centros comerciales'. A navigation bar includes links for 'Inicio', 'Revista', 'Newspaper', 'Actualidad', 'Eventos', 'Inmuebles', 'Contáctenos', and 'Nosotros'. The main content area features several promotional banners and news snippets. A large banner on the left promotes 'ESPECIAL COVID-19 Y SU IMPACTO EN EL RETAIL' with a WhatsApp icon and the text 'ALMACENES ONLY DEL MARKETPLACE AL WHATSAPP PLACE'. To its right, another banner shows a person tying their shoelaces with the text 'AMARRANDO LOS TENIS EN PLENA MARATÓN'. Further right, a banner asks '¿NECESITAN LOS RETAILERS A LOS CENTROS COMERCIALES?' and includes a 'Media Kit' button. Below these, a section titled '• DESTACADO DE NOTICIAS' highlights 'LAS TIENDAS MÁS RENTABLES DE COLOMBIA 2018' with logos for éxrtó, Carulla, and H&M. To the right of this, a snippet discusses 'LOS CENTROS COMERCIALES SE REPIENSAN, SE REINVENTAN Y SE REPOSICIONAN PARA EMOCIONAR'. Another snippet mentions 'LEVI'S: UNA MARCA DE LA CULTURA POPULAR QUE QUIERE SEGUIR SIENDO RELEVANTE'. A '• SIGANOS' section shows social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. A '• LO MAS LEÍDO' section is partially visible at the bottom right.

PROPUESTA
COMERCIAL

AVISO
MEDIANERO
HOME

Banner 235 x 667



HISTORIAL DE NOTICIAS

- 1 Panamá la capital del Retail y los centros comerciales en Latinoamérica
- 2 Omnicanalidad: el norte del consumidor
- 3 Los principales cambios de la distribución moderna en Colombia en los últimos seis años
- 4 La tecnología puede salvar a las tiendas físicas
- 5 ¡Listo! Las tiendas de conveniencia que llegarán a Colombia en 2019
- 6 Jardín Plaza abrió sus puertas en Cúcuta

SUSCRIBASE PARA RECIBIR NUESTRAS NOTICIAS

escriba aquí su e-mail

Enviar ▶



PROPUESTA
COMERCIAL

AVISO PRINCIPAL ACTUALIDAD

Banner 300 X 1050
Píxeles



Inicio | Revista | Newspaper | Actualidad | Eventos | Inmuebles | Contáctenos | Nosotros

• ACTUALIDAD



LAS TIENDAS MÁS RENTABLES DE COLOMBIA 2018

LAS TIENDAS MÁS RENTABLES DE COLOMBIA POR M²

Uno de los secretos mejor guardados de la industria del retail en nuestro país, son las ventas por m² de sus marcas. Este indicador refleja el desempeño que tienen las diferentes empresas, en sus complejos entornos compet...



LOS CENTROS COMERCIALES SE REPIENSAN, SE REINVENTAN Y SE REPOSICIONAN PARA EMOCIONAR

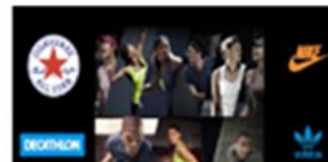


LEVI'S: UNA MARCA DE LA CULTURA POPULAR QUE QUIERE SEGUIR SIENDO RELEVANTE



STUDIO F VENDIÓ US\$ 250 MILLONES EN 2018 Y PREPARA TREINTA APERTURAS EN 2019

• LO MÁS LEÍDO



PROPUESTA COMERCIAL

4 AVISOS VERTICALES AL MES EN LAS NOTICIA PRINCIPAL DE LAS SEMANA

Banner 300 X 1050
Píxeles

• 9 ERRORES QUE LLEVARON A REORGANIZACIÓN DE DON JEDIONDO SOPITAS Y PARRILLA

Una de las noticias más importantes de comienzo de año en la industria del retail en Colombia, ha sido la aceptación por parte de la Superintendencia de Sociedades del proceso de reorganización empresarial a la cadena de restaurantes Don Jediondo Sopitas y Parrilla S.A.S con más de 10 años en el mercado y propiedad del humorista Pedro González, más conocido como Don Jediondo.



