



ASAMBLEA

GENERAL DE PROPIETARIOS

2019



GRAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL

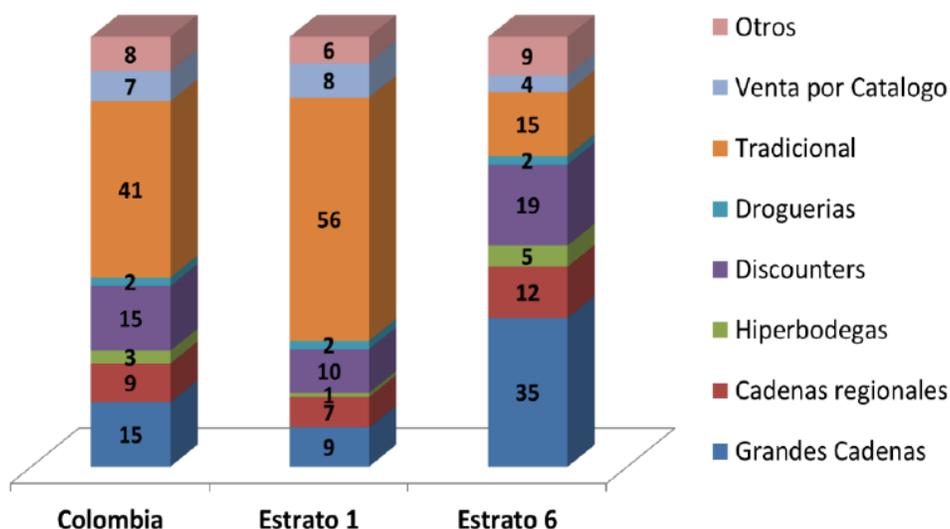
INFORME GESTIÓN 2018 CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN EQUIPO ADMINISTRATIVO

PRESENTACIÓN

Si bien el cierre de 2018 mostro un leve repunte en las ventas del último trimestre, incluso comparado con el mismo periodo del año 2017, y que según el DANE, las ventas del sector minorista crecieron 6 % en noviembre de 2018, mientras el mismo mes del año anterior el crecimiento en ventas fue de solo 1,1 %, este fue un año bastante complejo para la económica nacional y que impacto en mayor medidas las categorías asociadas a moda (vestuario y calzado), que constituyen nuestro mayor porcentaje de la oferta comercial; y aunque en gran medida estos resultados están asociados al componente político y tributario del país, también es cierto que hay nuevas dinámicas en el mercado que le impregnan cierto escepticismo al gremio de centros comerciales, como las ventas por internet, las ventas por catálogo, las tiendas de descuento, las apertura de nuevos centros comerciales y el cierre de importantes marcar a nivel mundial, entre otros, por eso es importante entrar un poco en el contexto de la contienda, de la mano de las estadísticas y de los legitimadores en el tema como Fenalco, Acecolombia, Raddar y el Dane:

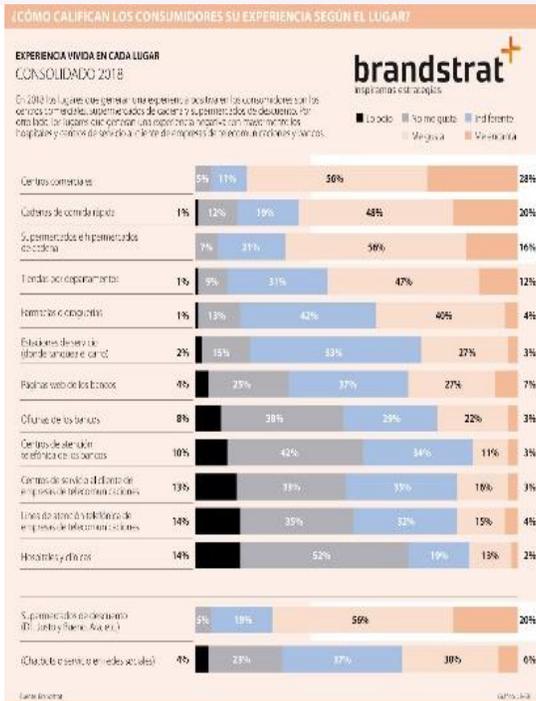


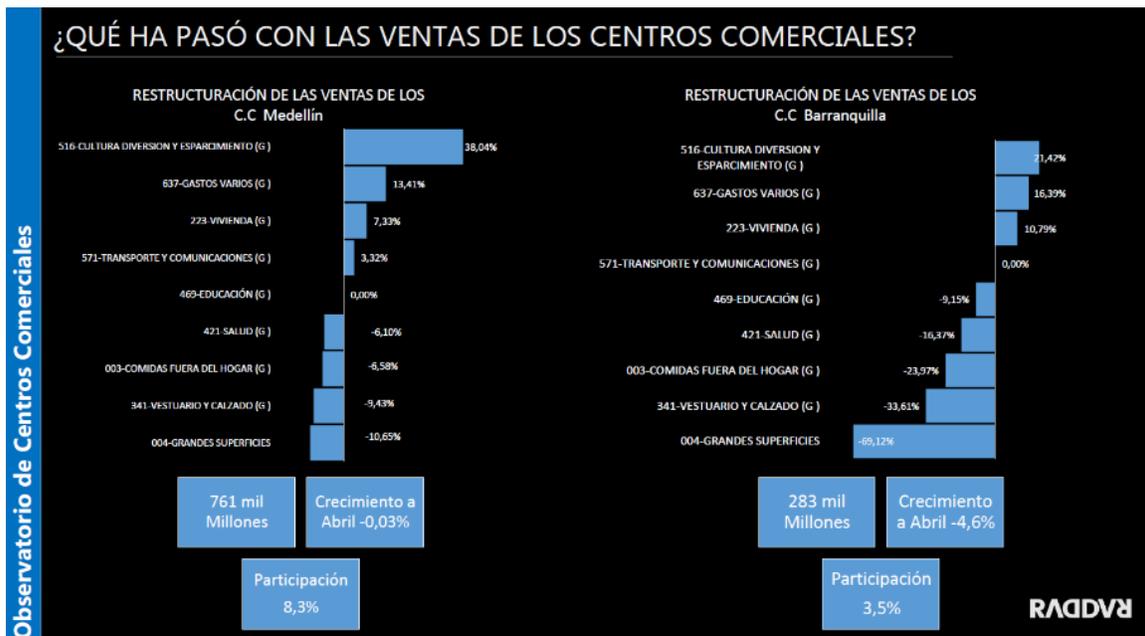
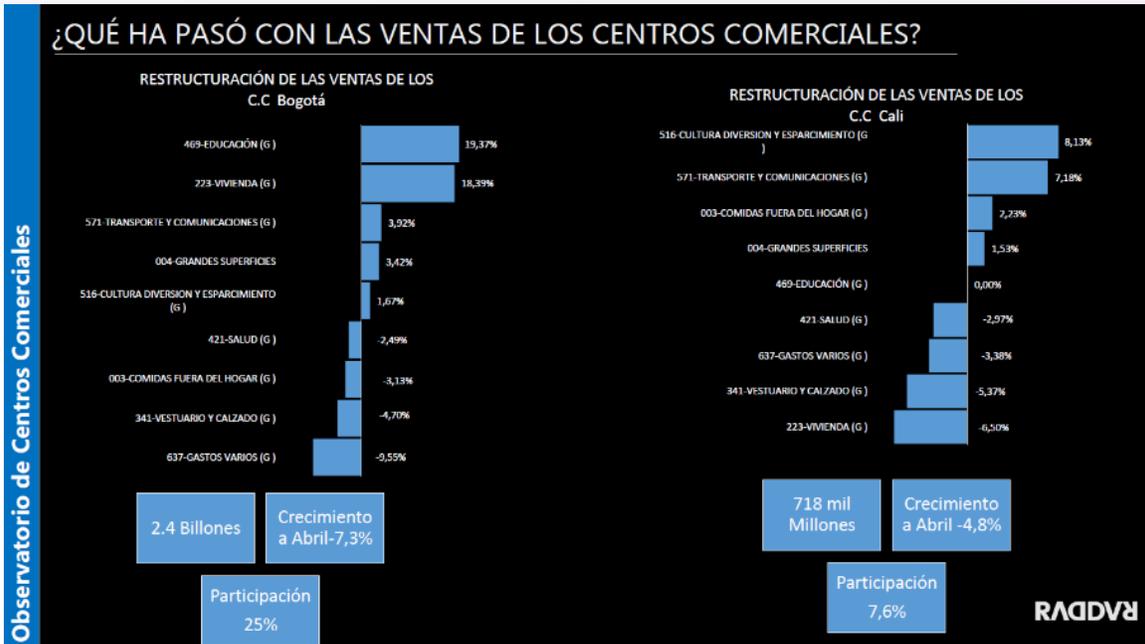
Compras por tipo de canal, 2018



