

ESTUDIO DE PERCEPCION

2020

CENTROS COMERCIALES

1

FICHA TECNICA

- ❖ **El Estudio de Percepción se ha convertido en el mayor referente de mercado**
- ✓ **Información de 3,700 personas**
Entrevistas realizadas en los alrededores de los CC
Periodo del 20 al 27 Diciembre 2019
- ✓ **Cobertura de 36 Centros Comerciales en Bogotá y su área metropolitana**
- ✓ **Periodicidad anual, 4ª edición consecutiva**
- ✓ **Se evalúan 16 criterios generales de los Centros Comerciales**
- ✓ **Indicadores complementarios de desempeño**
- ✓ **Alcance a las ciudades de Medellín, Cali y Barranquilla**

Centro Comercial considerado como el mejor en ...

2

PRECIO

1. Precios
2. Promociones

PRODUCTO

3. MIX Marcas
4. Gastronomía
5. Entretenimiento
6. Ambiente / Decoración
7. Limpieza
8. Seguridad

CONFORT

9. Atención al cliente
10. Práctico
11. Agradable
12. Moderno

RELACIONAMIENTO

13. Responsabilidad social
14. Identificado
15. Redes sociales

16. Centro Comercial PREFERIDO

3

NOVEDAD

- ❖ **El Centro Comercial que se incorpora al Estudio de Percepción 2020**



- ❖ **En el capítulo « Satisfacción del cliente », se agregó la pregunta ...**

« Actividades pet friendly »

libre acceso a las mascotas, carritos para mascotas, zonas especiales para mascotas, etc

- ❖ **El perfil de visitante incluye información sobre mascotas**

« Tiene mascota ?, qué tipo ?, cuántas ? »

4

COBERTURA

Centro comercial
Atlantis Plaza
la diferencia eres tú

Avenida Chile
centro comercial y financiero
Carrera 11 Calle 72

diverplaza
Está genial

Bima
Outlet Centro Comercial

calima
CENTRO COMERCIAL
BOGOTÁ

ANDINO

Centro Chía
Naturalmente Único

Centro Mayor
CENTRO COMERCIAL

Centro Suba
CENTRO COMERCIAL

El Edén
CENTRO COMERCIAL

el retiro
centro comercial

cafam floresta
Centro Comercial

fontanar
CENTRO COMERCIAL

GE
GRAN ESTACION
centro comercial
impresionante

Gran Plaza
Bosa

Gran Plaza
El Encanto

Gran Plaza
Soacha

HACIENDA
SANTA BARBARA
CENTRO COMERCIAL

Hayuelos
Centro Comercial

METRÓPOLIS+
CENTRO COMERCIAL & EMPRESARIAL

MERCURIO
CENTRO COMERCIAL
Vivelo

MULTI PLAZA

PALATINO
NATURALMENTE LA MEJOR OPCIÓN

PLAZA
DE LAS AMERICAS
Una Experiencia Memorabile

PLAZA
CENTRAL
CENTRO COMERCIAL

PLAZA
IMPERIAL
Centro Comercial

Parque
la Colina

Portal
micasa
CENTRO COMERCIAL

PremiumOutlet
Arauco

PASCO
San Rafael
CENTRO COMERCIAL

Santa Ana
CENTRO COMERCIAL BOUTIQUE

Santafé
CENTRO COMERCIAL

SALITRE PLAZA
CENTRO COMERCIAL
Donde Bogotá Tiene el Corazón

TITAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL
GRANDIOSO

unicentro
BOGOTÁ

VENTURA
Terreros

CAMACOL
BOGOTÁ & GUINDIAMARCA

Retailgence

Coordenada Urbana
Sistema de Información Geoespacial
© 2011 Centro Nacional de Estadística