Esta compañía acumuló obligaciones vencidas de más de 90 días que ascienden a \$8.679 millones los cuales representan el 39 % del pasivo total de la compañía.

Dentro de las obligaciones fijadas por la Supersociedades está el cierre de 7 puntos de ventas a nivel nacional en los que se destacan Plaza de las Américas, Tunal, Galerías, Gran Plaza Soacha, Bocagrande en Cartagena y Arrecife en Santa Marta, así como la disminución del 10% de la nómina de colaboradores.

Mall & Retail, ha querido analizar los errores por los cuales la empresa Don Jediondo, llegó a la situación de reestructuración.

Error No.1 Cocinero a tu Cocina

Muchos reconocidos personajes de la farándula nacional son picados por el bicho del emprendimiento, algunos creen que buena parte del camino al éxito está asegurado gracias a que sus nombres son una marca.

Y si bien puede ser cierto, no necesariamente es algo negativo y se pueden convertir en una ventaja competitiva que no les puede hacer perder de vista, que el mundo de los negocios es complejo y que hay que comprenderlo para no tener dolores de cabeza.



PROPUESTA COMERCIAL

AVISO PARA
ENVÍO EXCLUSIVO
BASE DE DATOS
SEGMENTADA

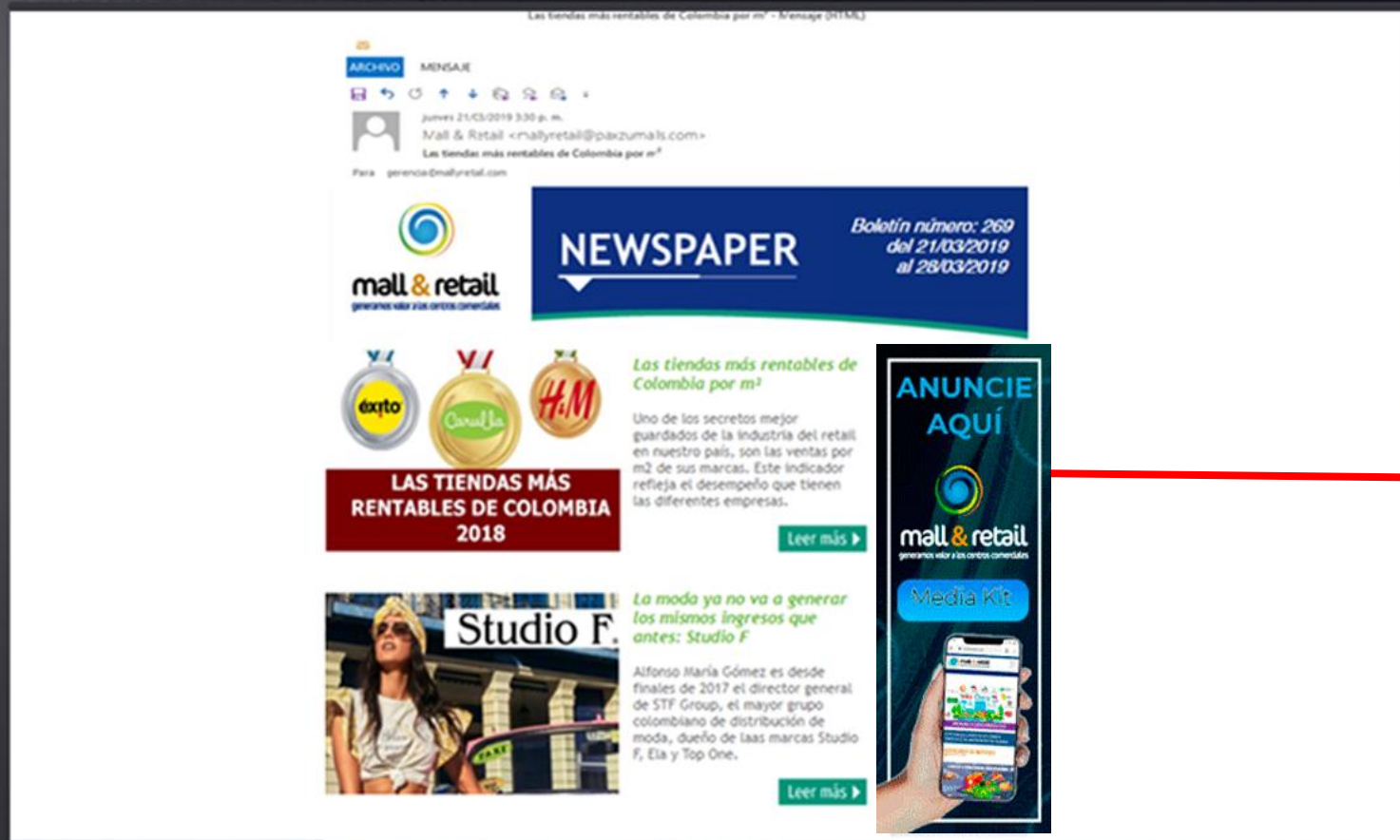
Banner 624 X 872
Píxeles



PROPUESTA COMERCIAL

AVISO PARA ENVÍO EN EL MAILING DEL NEWSPAPER SEMANAL

Banner 140 X 365
Píxeles



Ejemplo

ANUNCIE AQUÍ PARA NO SER EL SECRETO MEJOR GUARDADO

XX
XX
XX



XX
XX
XX
XX
XX

1 NOTICIA ESPECIAL SOBRE LOS SERVICIO OFRECIDO

Máximo
5000 caracteres tamaño 12,
incluye 3 fotografías.

Los indicadores de Plaza Central