Fuente: Kantar Worldpanel

Por su parte, el portal mexicano especializado Milenio afirma que, “contrario a la creencia popular, los almacenes físicos siguen siendo el canal dominante para el comercio minorista en América Latina, pues representan 93% de las ventas totales.” Por su parte, Colombia y México tienen el porcentaje más alto de consumidores que les gusta ir a centros comerciales; más que cualquier otro país de la región; con 65% y 60% respectivamente, en comparación con 33% en Estados Unidos y 40% en el resto del mundo. De igual manera, si bien internet hizo más cómodo el proceso de compra, no va a reemplazar la necesidad de contacto humano y socialización, lo que ha llevado a los procesos de reinversión que se ha sufrido el sector, en el que antes los centros comerciales eran 90% moda y 10% restaurantes, y que ahora en un 35% o más su mezcla está enfocada en la categoría gastronomía y entretenimiento (Datos extraídos de la Bitácora Económica Fanalco febrero 2019), para concluir que el factor experiencia es lo que está marcando la pauta a la hora de atraer y conservar clientes.





Es así como está dinámica actual de la industria de los centros comerciales, nos pone a los equipos administrativos de estos complejos a generar cada día propuestas de valor que nos diferencien en este competido mercado, que cerro el 2018 con la apertura de 14 nuevos centros comerciales, que representan 423.000 m2 más, de los cuales el cerca del 50% de dicho GLA se dio en Medellín y su área metropolitana

con la llegada de La Central, De Moda Outlet, Plaza Arrayanes, Itagui Plaza y Viva Envigado; y siguiendo esta misma línea, en el 2019 se proyecta que entren al mercado otros 345.000m2 de nuevo GLA.



Las cifras anteriores no solo dan cuenta de la tendencia al crecimiento del sector en los últimos años, sino de su importancia al convertirse en polos de desarrollo y renovación urbana, son los motores del cambio en las zonas donde llegan y generan un impacto positivo en el mejoramiento del sector, en la seguridad, en el bienestar y satisfacción de la comunidad a la que atiende y Gran Plaza es una clara muestra de esta condición.

Desde su direccionamiento, Gran Plaza se ha enfocado en ser más que un punto de encuentro o tránsito y por eso todas nuestras acciones y estrategias estas dadas a ser vistos como agentes generadores de cultura, como ejemplo de comercio formal y organizado, como el mejor lugar para comprar con calidad, respaldo y precio. No obstante, no se pueden desestimar las tendencias que dan cuenta que el componente diversión y entretenimiento son factores claves que determinan la elección del cliente por un centro comercial u otro y que dentro de esta categoría no entremos a competir porque nuestra conformación no cuenta con este desarrollo y de ahí la necesidad de ampliar la visión más allá de un mediático horizonte, para alcanzar a visionar e invertir en las oportunidades que nos generan componentes como el reconocimiento del sector Guayaquil, la inversión del sector público en el centro y la ubicación estratégica en el territorio, haciendo parte del eje administrativo y ferial internacional que convoca la ciudad, para explotarlo en nuestro favor.

Seguros

COOPROPIEDADES / COMPAÑÍA: ZURICH	
Cubre todo riesgo por daño material por eventos accidentales, súbitos e imprevistos, (incendio, terremoto, inundación).	
RIESGO	VALOR ASEGURADO
EDIFICIO BIENES COMUNES Y PRIVADOS 100%	41.000.000.000
MUEBLES Y ENSERES	321.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.574.870.000
EQUIPO ELÉCTRICO Y ELECTRÓNICO	632.370.000
CUOTAS DE ADMINISTRACIÓN 6 MESES	1.339.640.000
DINERO DENTRO Y FUERA DE CAJA	10.000.000
RENTA ARRENDAMIENTO ZONA COMÚN	181.900.000
MANEJO GLOBAL COMERCIAL	10.000.000
RCE / COMPAÑÍA: ZURICH	
Cubren los perjuicios ocasionados de carácter accidental, súbitos e imprevistos, imputables al asegurado, que causen la muerte, lesión o menoscabo en la salud de las personas y/o el deterioro o destrucción y perjuicios económicos, incluyendo lucro cesante.	
RIESGO	VALOR ASEGURADO
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	2.000.000.000
RC D&C / COMPAÑÍA: ZURICH	
Protege a los administradores y directores frente a reclamos derivados de actos culposos cometidos en el ejercicio de las funciones por parte de terceros, tales como organismos reguladores, acreedores, accionistas, proveedores clientes o empleados.	
RIESGO	VALOR ASEGURADO
DIRECTORES Y ADMINISTRADORES (ZURICH)	1.000.000.000

Este año se hizo solo un ajuste del 7% sobre los principales valores asegurados, a fin de no perder la actualización sobre el patrimonio, porque el mercado de seguros para centros comerciales presentó un incremento muy fuerte, por la alta siniestralidad presentada en el ramo a nivel internacional y que se vio impactada en alguna medida por los casos de infidelidad financiera que se han presentado.

Este año también continuamos con la cobertura sobre bienes privados, que en términos prácticos cubriría sólo el valor de una eventual reconstrucción, pero que en ningún caso cubre reformas, ni bienes o enseres del locatario. Vale la pena aclarar, que el Reglamento de Propiedad Horizontal contempla la obligación para que cada ***copropietario asegure de manera individual las mejoras, los bienes muebles, equipos y mercancías que se encuentren dentro de su inmueble. Gracias a la gestión de seguros, el año anterior se logró recuperar por pagos de seguros la suma de \$ 14.000.000, por una afectación que se presentó sobre un inmueble debido a una filtración de agua a raíz de un fuerte aguacero.***

Fondo de Imprevistos:

Como Cumpliendo el requisito de ley de guardar el 1% del presupuesto para el año, el fondo de imprevisto cerro en el año 2016 con un saldo de \$ 167.530.439, recursos que se encuentran depositados en una Fiducuenta de Bancolombia.

Participación Gremial

Esta administración se ha caracterizado por un fuerte activismo gremial, en pro de fortalecer el trabajo asociativo y visibilizar la importancia del aporte del sector de Guayaquil a la economía y desarrollo de la ciudad a la economía, por eso durante el año 2018 continuamos trabajando en conjunto con las siguiente organizaciones en las que se destaca hacer parte de la vicepresidencia del sector de centros comerciales en el comité gremial de Fenalco y el trabajo con la mesa de trabajo de administradores de centros comerciales del sector de Guayaquil:





Federación Nacional de Comerciantes - FENALCO:

Este año en representación de Gran Plaza la Administradora fue elegida como vicepresidente del Sector Centros Comerciales del Comité Intergremial de Fenalco Antioquia periodo 2018 –2020. En este comité participan líderes de todos los sectores productivos de la economía antioqueña, se diseñan estrategias, se establecen alianzas, se analizan los impactos de las decisiones macroeconómicas estatales y cómo estas benefician o diezman la actividad comercial, para buscar herramientas de trabajo en uno u otro sentido, se afianzan posiciones gremiales frente a temas de interés nacional y se canaliza el sentir del empresario con el fin de que su posición sea tenida en cuenta en las altas esferas decisivas del país.