Evolución
Estudio de Percepción
Centros Comerciales

5

ESTABILIDAD 2016

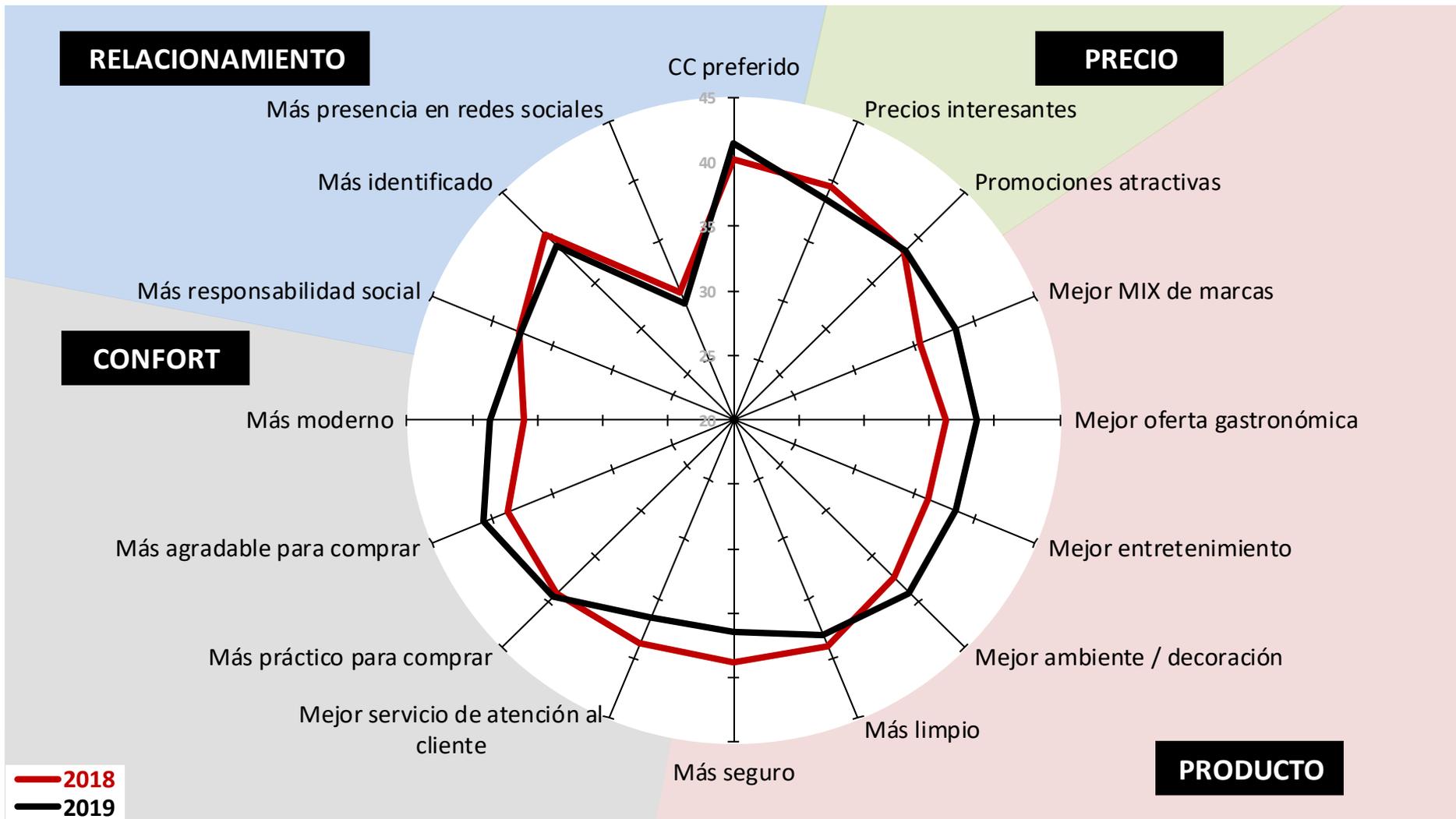
DESAFIO 2017

TRANSFORMACION 2018

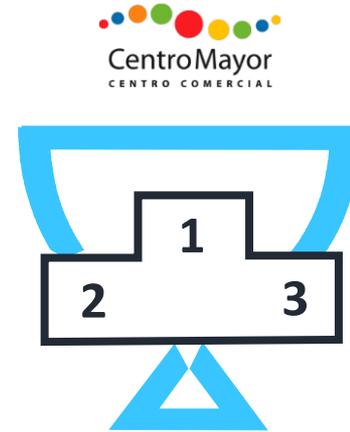
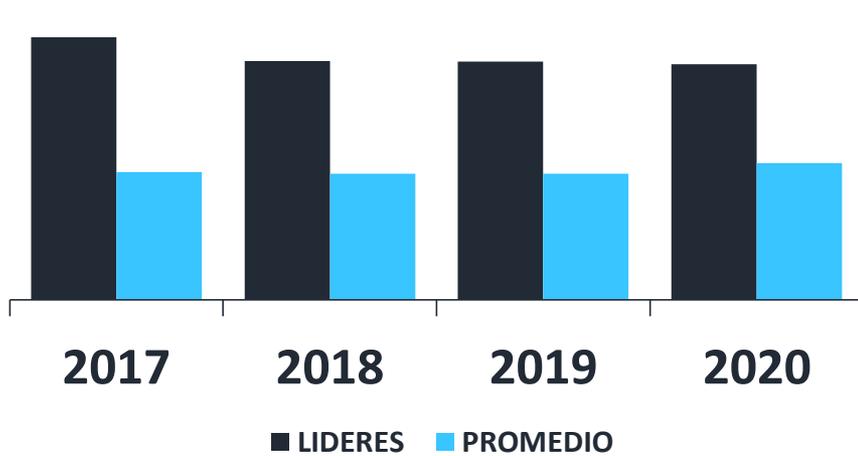
VISION 2019