De acuerdo al Estudio del Mercado Inmobiliario de Centros Comerciales de Bogotá realizado por Mall & Retail, el nivel de ocupación de Plaza Central alcanzó el 96% cifra muy significativa si se tiene en cuenta que es el cuarto centro comercial en tamaño de Bogotá (75.000 m2 de GLA) y lleva tan solo tres años de inaugurado.

El índice de satisfacción, llegó al 95% atribuido por los visitantes

Tal vez los dos principales indicadores de gestión de un centro comercial, lo representa el tráfico peatonal y las ventas de los locatarios o comerciantes. El tráfico alcanzó los 1,7 millones de visitas al mes un 10 % más de 2018. Por su parte las ventas de los comerciantes se incrementaron un 16%.

Otro de los últimos logros de Plaza Central, fue la evaluación recibida en el marco del Primer Estudio de Satisfacción de la Oferta Gastronómica en Centros Comerciales de Bogotá, donde su paseo de comidas Central Gourmet, fue evaluada en primer lugar como mejor oferta gastronómica, mejor oferta complementaria de restaurantes, mejor índice de recomendación (NPS) y mejor puntaje en Valor Estratégico de Marca (VEM).

"Para nosotros es muy importante poder convertirnos en un referente para el sector de centros comerciales en el país. Adicionalmente, queremos que los visitantes de Plaza Central tengan una propuesta atractiva en temas de mezcla comercial, sostenibilidad y diferentes centros de servicios en un solo lugar", comentó Jairo Corrales, Presidente de Pei Asset Management propietaria del mall.



Entrevista

JOSE VANEGAS PRESIDENTE DE MALL SOLITION: SOMOS LA MEJOR ALTERNATIVO PUBLICITARIA DEL SECTOR

XX
XX
XX



XX
XX
XX
XX
XX

XX
XX
XX
XX
XX
XX
XX



PROPUESTA COMERCIAL

1 REPORTAJE ENTREVISTA

Máximo
5000 caracteres tamaño 12,
incluye 3 fotografías.