En este orden, hacer parte del comité intersectorial de Fenalco, en calidad de vicepresidente del sector de centros comerciales le aporta al sector de Guayaquil para continuar avanzando en la representatividad institucional al más alto nivel del mundo empresarial.

Asoquayaquil:

Esta es una asociación con treinta años de trayectoria en el sector de Guayaquil, que trabaja en defensa de los intereses del comercio, y que centra su acción en frentes como la seguridad, control del espacio público y el relacionamiento con la Administración Municipal.

Desde la presidencia de la asociación se ha trabajado fuertemente en el relacionamiento con la administración pública para que la transformación del centro, que entendemos como necesaria, no sea un proceso aislado, sino una construcción conjunta que respete nuestra tradición comercial y mayorista.

Medellín Conventions & visitors Bureau:

Es la principal entidad de la ciudad encargada de la promoción turística de Medellín y Antioquia en mercados nacionales e internacionales. Nuestra vinculación nos permite tener los siguientes beneficios: presencia de marca

en el directorio de miembros con más de 1500 miembros y 36000 visitas anuales; promoción permanente en las redes sociales de la entidad para dar a conocer noticias de interés turístico sobre el centro comercial; acceso a la información de los diferentes eventos (Nacionales e Internacionales) que se realizan en la ciudad como la Feria de la Flores; capacitación y formación con enfoque a la captación y atención de turistas.

Asocentros:

Continuamos siendo usuarios a través de esta asociación del software **Mantum**, que apoya la gestión de mantenimiento y operaciones del centro comercial y se participa en la mesa de operaciones que busca socializar las mejores prácticas en esta área.

Mesa de trabajo Centros Comerciales de Guayaquil – El Huevo:





Por tercer año consecutivo, un grupo de Administradores de Centros Comerciales del sector de Guayaquil y el Hueco hemos emprendido acciones conjuntas que permitan avanzar en el reposicionamiento de este importante eje comercial de la ciudad, que es reconocido no solo a nivel local, sino regional y nacional.

Estrategias que se enfocan en el posicionamiento de marca como sector, desde diferentes frentes, pero que también ha consolidado importes procesos en otras áreas como la seguridad, la cobertura para atención médica como área protegida y la gestión de proveedores.

Durante el año 2018 se desarrollarán seis estrategias de mercadeo, que involucraron a 25 centros comerciales, con una inversión conjunta de más de \$95.000.000.

1	CENTRO COMERCIAL EL HACENDADO	13	CENTRO COMERCIAL MANHATAN
2	CENTRO COMERCIAL "GUAYAQUIL" P.H	14	CENTRO COMERCIAL MATURIN CUNDINAMARCA P.H.
3	CENTRO COMERCIAL BERNA P.H	15	CENTRO COMERCIAL MEGACENTRO
4	CENTRO COMERCIAL BUENOS NEGOCIOS	16	CENTRO COMERCIAL METROHUECO P.H
5	CENTRO COMERCIAL DIAZ GRANADOS	17	CENTRO COMERCIAL METROPLAZA P.H.
6	CENTRO COMERCIAL EL HUECO NUMERO UNO P.H	18	CENTRO COMERCIAL METROPOLIS P.H
7	CENTRO COMERCIAL EL HUECO PICHINCHA P.H	19	CENTRO COMERCIAL PANAMA P.H
8	CENTRO COMERCIAL FENIX P.H	20	CENTRO COMERCIAL SINGAPUR P.H
9	CENTRO COMERCIAL FLORO ZULUAGA P.H	21	CENTRO COMERCIAL TORRE ASIA
10	CENTRO COMERCIAL GRAN PLAZA	22	CENTRO COMERCIAL TRES VIAS
11	CENTRO COMERCIAL JAPON P.H	23	CENTRO COMERCIAL LOS MARINILLOS P.H
12	CENTRO COMERCIAL LUZ DEL DÍA	24	CENTRO COMERCIAL EL DORADO
		25	CENTRO COMERCIAL VENAVER P.H

Las estrategias contaron con diferentes planes de **DIFUSIÓN PUBLICITARIA**, consistentes en:

- Televisión regional
- Radio
- Remotos
- Pauta en prensa
- Afiches
- Redes Sociales
- Boletería
- Sorteos en Vivo

Informe Avance Obras Corredor de Amador y Plan de Transformación del Centro

Se continúan realizando gestiones directas y a través de Asoguayaquil, en lo relacionado con el seguimiento de la obra del corredor de Amador y de las demás obras que se están desarrollando y las que iniciaran ejecución en los próximos días en el área de influencia.

Todas las solicitudes están encaminadas a que se respete la dinámica comercial del sector tanto de ventas al detal, como al por mayor, sobre la importancia de garantizar la movilidad vehicular, el transporte público, el cargue y descargue de mercancía, la no ocupación irregular del espacio público y la atención de emergencias.

La obra sobre el corredor de Amador había iniciado en el mes de abril del año 2018, pero como lo habíamos advertido, la situación jurídica del contratista encargado de la obra, FUREL, era irregular, porque su representante legal está inmerso en un proceso penal por temas de corrupción, situación que finalmente afectó la ejecución de la obra, la cual después de 4 meses de cierre de uno de los frentes de trabajo, la administración municipal suspendió la ejecución del contrato e inició el proceso para adjudicarla a un nuevo contratista. En ese momento se advirtió de la importancia de que las obras no se reiniciaran durante este segundo semestre por la afectación comercial que esto significaría. No obstante, en el mes de octubre, nos notificaron que la obra iba a iniciar ese momento, ante lo cual iniciamos una fuerte movilización con los comerciantes del sector para evitar que esto ocurriera, generando en los medios de comunicación la preocupación por las afectaciones económicas que esto significaría. Después de un duro proceso de negociación, se logró suspender el inicio de la obra hasta el mes de enero. Actualmente la obra avanza con un cronograma ajustado y esperan terminar durante las primeras semanas de mayo.

Por su parte, Gran Plaza continúa, con el apoyo del gremio, firme en su solicitud sobre la necesidad de un carril de incorporación para el parqueadero del centro comercial, teniendo en cuenta que la densidad de vehículos que este maneja,

generaría un bloqueo casi permanente de la zona, además internamente también se propone esta opción como una manera para mitigar el riesgo de que la acera del centro comercial sea utilizada para la ubicación regular o irregular de ventas informales.



SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Dando cumplimiento al Decreto Único 1072 de 2015 (Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST), y la Resolución 1111 de 2017. Se continuó con la implementación del SG-SST, capacitando al personal del Centro Comercial en temas como pausas activas, normas de seguridad y salud en el trabajo, se realizaron actividades de bienestar laboral, como celebración de cumpleaños y fiesta de empleados, se implementaron las inspecciones de seguridad a las áreas locativas, el uso de los elementos de protección personal y se está cumpliendo a cabalidad con el procedimiento de ingreso de contratistas.

Continuamos la alianza con la Secretaria de Salud de Medellín, promoviendo los estilos de vida saludable en el Centro Comercial, los cuales son: Alimentación saludable, actividad física, salud bucal, salud mental, salud sexual y reproductiva, espacios libres de humo y de tabaco y consumo responsable de alcohol, de esto se participó en varias actividades que se muestran a continuación:

- Escuela de formación de estilos de vida saludable
- II Congreso de estilos de vida saludable
- Taller formativo enfocado en la salud mental
- Activación (Pausa activa lúdica).