RESULTADOS

❖ Evolución entre la percepción 2018 y la percepción 2019



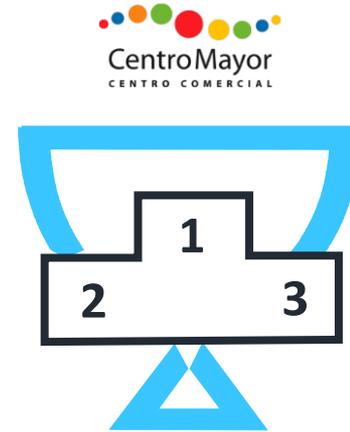
MIX DE MARCAS



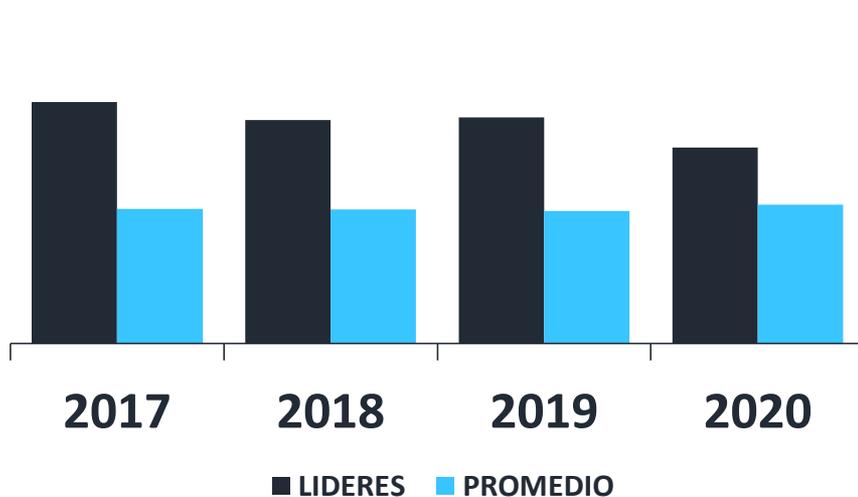
GASTRONOMIA



ENTRETENIMIENTO



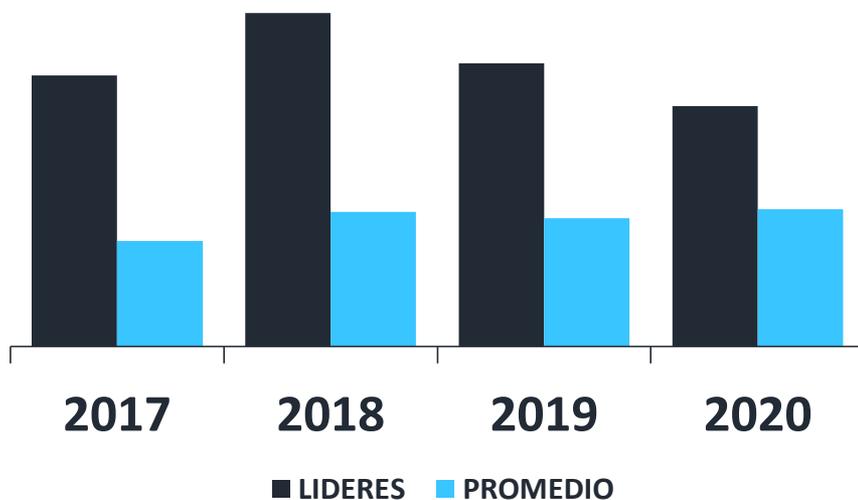
AMBIENTE / DECORACION



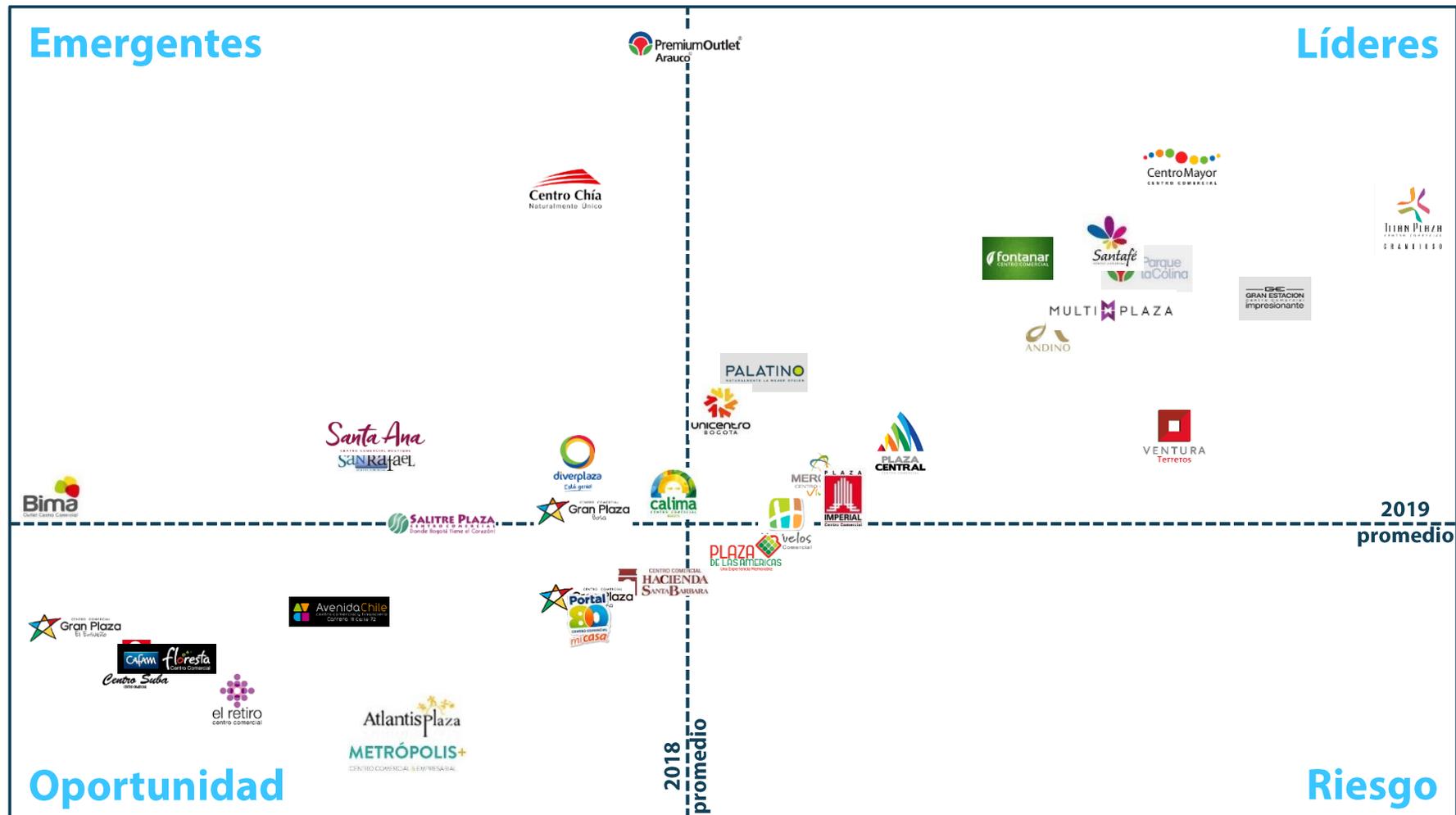
AGRADABLE



MODERNIDAD



❖ Cuadrantes de desempeño sobre la percepción general



❖ Evolución entre la percepción 2018 y la percepción 2019

✓ 9 Centros Comerciales con mejora en su percepción



✓ 4 Centros Comerciales con tendencia positiva



✓ 18 Centros Comerciales con estabilidad



✓ 3 Centros Comerciales con tendencia negativa



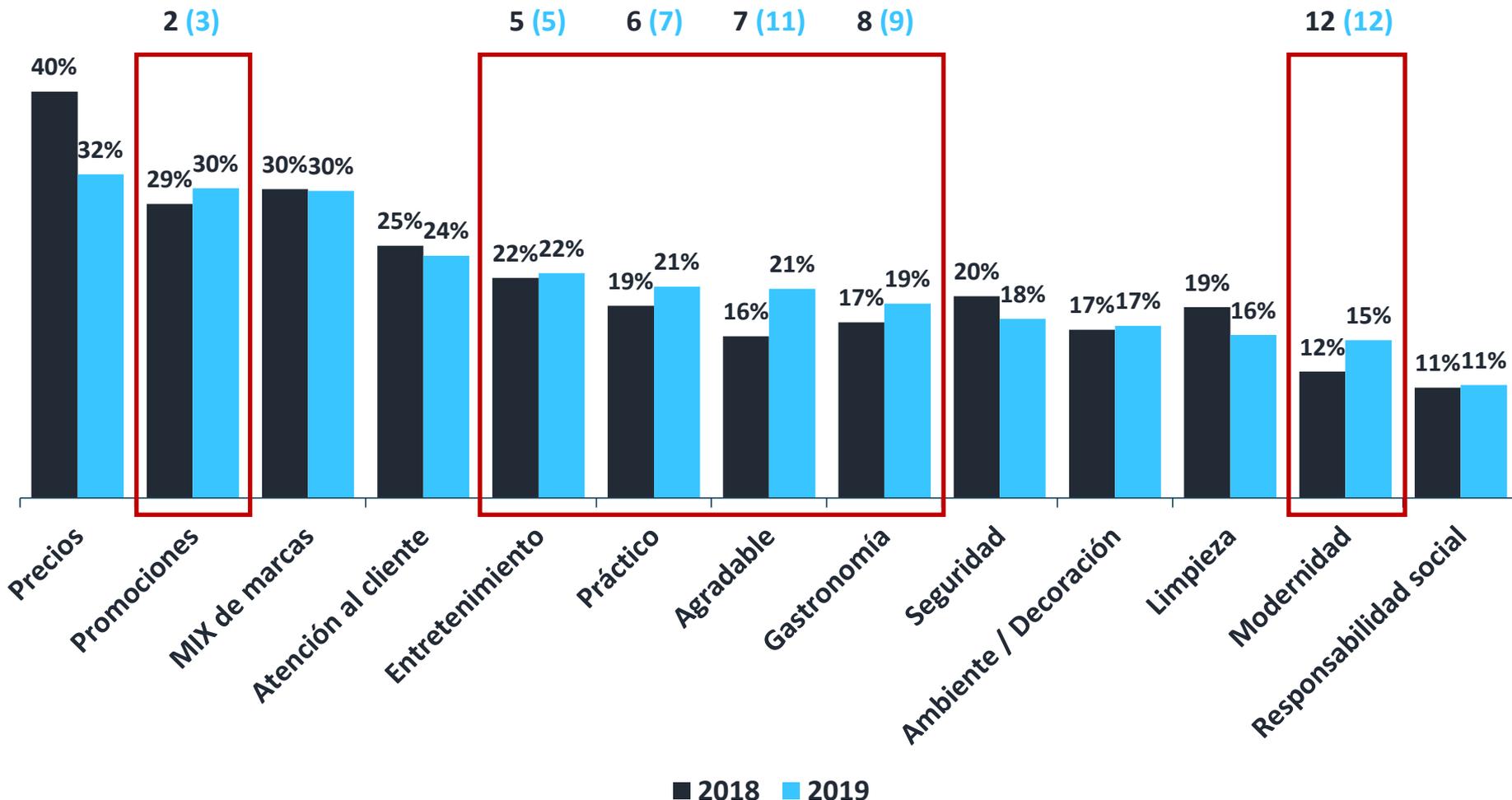
✓ 1 Centro Comercial con deterioro en su percepción



