

Titán, Colina y Centro Mayor, los mall preferidos en Bogotá

COMERCIO. ESTE AÑO EL ESTUDIO INCLUYÓ DENTRO DE LOS CRITERIOS QUE EVALÚA LA PRESENCIA EN REDES SOCIALES PARA RECONOCER CUÁL LE ESTÁ APOSTANDO MÁS A ESTE SEGMENTO

BOGOTÁ
Con el fin de conocer la apreciación de los centros comerciales que tienen los bogotanos y quienes habitan su área metropolitana, la firma *Retail Intelligence* y *Camacol* presentaron algunas conclusiones de la tercera versión de su estudio donde se midió la percepción en 16 criterios agrupados en cuatro conceptos: precio, producto, confort y relacionamiento.

En términos generales, el centro comercial que tuvo mayor mención en los criterios fue *Titán Plaza*, seguido de *Gran Estación*, *Centro Mayor*, *Parque La Colina*, y *Santafé*.

Ahora bien, el estudio revela la percepción de los ciudadanos puntualizado cuál es el centro comercial preferido en 16 categorías. En ese contexto, el mall que lideró en Bogotá y sus áreas metropolitanas es *Titán*, en segundo lugar se ubica *La Colina*, y tercero *Centro Mayor*.

En el concepto de precios, que engloba dos criterios, *Plaza Imperial* se llevó el primer lugar en precios interesantes, mientras que en promociones atractivas el listado lo lidera *Outlet Premium*, que queda ubicado en Sopo.

En el concepto de producto con seis criterios, *Titán* tiene liderazgo en mix de marcas, entretenimiento y seguridad, mientras que oferta gastronómica, y ambiente/decoración el líder es *Gran Estación* y en el segmento de limpieza se destaca *Ventura Terreros*.

En términos de confort, el cual abarca cuatro criterios de percepción, el mejor centro comercial líder en atención al cliente es *Fontanar*, en la practicidad al momento de realizar las compras resalta *Centro Mayor*, el más agradable para comprar y moderno es *Parque La Colina*.

En relacionamiento, el centro comercial que tiene mejor percepción en responsabilidad social es *Parque La Colina*, seguido de *Titán Plaza* y *Gran Estación*. Los más identificados son *Titán Plaza*, *Centro Andino*, y *Parque La Colina*. El mall con mayor presencia en redes sociales es *Centro Mayor*, en segundo lugar se ubica *Centro Andino* y en la tercera posición está *Gran Estación*.

En este último aspecto es de resaltar que el criterio de presencia en redes sociales se incluyó para la tercera y más re-

LOS CENTROS COMERCIALES PREFERIDOS DE LOS BOGOTANOS

Líderes generales en percepción 2018



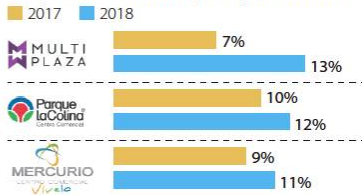
Líderes por sectores

- Más identificado
- Entretenimiento
- Mix de marcas
- Seguro
- Preferido
- Agradable para comprar
- Moderno
- Responsable socialmente
- Ambiente / Decoración
- Oferta gastronómica
- Presencia en redes sociales
- Práctico para comprar
- Limpio
- Atención al cliente
- Precios interesantes
- Promociones atractivas

Frecuencia de visita



Los que más crecieron en participación de visitas



Se encuestaron
3.700
personas

El estudio contempla
43 centros comerciales
en Bogotá y área metropolitana

Se evaluaron **16** atributos generales de los centros comerciales. Estos se agrupan en 4 conceptos:

Precio Producto Confort Relacionamiento

Fuente: Retail Intelligence - Camacol / Gráfico: LR-AG

Otros aspectos relevantes del estudio

El informe que contempló 43 centros comerciales en Bogotá y su área metropolitana también resaltó la participación en términos de acompañantes. Según estas cifras, 30% recurre a los malls con la familia (esposo/a e hijos), 23% con familiares (hermanos, tíos, entre otros), 20% lo hace en pareja, otro 20% lo hace con amigos y, únicamente, 7% lo hace solo. Ahora bien, entre los centros comerciales que se destacan por ser frecuentados en su mayoría con familiares están *Titán Plaza*, *Hayuelos*, *Metropolis*, *Centro Chía*, *Unisur* y *Centro Suba*, mientras que por amigos están *Gran Estación*, *Atlantis Plaza* y *Hacienda Santa Bárbara*.

ciente versión del estudio, donde además se agregaron cuatro centros comerciales entre los que están, *Gran Plaza El Ensueño*, *Plaza Claro*, *Metropolis* y *Premium Outlet*.