Se participaron en varias capacitaciones con la Alcaldía de Medellín y con la UNGRD (unidad de gestión de riesgo de desastre) con el fin de fortalecer los conocimientos en cuanto a Seguridad y Salud en el Trabajo.

Desde la administración se trabaja para garantizar el mejoramiento continuo de las Condiciones de Salud y de Trabajo, así como el bienestar de los trabajadores para que se desempeñen de una manera saludable, adecuada y eficiente, permitiendo su crecimiento personal, familiar y a la vez el mejoramiento de la productividad de la copropiedad.

A continuación, evidencia de algunas de las actividades ejecutadas durante el año 2018:

SIMULACRO DE EVACUACIÓN

El día 24 Octubre de 2018, nos acogimos al simulacro nacional se realizó la evacuación con el personal de la administración y comerciantes.

Tiempo de evacuación total: 15 Minutos
Número de personas evacuadas: 246 personas



INDUCCIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Se le realiza a todo el personal del Centro Comercial Gran Plaza (Mantenimiento, seguridad, aseo y administración) la Inducción sobre SG-SST.

28 junio 2018



COMITÉ PARITARIO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Marlon Correa y Andrés Arredondo miembros del COPASST, mensualmente realizaban recorridos e inspecciones por las áreas locativas del Centro Comercial, identificando condiciones inseguras, actos inseguros y con esto se le notificaba a las áreas encargadas para sus respectivos planes de mejoramiento.

WhatsApp



CAPACITACIONES Y SENSIBILIZACIONES

II Congreso nacional de estilos de vida saludable.



Aliado estratégico de estilos de vida saludable Secretaria de salud de Medellín



Proceso formativo de estilos de vida saludable.

COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL

Camilo Grisales y Nini Giovanna Ramirez miembros del Comité de Convivencia Laboral, durante todo el 2018 plantearon actividades con el personal de Aseo, Vigilancia, y administración lo cual permitió crear un bienestar laboral constructivo y significativo.

Algunas de las actividades realizadas fueron:

- ▶ Celebración de cumpleaños
- ▶ Capacitaciones
- ▶ Actividades con premiaciones
- ▶ Fiesta de empleados
- ▶ Celebración de fechas especiales
- ▶ Novenas de Aguinaldos

Celebración de cumpleaños



Capacitación gerencia del ser



Juego amigo secreto
administración

PAUSAS ACTIVAS

Las pausas activas se realizan con el fin de beneficiar a los empleados en su ámbito laboral; ayudando a reducir la tensión muscular, lesiones osteomusculares, disminuyendo el estrés y la sensación de fatiga, mejorando la atención, la concentración y la postura.



OPERACIONES

Durante nuestra gestión se ha direccionado todo un proceso de desarrollo e implementación de un plan completo de mantenimiento para los equipo y locaciones que hacen parte de los activos de la copropiedad. Actualmente trabajamos de manera mixta en la ejecución del plan de mantenimiento enfocado principalmente en lo predictivo y preventivo, así como también en la forma eficiente de afrontar las situaciones imprevistas que nos llevan a poner en marcha el plan correctivo.

Nuestro objetivo principal desde este frente de trabajo no es solo ahorrar dinero y **reducir costos, sino minimizar las acciones correctivas, alargar la vida útil de los equipos, reducir los riesgos de accidentalidad laboral**, gestionar eficientemente los recambios para asegurar su disponibilidad y automatizar los planes preventivos para aumentar su eficiencia, lo que en ultimas se traduce en mayor **provecho y productividad de los recursos de la copropiedad en beneficio de toda la comunidad que la integra.**

MANTENIMIENTOS PREVENTIVOS Y PREDICTIVOS

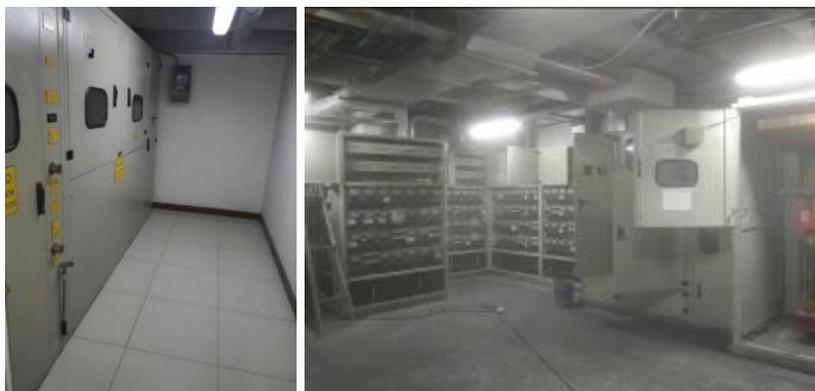
Equipo:	SISTEMA DE TRANSPORTE VERTICAL
Proveedor:	Mitsubishi
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$ 127.941.612



Equipo:	SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO
Proveedor:	Aires y Aires
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$



Equipo:	SUBESTACIONES ELÉCTRICAS
Proveedor:	Ilux Ingenieria
Periodicidad:	Anual
Inversión:	\$ 6.971.520



Equipo:	SISTEMA DE EXTRACCIÓN
Proveedor:	Personal interno
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$ 0
	

Equipo:	CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN- CCTV
Proveedor:	NIS
Periodicidad:	Anual
Inversión:	\$ 6.181685
	
<p>Observación: adicional al mantenimiento, anualmente se han venido haciendo intervenciones para actualizar la tecnología del CCTV con el fin de fortalecer el esquema de seguridad de la copropiedad.</p>	

Equipo:	REDES HIDROSANITARIAS
Proveedor:	Aguas Reinco
Periodicidad:	Anual
Inversión:	\$ 8.500.000



Observación: La empresa Aguas Reinco, por segunda vez consecutiva, realizará dicha labor, pero para este año tendrá mayor alcance, ya que sólo se venía efectuando el mantenimiento de las tuberías de los restaurantes de comidas del piso 3, los registros ubicados en el segundo piso, los locales del comercial uno (1) y las tuberías principales expuestas en el parqueadero del sótano. Este año 2018, se amplió el alcance y se realizará a todas las tuberías del edificio desde los baños privados de la torre, los desagües de las terrazas de los pisos 14 y 9, conectando con los desagües cercanos a la cancha del piso 4.

Equipo:	FACHADAS EXTERNAS EDIFICIO
Proveedor:	Obras Técnicas MC
Periodicidad:	Anual
Inversión:	\$ 12.999.996



Equipo:	PARASOLES – BLACK OUT – CORTINAS ENROLLABLES
Proveedor:	Construmetalicas
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$ 12.000.0000



Equipo:	CONTROL DE PLAGAS
Proveedor:	Mundocontrol
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$ 11.741.204
	

Equipo:	SISTEMA CONTRA INCENDIO- RECARGA EXTINTORES
Proveedor:	Maxi Fuegos
Periodicidad:	Anual
Inversión:	\$ 1.625.540
	

Equipo:	SISTEMA DE BOMBEO
Proveedor:	Equipress
Periodicidad:	Mensual
Inversión:	\$ 9.336.852
	

Equipo:	TANQUES DE AGUA POTABLE
Proveedor:	Motobombas Javier Aristizabal
Periodicidad:	Semestral
Inversión:	\$ 1.650.000
	

MANTENIMIENTOS CORRECTIVOS MÁS SIGNIFICATIVOS

Intervención:	<u>IMPEMEABILIZACIÓN Y LIMPIEZA FOZO DE ASCENSORES</u>
Proveedor:	Mitsubishi – Productos IPB S.A.S. - Personal Interno



Justificación: En compañía de la empresa Mitsubishi y de una empresa especializada en este trabajo, se realizó la impermeabilización de dos de los fosos de ascensores. Intervención que es necesario hacer de manera eventual de acuerdo a las condiciones que se vayan presentado y que sean notificadas por la empresa encargada del mantenimiento, toda vez que esta zona se encuentra ubicada por debajo del nivel freático, lo que especialmente en época de invierno causa filtraciones de agua hacia, pudiendo llegar a afectar los circuitos de los equipos de transporte vertical.