Comparativo Percepción 2018 vs 2019

	Aumento	Estabilidad	Reducción	Diagnóstico
1. Centro Chía	14	2	0	↑
2. Bima Outlet	14	2	0	↑
3. Gran Plaza El Ensueño	11	5	0	↑
4. Santa Ana	11	5	0	↑
5. Salitre Plaza	10	5	1	↑
6. Diverplaza	10	4	2	↑
7. Paseo San Rafael	10	4	2	↑
8. Premium Outlet	10	2	4	↑
9. Cafam La Floresta	8	8	0	↗
10. Avenida Chile	8	5	3	↗
11. Gran Plaza Bosa	7	6	3	↗
12. Palatino	7	6	3	↗

❖ Importancia de los criterios para seleccionar el Centro Comercial

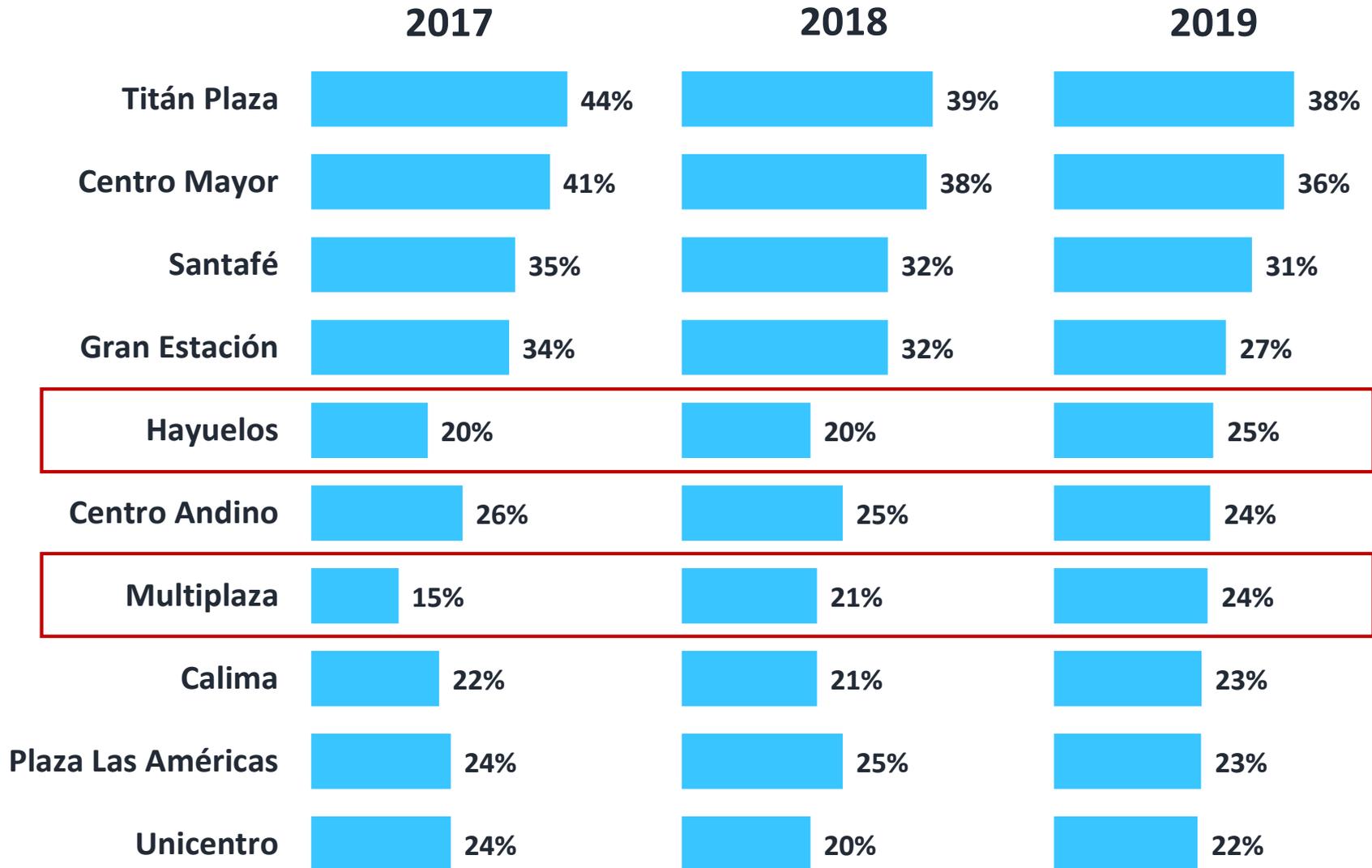


« La VENTA nunca más será una transacción sino una relación »