El estudio también arrojó los criterios más importantes para seleccionar un centro comercial, donde en el top cinco se destacan los precios interesantes con 40%, seguido de mix de marcas con 30%, promociones atractivas con 29%, atención al cliente con 25% y la oferta de entretenimiento con 22%. Otro de los aspectos relevantes en este ámbito es la cercanía a la casa y al trabajo con 64% y 36%, respectivamente.

En el top 10 de recordación de los mall los que mayor crecimiento tuvieron fue *Multiplaza* pasando de 15% en 2017 a 21% en 2018 y *Parque La Colina* al ascender dos puntos porcentuales (Pp), pues pasó de 19%

en 2017 a 21% en 2018. De acuerdo con *Arturo Vergara*, gerente general de la firma *Retail Intelligence* en Bogotá, lo anterior se debe en gran medida a que estos centros comerciales fueron inaugurados recientemente y aún están rondando en el imaginario de las personas.

De acuerdo con el estudio, aproximadamente una persona visita un centro comercial siete veces al mes. En este aspecto, en frecuencias de visitas, el primer lugar fue para *Floresta*, seguido de *Salitre Plaza* y *Diver Plaza*. Es de resaltar que los malls que mayor crecimiento tuvieron en la participación de visitas fueron *Multiplaza* al pasar de 7% a 13% en 2018, *Parque La Colina* al aumentar dos puntos y ubicarse en 12% y *Mercurio* al lograr 11% con un alza de tres puntos.

VALERIE CIFUENTES MARTÍNEZ
vcifuentes@larepublica.com.co



Martha Moreno
Gerente
Camacol B&C

“La mayoría de estudios se enfocan en aspectos cuantitativos, este es el único en su especie al ser cualitativo; es decir se enfoca en lo que el usuario quiere, necesita y siente”.

Sigamos en:



www.larepublica.co
Con la oferta de lujo en audífonos inalámbricos.

AngloGold venderá participación a Royal Road Minerals

BOGOTÁ

La compañía minera *AngloGold Ashanti* acordó el martes pasado vender su participación en *Northern Colombia Holdings Limited* a *Royal Road Minerals Limited*, con el fin de enfocarse en otros proyectos de exploración de oro en territorio colombiano. El negocio aún no se ha concretado.

Así lo confirmó la filial sudáfrica a través de un comunicado en el que además explicó que la venta de su participación incluye acuerdos de concesión minera de 36.000 hectáreas y los derechos para adquirir más concesiones mineras.

“En Colombia, *AngloGold Ashanti* se centrará en sus proyectos clave en la región, particularmente en Quebradona y Gramalote”, afirmó *AngloGold* en el comunicado.

En ese sentido el acuerdo con *Royal Road Minerals* le permitirá a *AngloGold* recibir un pago en efectivo de US\$4,6 millones aproximadamente. Además, en caso de lograr determinadas metas fijadas por sus directivas, podrá contar con pagos adicionales por un total de US\$35 millones.

Desde febrero pasado *AngloGold* había dado a conocer que estaba poniendo a la venta sus intereses en una mina argentina, donde al parecer podría centrarse en las operaciones con una vida útil más larga y con capacidad de ofrecer mayores rendimientos.

Cabe recordar que además, de Colombia, la firma tiene operación en Sudáfrica y Australia.

CÉSAR D. RODRÍGUEZ FLÓREZ
cdrodriguez@larepublica.com.co

BANCO GNB
SUDAMERIS

Estimados Clientes y Usuarios

Informamos que por motivos de fuerza mayor, nuestra Oficina Calle 100 ubicada en la Calle 100 N 11A – 51 en Bogotá, suspenderá transitoriamente la atención al público, a partir del día 11 de marzo de 2019.

Los clientes con productos radicados en esta oficina, serán atendidos en la Oficina Chicó, ubicada en la Carrera 11 N 94A – 03, en los siguientes horarios:

Lunes a viernes de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.
(horario extendido)

Línea de Servicio al Cliente GNB en Contacto
Bogotá (57 1) 307 77 07
www.gnbsudameris.com.co

Tecniquímicas S.A.

Lamentamos informar que en el mes de enero de 2019 nos enteramos que falleció el señor **Hernando Sanchez Rosas** (Q.E.P.D.), identificado con cédula de ciudadanía No. 17.013.035 quien era pensionado de Organización Farmacéutica Americana S.A. y fue absorbida por la sociedad antes mencionada. Quienes se consideren según la ley con derecho para reclamar la sustitución de esta pensión favor presentarse en la Calle 23 No. 7-39 Barrio San Nicolás en Cali.

SEGUNDO AVISO