Intervención:	CAMBIO DE CAPACITORES AVERIADOS EN EL BANCO DE CAPACITORES DE SUBESTACIÓN PRINCIPAL
Proveedor:	Ilux Ingenieria



Justificación: el banco de capacitores está compuesto por elementos de desgaste; para el mes de abril de 2018, se realizó el cambio del capacitor paso 5 y paso fijo (dos unidades); de la subestación principal del sótano.

Intervención:	REPARACIÓN MOTOBOMBAS Y CORRECCIÓN FUGA DE TUBERIA DE DESCARGA
Proveedor:	Equipress



Justificación: Durante los mantenimientos preventivos se detectaron varias fallas en el sistema de motobombas que hizo necesarias varias intervenciones correctivas en varias de ellas y una preventiva que llevo al reemplazo de uno de estos equipos porque su reparación era similar a la reposición por uno nuevo, también se realizó la corrección de unas fugas en las tuberías de este mismo sistema.

Intervención:	SUMINISTRO E INSTALACIÓN FLANCHEO EN METALICO, SOBRE LOCAL GINO PASCALLI
Proveedor:	MTF
	
<p>Justificación: se hizo necesario corregir un problema que se estaba presentado (filtración de agua en días de lluvia) sobre el local Gino Pascalli y entrada vehicular. Se instaló un fleje en metálico mediante tornillo autoperforante y sellado previo en silicona vulken 911.</p>	

Intervención:	CAMBIO DE ILUMINACIÓN EN ZONAS COMUNES
Proveedor:	Cathay Led – Personal Interno
	
<p>Justificación: después de la terminación anticipada del contrato con la empresa que había realizado el reemplazo del sistema tradicional, por el sistema Led que proporciona mayor ahorro en el consumo de energía, la reposición por daños quedaron a cargo de la copropiedad y se hizo una intervención en todas las luminarias defectuosas.</p>	

Intervención:	VIDEOCITOFONIA DE LA TORRE
Proveedor:	Sysse
	
<p>Justificación: se presentó un daño inesperado en la tarjeta de control central, que deshabilitó todo el sistema por varios días, toda vez que por tratarse de un elemento tecnológico que ya no es tan comercial y que tampoco fue posible reparar, se dificultó mucho conseguir la reposición, hasta que el proveedor inicial del equipo la consiguió en otra ciudad.</p>	

Intervención:	CAMBIO SISTEMA DE SOPORTE ABASTECIMIENTO AGUA, SISTEMA DE REFRIGERACIÓN TORRE DE ENFRIAMIENTO
Proveedor:	Aires y Aires
	
<p>Justificación: se realizó el cambio del soporte del sistema de abastecimiento del agua de la torre de enfriamiento; ya que las válvulas se estaban oxidando con facilidad y su vida útil se estaba viendo afectada.</p>	

Intervención:	AMPLIACIÓN DE RED EN FIBRA PARA INTERNET
Proveedor:	Une
 <p>FIBRA ÓPTICA Y REDES GPON</p> <p>www.mindclufions.ec</p>	
<p>Justificación: se solicitó a Tigo-Une la ampliación de la red de fibra en tecnología GPON, última tecnología en servicio de internet, quién desde el mes de octubre realizó la conexión desde la red madre que proviene del nodo ubicado en la calle Colombia. Queda pendiente el ingreso a la copropiedad y dar suministro a nuevos locatarios o comerciantes que deseen cambiar o migrar de tecnología de cobre a tecnología GPON.</p>	

Intervención:	CIELO FALSO PLAZOLETA DE COMIDAS
Proveedor:	Concreobras
	
<p>Justificación: conscientes de que no era una solución, pero sino una necesidad de corte estético se intervino el cielo falso de la plazoleta de comidas, que ha sido fuertemente afectado por la filtración de agua que cae en la cancha de microfútbol, generando una mejora en la imagen de manera paleativa.</p>	

SEGURIDAD

El concepto de seguridad, a la par con la comodidad y los buenos precios, hacen parte de la propuesta de valor para nuestros clientes y visitantes, más teniendo en cuenta el contexto social en el que se encuentra ubicado el Centro Comercial Gran Plaza, sector que aún sigue teniendo un estigma de inseguridad, que es frecuentemente reforzado por los titulares, los medios locales y por las estadísticas oficiales, que sitúan a la comuna 10 – Centro, como la que más registra graves flagelos como el hurto, el microtráfico, la extorsión, las riñas y el homicidio. Por eso uno de nuestros pilares está centrado en crear dentro del Centro Comercial un Entorno confiable, que garantice la seguridad, tanto de visitantes como de empleados y encargados de las tiendas.

Por eso, más allá de contar con un estudio de seguridad y con un mapa de riesgos, estadísticas, verificación y valoración de los lugares más vulnerables, cada día redoblamos esfuerzos para evitar situaciones de riesgo y para atender con rapidez y eficacia cualquier eventualidad que pueda suceder; para ello contamos con el apoyo de la empresa Galaxia Seguridad que pone a nuestro servicio un equipo de guardas no sólo entrenados en destrezas específicas como la disuasión presencial, la defensa personal, el manejo de situaciones críticas, la atención en primeros auxilios, la atención de emergencias y guías de evacuación, sino que además, cuentan con un perfil definido hacia el trato con clientes y público en general.

Este año continuamos con la misma plantilla de seguridad, conformada por 8 guardas y un líder puesto que nos permiten tener un acompañamiento humano las 24 horas, labor que es acompañada por las herramientas de seguridad electrónica como cámaras de seguridad, alarmas y monitoreo remoto.

Durante el año 2019 destacamos algunos frentes de trabajo y estadísticas:

ACCIÓN:	COMITÉ INTERNO DE SEGURIDAD
Participantes:	Guardas – supervisión – auxiliares de monitoreo – personal de Aseo



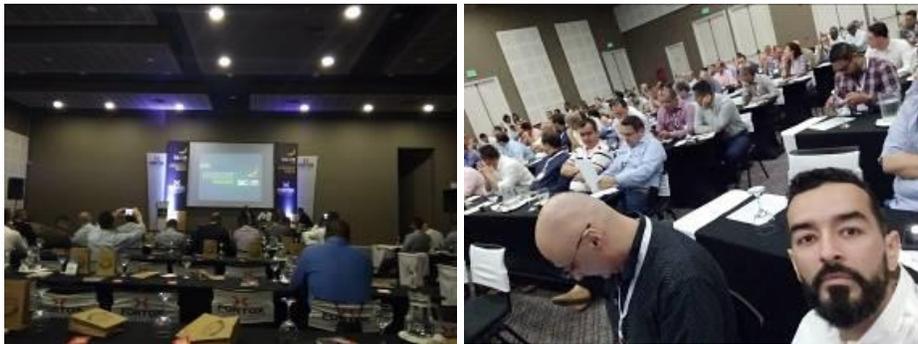
Descripción: Realizamos 11 comités de seguridad, en los que se avalúan las situaciones de vulnerabilidad presentadas durante el mes y en el que además se hace un trabajo de reconocimientos de hechos externos ocurridos en otros centros comerciales, para identificar sujetos que han participado en estos hechos y caracterizar modus operandi de bandas especializadas en el segmento comercial.