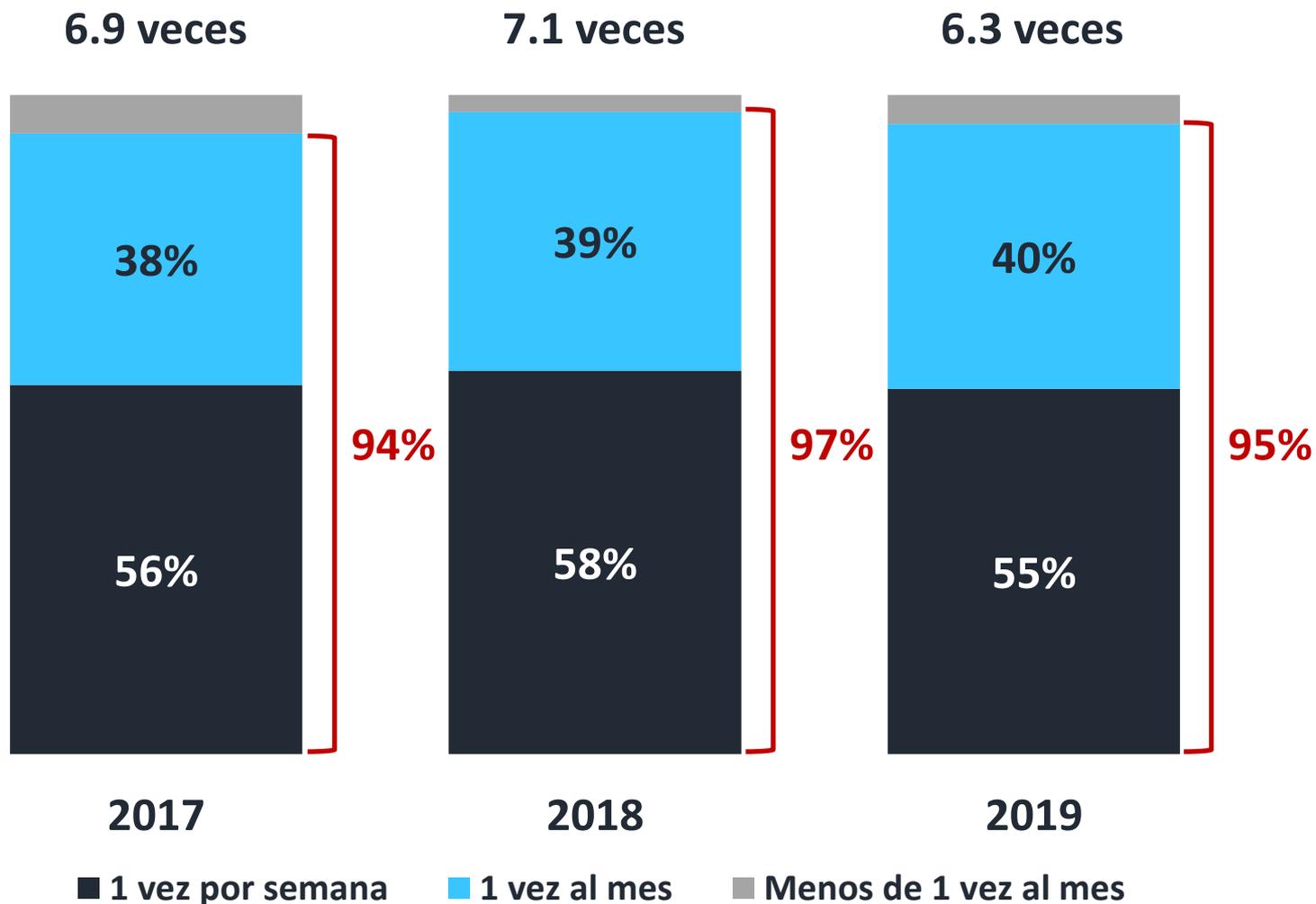
« El nuevo epicentro de la oferta de los Centros Comerciales, gira alrededor de la experiencia »