PROPUESTA COMERCIAL

4 POSTEOS A LA SEMANA EN LINKEDIN



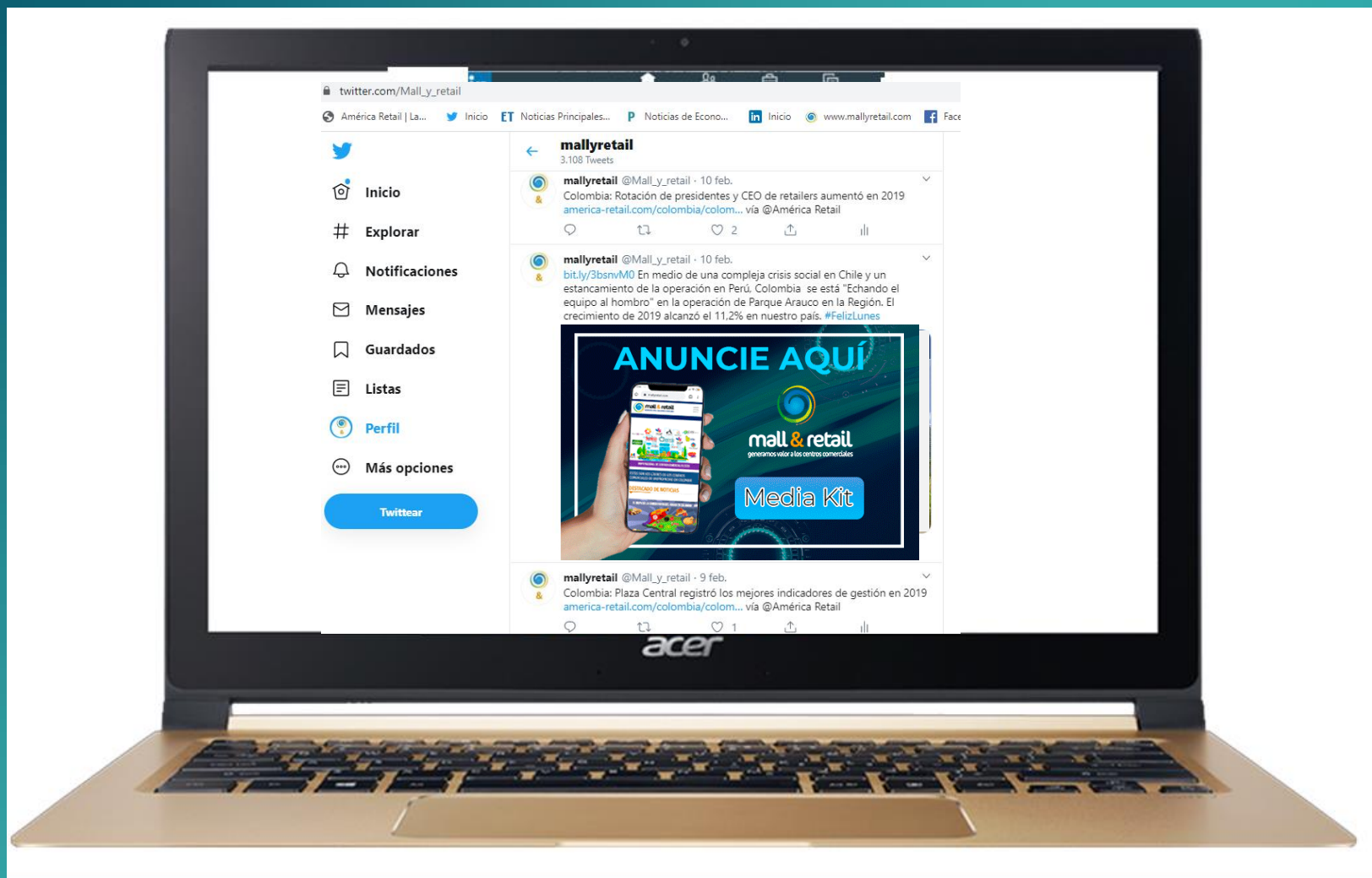
Banner 624 X 872 Pixeles



PROPUESTA COMERCIAL

8 POSTEOS A LA SEMANA EN TWITTER

Banner 624 X 872 Píxeles



PROPUESTA COMERCIAL

8 POSTEOS A LA SEMANA EN FACEBOOK

Banner 624 X 872 Pixeles



REPORTES DE TRAFICO

- ✓ 1 informe de reporte de trafico a cada pagina donde esta publicado el banner.
- ✓ 1 Informe de apertura de mailing.
- ✓ 1 informe de apertura de banner de correo directo base de datos VIP.
- ✓ Informe de vistas en redes sociales de posteos.

CONTACTO

Paola Ariza Rojas

Gerente Comercial

 102954699



gerentecomercial@mallyretail.com



www.mallyretail.com