ACCIÓN:	MESA DE SEGURIDAD CENTROS COMERCIALES ALCALDÍA DE MEDELLÍN
Participantes:	Secretaría de Seguridad de Medellín, Fiscalía General de la Nación, Comandantes Policía Nacional y Jefes de Seguridad Centros Comerciales.



Descripción: es un espacio en el que se recibe información y capacitación para fortalecer la seguridad del gremio.

ACCIÓN:	GRUPO DE AYUDA MUTUA DAGRED - ALCALDIA
Participantes:	Administradores y Personal de Seguridad Centros Comerciales Sector de Guayaquil
	
<p>Descripción: Como su nombre lo indica conforma un equipo de ayuda y respuesta, capacitado y formado para tender situaciones de riesgo que se puedan presentar a nivel masivo o individual en el sector.</p>	

ACCIÓN:	PARTICIPACIÓN CONGRESO SCAN – SEGURIDAD DE CENTROS COMERCIALES
Participantes:	ACECOLOMBIA – Jefes de Seguridad Centros Comerciales a nivel nacional
	
<p>Descripción: Evento de formación de corte internacional, que esta oportunidad estuvo enfocado en la implementación del sistema integral del prevención del riesgo y el SGSST.</p>	

Acción:	INCIDENTES DE VULNERABILIDAD
Cantidad:	17 reportes



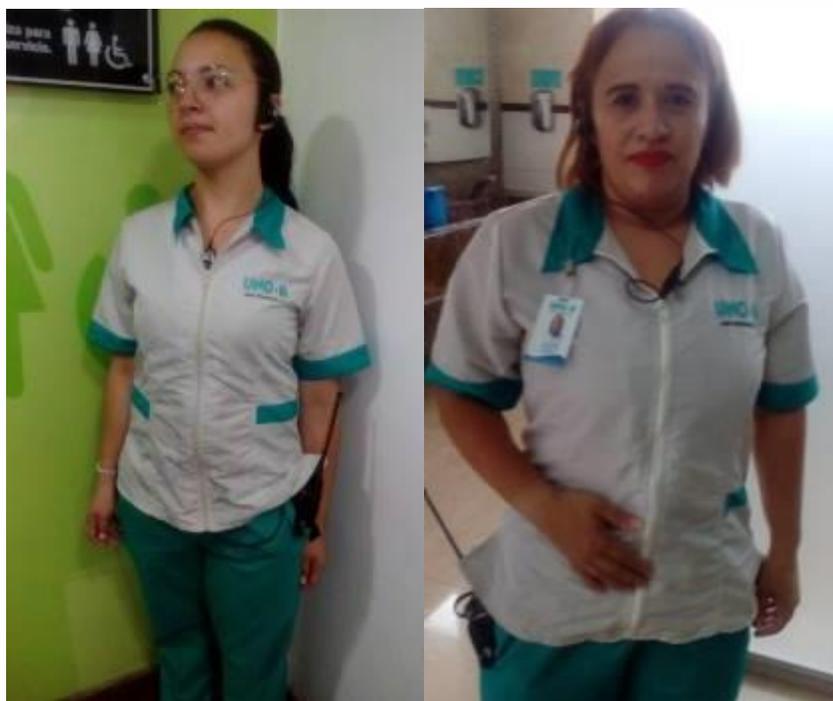
Descripción: la mayoría de los casos se presentaron bajo la técnica de escaperos y de sustracción por distracción.

ACCIÓN:	INDIVIDUALIZACIÓN DE SOSPECHOSOS
Cantidad:	4
	
<p>Descripción: estas personas fueron entregadas a las autoridades competentes, bajo los procedimientos legales para su judicialización, no obstante el porcentaje de apertura de procesos es insignificante, por falta de denuncia y por las falencias propias del sistema judicial.</p>	

ASEO

Este año nos continúa apoyando en esta gestión la Empresa UNOA, con quien tenemos 16 personas en misión dentro del centro comercial, que atienden todas las áreas de la copropiedad.

Para el 2018, reforzamos el tema de seguridad y apoyo asignándole a nuestras colaboradoras de limpieza, un radio de comunicación – Motorola DTR 620- , específicamente para el área de los baños que es una zona vulnerable.



MERCADEO

El 2018 fue un año de alta incertidumbre en el comercio: a las especulaciones e incertidumbres normales de un año en elecciones, se sumaron los golpes de las decisiones macrofinancieras tomadas en las vigencias anteriores, generando una contracción general del gasto en los hogares colombianos (ACECOLOMBIA – FENALCO). Las agremiaciones vaticinaron un periodo con un aumento en el gasto del mercado de experiencias y una reducción en las compras del retail de las categorías asociadas con el mundo de la moda, situación que vivió el comercio fuertemente en los primeros meses del año donde, por encima de la media acostumbrada, la oferta superó ampliamente a la demanda.

El panorama planteado entregó un nuevo reto a la gestión de mercadeo consistente en la generación de tráfico en tiempos frios de compra; la estrategia del centro comercial entonces, consistió en la generación de valor mediante el entretenimiento y servicios alternativos para generar diferenciales en el sector y en la categoría que sedujeran a un comprador, la mayor parte del tiempo, priorizando su gasto en productos y servicios diferentes a nuestra oferta.

Mediante el uso de las Relaciones Públicas, un estudio juicioso de la ejecución del presupuesto en medios y estrategias ejecutadas desde el sector para incentivar la llegada del público una vez más al territorio, Gran Plaza llevó a cabo la gestión de marca durante el 2018.

PLAN DE MEDIOS

Las estrategias promocionales del Centro Comercial se enfocaron en la construcción y desarrollo de un plan de medios adquirido mediante preventa a finales de 2017 en alianza con la Central Analistas de Medios, apoyado en la evaluación de los programas y contenidos contra el perfil de nuestros clientes para reunir esfuerzos en aquellos espacios informativos y de entretenimiento que nuestro público objetivo consume.

MEDIO	CADENA / CANAL	PROGRAMA	VALOR
T.V	TELEANTIOQUIA	Hora 13 Noticias: 30 Patrocinios de Sección	\$ 14.384.334
		Las Tres Gracias: 16 notas patrocinadas	\$ 21.644.643
RADIO	CARACOL RADIO	Bésame: 132 Cuñas	\$ 42.774.654
		Bésame musical: 264 cuñas	

		2 Programas Remotos Bésame 90.000 impresiones www.besame.com	
	RCN RADIO	420 cuñas protegidas en musical emisoras El Sol, Radio Uno, La Mega, Fantástica, Radio Cristal 32 publientrevistas 6 Programas Remotos 1,800 Hits en corte break	\$ 64.167.923
BTL	Positivo Group	Publicidad en 500 ascensores unidades residenciales.	\$ 19.695.244

EVENTOS Y ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN

Feria Escolar 2018 y sorteo Moto HONDA Wave 110S

A partir del 8 de enero de 2018 y hasta el 15 de febrero, se llevó a cabo la Feria Escolar, evento operado por la Papelería Álvarez, mismos proveedores que operaron la primera versión del año 2016. Durante 4 semanas, el pasillo contiguo a la calle Diazgranados, central y parte del pasillo occidental tuvieron en exhibición toda clase de mercancía para el regreso a clases. La estrategia, que busca generar tráfico en fechas comerciales difíciles como enero y febrero, generó registros por valores superiores a \$178 millones de pesos en los locales y la muestra comercial de la papelería, repartidos en 1.418 registros de clientes.

En el marco del evento, se llevó a cabo el sorteo de una motocicleta HONDA Wave 110S, producto de la alianza estratégica con el concesionario Supermotos de Antioquia, donde el concesionario entregaba la motocicleta en canje a una playa de ventas en el piso C2.