RESULTADOS

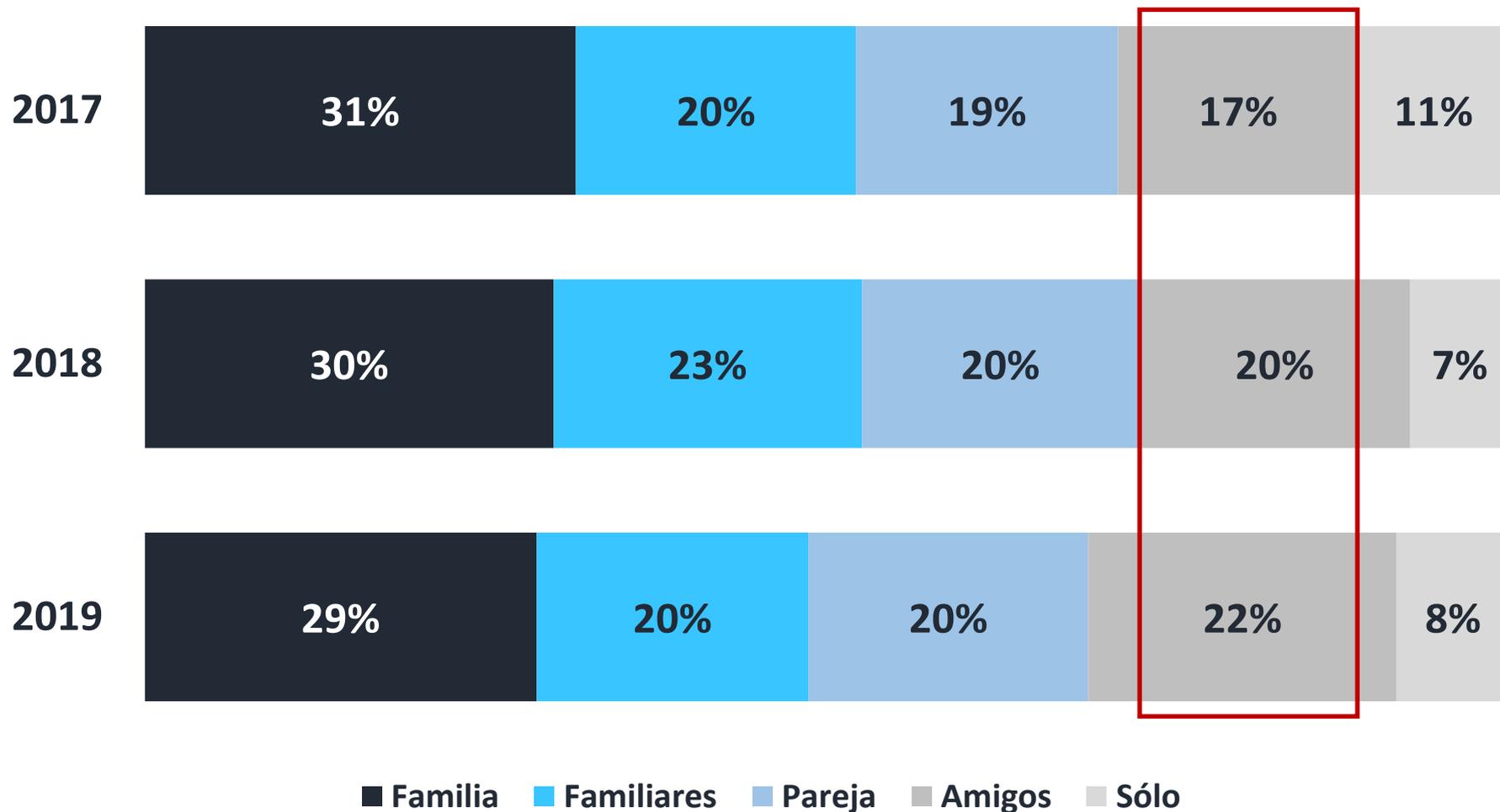
❖ Recordación



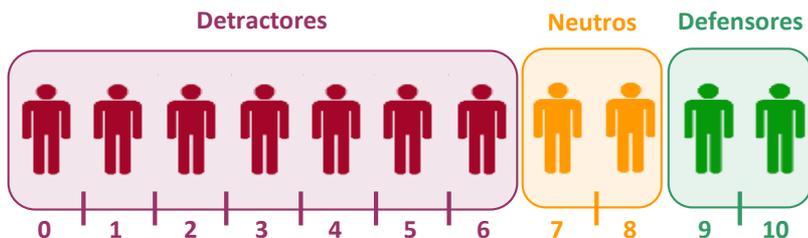
❖ Frecuencia de visita mensual



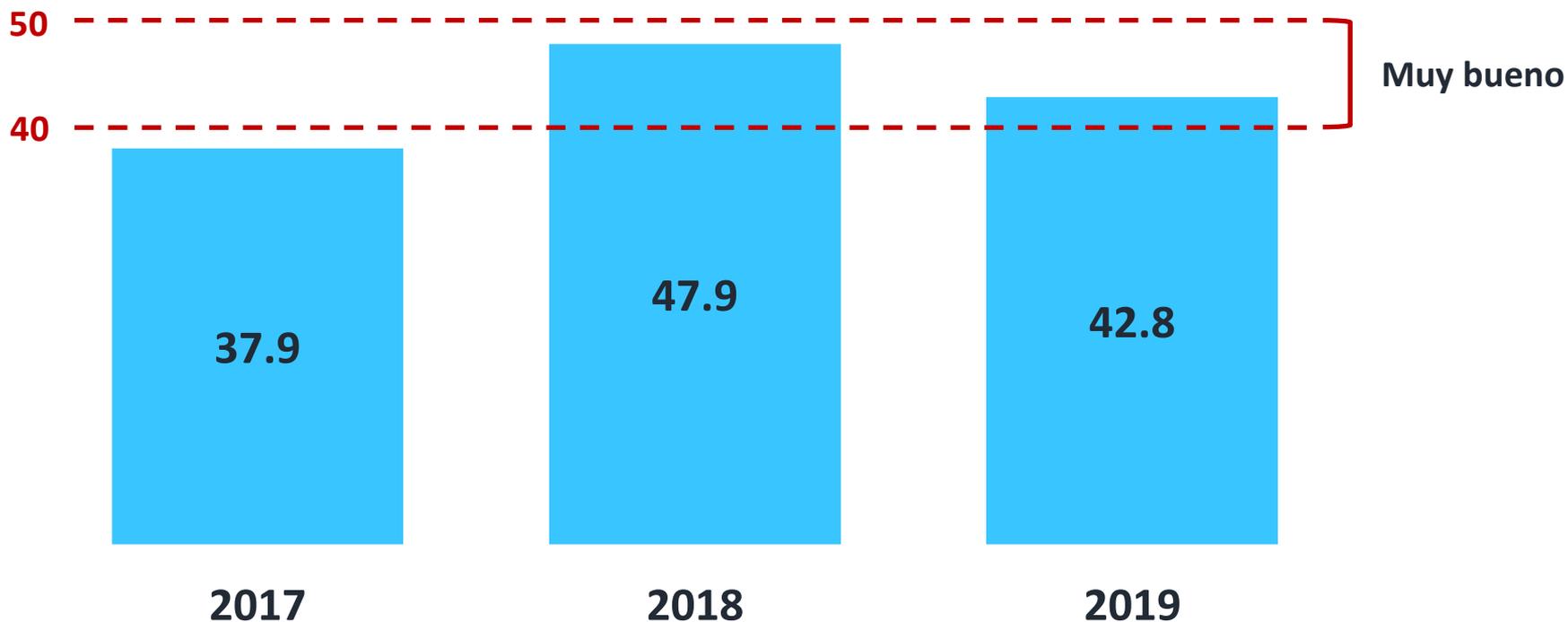
❖ Visitantes



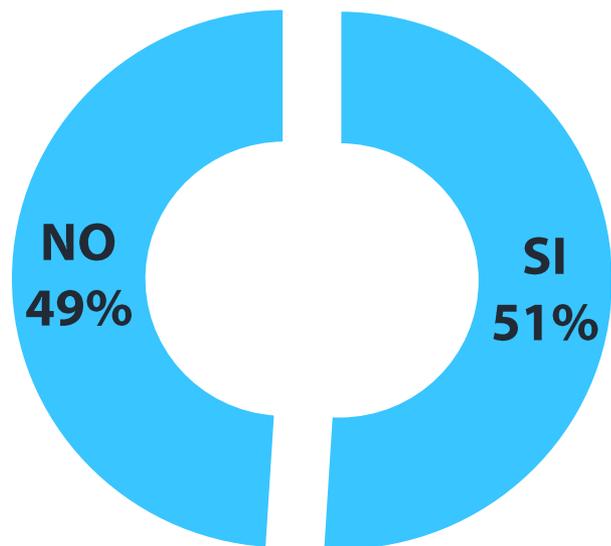
❖ Recomendación