Sorteo Chevrolet Spark GT Aniversario

El 31 de enero de 2018 se llevó a cabo el sorteo del Chevrolet Spark GT de la campaña del 7mo Aniversario del Centro Comercial. El sorteo se realizó en el puesto de información del primer piso, acompañado de la emisora de RCN "El Sol" y en la presencia del Delegado de la Secretaría de Gobierno. La campaña tuvo como ganador al último preseleccionado, generó más de 7.000 registros de clientes que representaron más de \$1.228 millones en compras.



Bazar de Descuentos en Toldos

Como remate a la Feria Escolar, se llevó a cabo un Bazar de Descuentos en los pisos C1 y C2 en la modalidad de Toldos Promocionales. El evento tuvo lugar con la participación de 65 marcas y constituye la segunda versión de la actividad promocional.



Compartir nos llena de sabor

En el mes de marzo, se llevó a cabo la campaña Compartir nos llena de Sabor que consistió en la mejor excusa para introducir las nuevas mesas tipo picnic para compartir con las que fue dotado el tercer piso. El reto de la campaña consistió en generar cultura en el público para compartir las mesas y de esta manera poder atender a la mayor cantidad de comensales posibles; la estrategia utilizada fue acercar a conocidos y desconocidos mediante el juego y la táctica fueron los juegos de mesa, los comensales recibieron un juego y por participar, tenían la posibilidad de ganar premios de los restaurantes participantes.



Jornada de la Salud

En el mes de abril y durante tres días, el Centro Comercial llevó a cabo la segunda versión de la Jornada de la Salud: este evento busca entregar contenido de valor para toda la comunidad Gran Plaza en torno a las actividades de prevención y promoción de hábitos saludables.



Celebración día del Niño

El 30 de Abril el día fue para los niños. El Centro Comercial dispuso para todos nuestros clientes 4 estaciones de juegos, un inflable y una lona saltarina como paquete recreativo del día.



Un Tour de Compras por el Hueco con Héctor Garcés (Mesa de Trabajo)

En alianza con la Mesa de Trabajo de Centros Comerciales del Hueco se desarrolló una estrategia tipo sorteo amarrado a compras superiores a \$50.000 en establecimientos de los comercios asociados para los clientes visitantes del sector, además de un día de descuentos especiales para el Día de Madres. La campaña consistió en el sorteo de dos tour de compras por un millón de pesos cada uno, redimibles en los 20 Centros Comerciales participantes de la estrategia; como valor agregado al premio, las ganadoras tuvieron una asesoría en imagen guiada por el presentador de TV Héctor Garcés, actual presentador de "La Gran Noche" en Televid y expresentador del programa "Serenata" de Teleantioquia.



Mundial de Fútbol FIFA - RUSIA 2018 GRAN PLAZA CON LA TRICOLOR

Sin duda alguna, el evento del año 2018 fue el Mundial de Fútbol FIFA en Rusia 2018, para aprovechar estas fechas, Gran Plaza se puso la tricolor y llevó a cabo varias estrategias encaminadas al posicionamiento de la marca y estímulo de compra en el comercio. Todo dio inicio en la compra de una pantalla gigante de tecnología led, pitch 3,8 de 3m x 2m que fue instalada en el costado norte de la terraza de comidas, este nuevo insumo no sólo permitió ver los partidos del Mundial, sino seguir todos los sucesos deportivos siguientes como el Tour de Francia, la Vuelta a España y demás justas deportivas de carácter mundial, nacional y local.

Un espacio para todos

La zona frente a la Pantalla Gigante fue adecuada con 32m² de tapete tipo grama sintética y varios puff con relleno blando para la comodidad de todos los asistentes a los partidos.



Combo Mundialista

La campaña mundialista fue atravesada por el sorteo del Combo Mundialista que entregó, entre los compradores que registraron sus facturas superiores a \$50.000 en el Puesto de Información, un combo de TV de 58" UHD 4K, un sillón reclinable de 2 puestos, un barril de Cerveza y snacks para disfrutar en casa la final del Mundial.



Estadios Virtuales

En Gran Plaza vibramos con los partidos de la Selección Colombia, por esta razón, en alianza con RCN Radio tuvimos al equipo periodístico deportivo que comentó todos los encuentros del seleccionado colombiano remotamente desde la terraza de comidas con enlace a la transmisión nacional.



¡A madrugar con la Tricolor!

Gran Plaza fue el único Centro Comercial del sector que transmitió el partido inaugural de la Selección Colombia contra Japón. El encuentro tuvo lugar el 19 de junio de 2018 a las 7:00am. Para dicho encuentro, el gancho consistió en regalar 50 desayunos a los primeros hinchas de corazón; el resultado: se amplió el cupo a 70 desayunos por la cantidad de gente asistente a primera hora, además de tener todo el sector centro – norte de la plazoleta con toda la silletería ocupada.



Tapando Penaltis - Realidad Virtual

Como valor agregado a la estrategia, en los entretiempos de los partidos, los clientes que entregaron sus datos, mediante boleta impresa, podrían participar por órdenes de compra por valor de \$100.000 mediante un juego de realidad virtual donde, apoyados en la plataforma de Oracle y HTC, los clientes se convertían en arqueros profesionales que debían atajar tantos penaltis como pudieran.



Exposición de Camisetas "Las Leyendas de la Tricolor"

Con el Centro Comercial en modo Mundial Rusia 2018, hubo una exposición de una colección de camisetas de las grandes leyendas de la Selección Colombia. Las casacas que utilizaron en mundial las figuras del balompié nacional como "El Tino" Asprilla, "El Pibe" Valderrama, Víctor Hugo Aristizábal, Mauricio "El Chicho" Serna, Fredy Rincón y muchos más, vistieron de fútbol el primer piso permitiendo a los visitantes llevarse el recuerdo en fotografía.



Gran Plaza en Colombiamoda 2018 - Almuerzos

Gran Plaza fue el único Centro Comercial de Medellín participante como expositor en la feria Colombiamoda 2018. Para lograr la participación, la gestión consistió en el acercamiento con Inexmoda para que se permitiera el ingreso a la muestra, ya que los Centros Comerciales se encontraban vetados de la posibilidad como política de la organización del evento. Gran Plaza participó con un stand de 18m² en el Pabellón Amarillo con las marcas mayoristas ROUICE y COCOA, marcas que cumplieron con los requisitos de Inexmoda en producto y modelo de negocio. Como objetivo secundario estaba la forma de traer a este público que genera la Feria a conocer el Centro Comercial, para ello, se puso en marcha una estrategia con los locales de la terraza de comida como aliados, donde en una tarjeta de invitación, se entregó a los asistentes al stand de Gran Plaza un bono por \$10.000 para almorzar y además tenían el transporte hasta el Centro Comercial en un van contratada para llevar y traer de vuelta a los comensales. Esta estrategia trajo 101 compradores que conocieron Gran Plaza y caminaron el Centro Comercial y un retorno de \$973.000 repartidos en 17 de los 27 locales de comidas en donde se redimieron los bonos.



La Feria de las Flores se Vive en Gran Plaza

Feria de Flores 2018 tuvo un sabor tradicional en Gran Plaza. Durante la Feria, el Centro Comercial se vistió de flores y dio la bienvenida en la entrada principal con un marco y dos balcones llenos de flores, además de silletas artísticas, comerciales y dos espacios muy especiales, el primero, una silleta en forma de marco para que todos los visitantes se pudieran llevar el recuerdo de la Feria desde las zonas comunes y el segundo, una escenari con una calle, banca y una silleta artística detrás que concentraba lo más tradicional de las festividades. Alrededor de la Feria de las Flores hubo varias activaciones que permitieron dar una visibilidad superior en cuanto a posicionamiento se refiere.