$$\text{NPS} = \% \text{ Defensores} - \% \text{ Detractores}$$



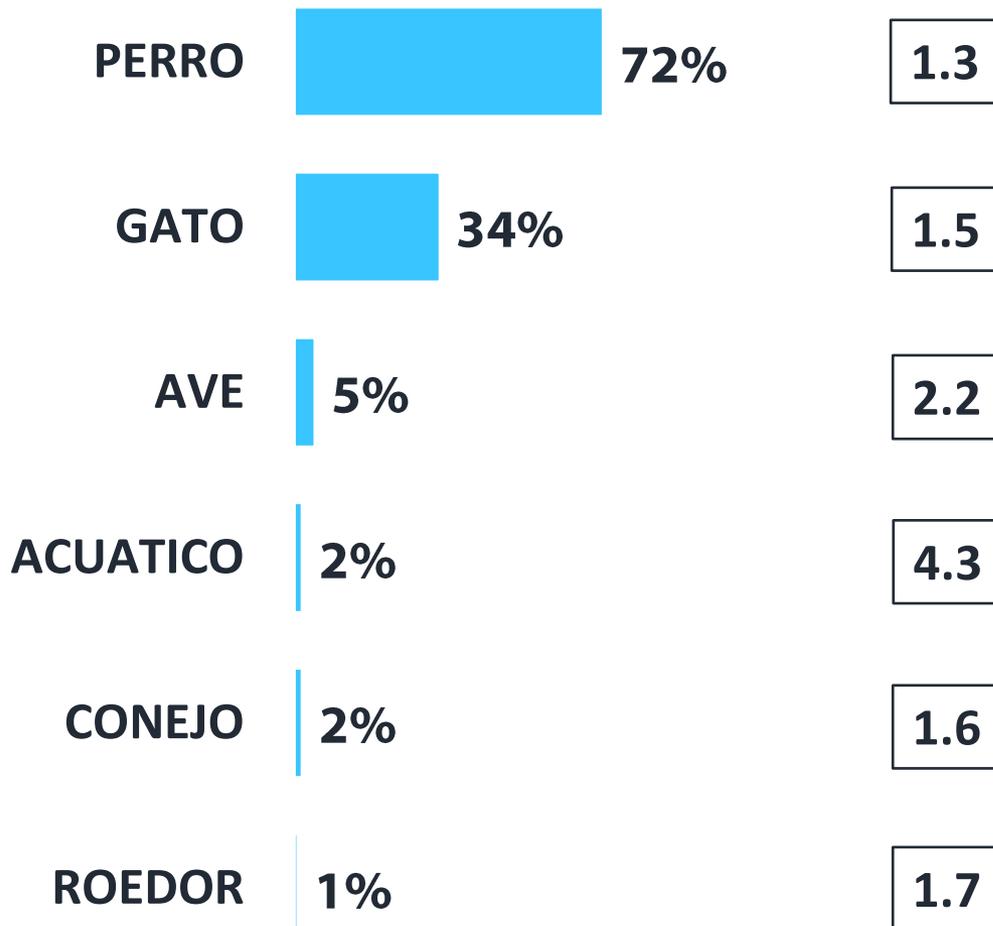
❖ Mascotas



72%

ACTIVIDADES PET FRIENDLY
BUENAS / EXCELENTES

PROMEDIO



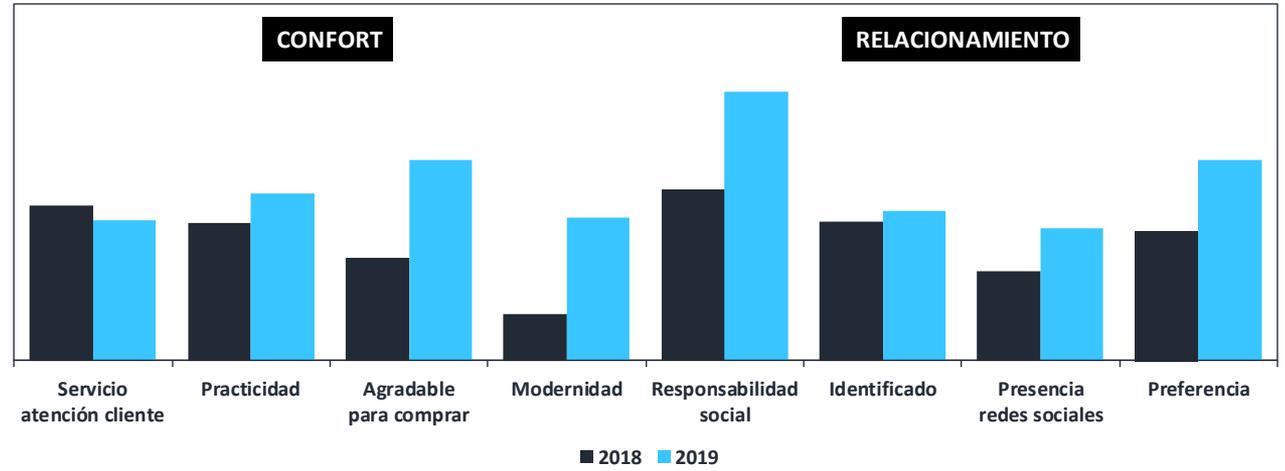
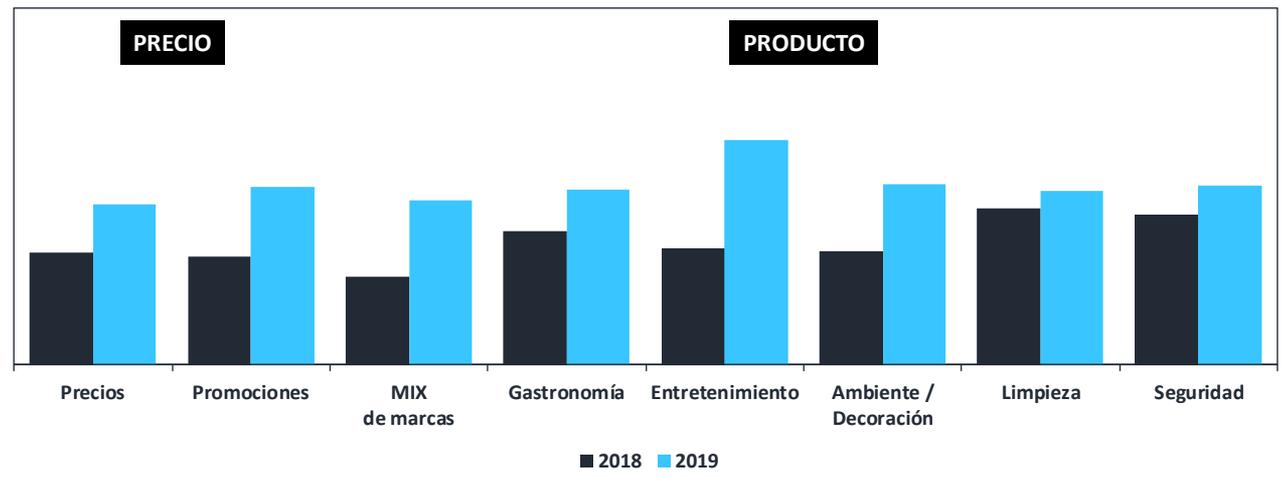


6

BUENAS PRACTICAS



Cuadrante 2018 : Riesgo
Cuadrante 2019 : Emergente
Modelo : Co-Propiedad



7

RESUMEN

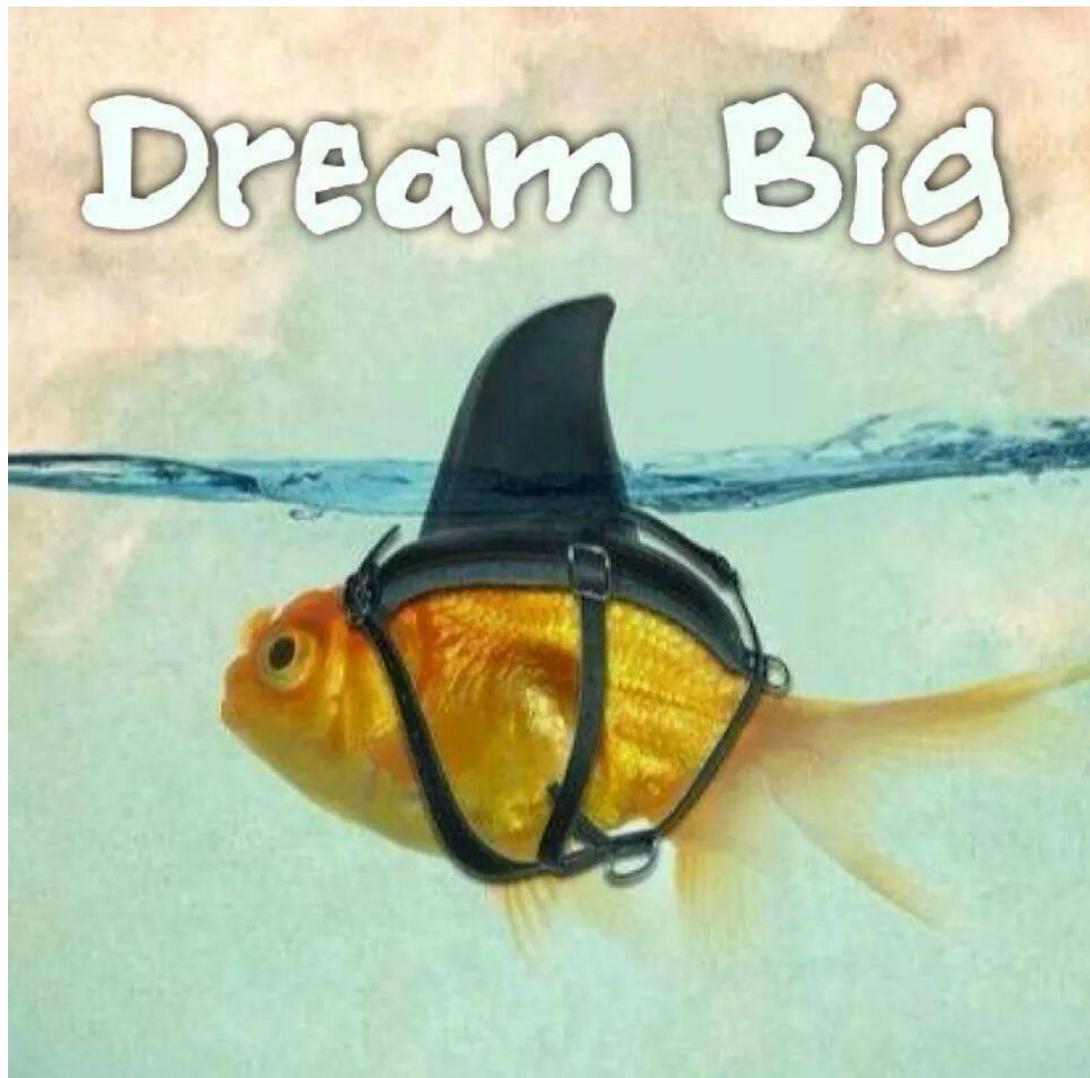
- ❖ Los resultados del Estudio de Percepción ejemplifican claramente la realidad de los Centros Comerciales
- ❖ Tanto los hábitos del consumidor como la nueva propuesta de valor de los Centros Comerciales se orientan hacia la experiencia del visitante
- ❖ Los criterios que generan momentos agradables mejoran su percepción
- ❖ Los grandes Centros Comerciales son los referentes del mercado



- ❖ El modelo de Co-Propiedad puede rivalizar con el modelo de Propietario Único

8

Dream Big



INNOVACION



- ❖ **Buy with your time - IKEA (Dubai)**
https://www.youtube.com/watch?v=_MSwBOiuFwc



- ❖ **Los EX - Centro Comercial ALTO PALERMO (Argentina)**
<https://www.youtube.com/watch?v=pgNWW23Aaql>



- ❖ **Hay Abasto - Centro Comercial ABASTO (Argentina)**
https://www.youtube.com/watch?v=n9z_mjfOb0l



- ❖ **San Valentín 2013 - Centro Comercial LA PART DIEU (Francia)**

<https://www.youtube.com/watch?v=DNMwK01xfmc>



- ❖ **El Amor - Supermercados INTERMARCHÉ (Francia)**

<https://www.youtube.com/watch?v=TBUV8O4JI7w>

9

INVERSION

❖ Alternativas para adquirir el Estudio de Percepción 2020

- ✓ Percepción actual Centro Comercial
- ✓ Histórico y evolución
- ✓ Importancia criterios
- ✓ Recordación (TOM + Espontánea)
- ✓ Participación de visitas
- ✓ Frecuencia de visita
- ✓ Recomendación (NPS)
- ✓ Acompañantes
- ✓ Satisfacción 6 criterios
- ✓ Perfil visitantes

Total \$6,000,000 (más IVA)

- ✓ Selección de 3 competidores

Total \$9,000,000 (más IVA)

- ✓ VALOR AGREGADO : Herramienta SERVIHUELLA



Arturo VERGARA

Tel : +57 300 804 1997

arturo.vergara@retailligence.net

www.retailligence.net



Juan Guillermo JIMENEZ

Tel : +57 316 467 8925

jjimenez@camacol.org.co

ww2.camacolcundinamarca.co