Antioquia un Dulce Cuento

Paralelo a la experiencia de Feria de Flores con las Silletas, se llevó a cabo la tercera versión de dulces artesanales Antioquia un Dulce Cuento. El evento tuvo un giro social contando con 12 dulceros artesanales registrados como víctimas de violencia que salen adelante con sus productos



Sorteo Boletas Desfile de Silleteros – Nuestro Gran Plaza en el Mapa

El Centro Comercial sorteó un pase doble para asistir a las graderías del Desfile de Silleteros. Para este fin, se llevó a cabo un concurso en redes sociales que exigía a sus participantes montar una fotografía en alguno de los escenarios del Centro Comercial y hablar de las bondades de Gran Plaza. La publicación tuvo un alcance de 4.560 personas de las cuales 647 fueron orgánicas, 165 reacciones, 19 comentarios con 15 participantes que cumplieron con todas las condiciones.

Gran Plaza Centro Comercial
Publicado por Gran Plaza · 2 de agosto a las 18:04 · 48

Para participar por una invitación doble al Paseo para el Desfile de Silleteros que se realizará este domingo 12 de agosto, cumple con las siguientes reglas:

1. Dale like a nuestro fanpage
2. Monta en los comentarios de esta publicación foto en uno de nuestros espacios interiores adjunto a la #ERADILAS/LORES y cuéntanos lo que más te gusta de Gran Plaza.
3. No te olvides de etiquetarnos. Ver más

#GRANPLAZA te lleva al Desfile de Silleteros
Solo debes seguir los pasos presentes en la descripción

Resumen de la publicación

4.560	Personas alcanzadas	
165	Reacciones, comentarios y otros que se completaron	
134	112	2
No gusta	En publicación	En contenido compartido
2	2	0
No en línea	En publicación	En contenido compartido
40	23	17
Comentarios	En publicación	En contenido compartido
9	9	0
Veces que se compartió	En publicación	En contenido compartido
195	Citas en publicaciones	
23	2	110
Visualizaciones de fotos	Citas en artículos de texto	Citas de otro tipo de contenido

COMENTARIOS DESTACADOS

- 0 Cita en publicación
- 0 No me gusta esta página
- 0 Reportar como spam
- 0 Ocultar todos los comentarios

La actividad no tiene un límite de tiempo. Los comentarios se muestran según el orden de publicación de la actividad. La actividad muestra a los usuarios que interactúan según el orden de la última actividad.

Paletas “Gran Plaza” en Feria de Flores

Para acompañar los eventos de la Feria, Gran Plaza tuvo una tradicional zona de “refresquería” que consistió en un carrito de paletas de agua y un equipo que repartió producto para los asistentes a los eventos bajo el sol.



Desfile Chivas y Flores

En alianza con la Mesa de Trabajo de los Centros Comerciales del Hueco, Gran Plaza participó en el Desfile Tradicional de Chivas y Flores. Dentro de la contratación, el Centro Comercial tuvo un espacio en las graderías para entregar un souvenir: este espacio fue utilizado para regalar a los asistentes paletas de agua saborizadas para el calor con el logo



Gran Plaza es tu #AmigoSecreto

En el mes de septiembre Gran Plaza aplicó una estrategia de sorteos al instante aprovechando el juego tradicional del Amigo Secreto y las "endulzadas". Por compras superiores a \$30.000 registradas en el puesto de información, los clientes tuvieron la oportunidad de participar por una endulzada. Se entregaron 250 endulzadas y se registraron compras en Gran Plaza por más de \$45 millones.



Lectura y dedicatoria de poemas de la Biblioteca EPM

En alianza con la Biblioteca EPM se llevó a cabo una dedicatoria de poemas por teléfono. La activación consistió en la instalación de un stand donde se encontraban colgando del techo unas sombrillas, de estas a su vez, unos poemas con varias temáticas, los cuales podían ser dedicados a quien el cliente quisiera por medio de una llamada telefónica.



Amor y Amistad se vive en El Huevo

En alianza con la Mesa de Trabajo de Administradores de los Centros Comerciales del Huevo, se realizó una actividad promocional a razón del Día del Amor y la Amistad (16 de septiembre), este día, los comerciantes de Gran Plaza junto con los agregados a la estrategia del sector, salieron a promociones especiales y tuvieron difusión BTL con un carro valla que recorrió 4 comunas de la ciudad en 7 días.



El Circo se toma Gran Plaza en Halloween

En el mes de octubre, el Centro Comercial tuvo la magia del circo como escenario interactivo del segundo piso. En este lugar, un telón y juegos de puntería invitaron a grandes y pequeños a jugar con la marca.



Feria de Belleza 2018

En octubre se llevó a cabo la segunda versión de la Feria de Belleza en los pasillos del Centro Comercial. Durante 3 días, se comercializaron productos de la categoría maquillaje y cuidado de piel, además de vivir varias activaciones de marca con beneficios desde asesoría de imagen hasta cortes de cabello y barba gratuitos. La

iniciativa nace de la oportunidad de generar contenido asociado al mundo de los disfraces en una época donde el consumidor de gran plaza sólo encuentra en el mercado productos orientados al Halloween



Halloween Gran Plaza

El próximo 31 de octubre el Centro Comercial se prepara para recibir a todo el público de Halloween. Para este día, Gran Plaza contará con 7 bases de juego en donde los niños, en compañía de sus padres, podrán participar de la aventura reclamando gratuitamente un pasaporte en el puesto de información, el cual tiene 7 espacios para ser sellados en cada base, al final, quienes cumplan con la misión completa, recibirán un premio a su constancia luego de haber hecho un recorrido por todo el Centro Comercial.



Navidad Gran Plaza

Con un concepto desarrollado inhouse, la navidad se vivió en Gran Plaza llena de color y bosque. Las zonas comunes fueron decoradas con árboles en vejuco y piñas, las paredes iluminadas y el segundo piso recibió una casa de muñecas con un columpio que sirvieron de escenario para clientes y artistas. Dentro de las actividades gancho a ventas y tráfico estuvieron:



Sorteo 7mo Aniversario Gran Plaza

Esta vez, el premio fue un Chevrolet Spark GT sorteado entre los clientes que hicieran sus compras del mes de noviembre de 2018 hasta enero de 2019. Por segundo año consecutivo, el sorteo sacó 4 preseleccionados en los 3 meses de la campaña. La dinámica de sorteo consistió en repartir a los ganadores 4 llaves similares, sólo 1 abre las puertas del vehículo.



Sorteo Motocicleta HONDA DIO STD Mesa de Trabajo CC del Hueco

En compañía de 17 Centros Comerciales del Sector del Hueco, se llevó a cabo el sorteo de una motocicleta HONDA DIO STD. En este sorteo, los clientes recibieron una boleta física cada \$50.000 en compras. Por cada uno de los Centros Comerciales vinculados hubo un ganador, mismo que se presentó al evento final, en donde los finalistas tuvieron la oportunidad de escoger una llave para intentar prender la motocicleta.



Fiesta de los Empleados

Con gran éxito tuvo lugar la Fiesta de los Empleados 2018. En esta ocasión, teniendo en cuenta la realidad del sector en esta fecha, donde la gran mayoría de los establecimientos invitan al personal de los locales de otros centros comerciales, la Fiesta de los Empleados fue abierta a los establecimientos del Sector del Hueco, contando con una participación de 7 Centros Comerciales. En esta velada, tuvimos la participación de la reconocida orquesta El Tropicombo, seguida de 26 rifas de productos patrocinados por las marcas asistentes al evento y el gran sorteo de una motocicleta HONDA DIO STD.



Toldos Viernes Negro Extendido

Con un aumento del registro de facturas en el puesto de información del 14,89% se llevó a cabo la estrategia de toldos en el Viernes Negro Extendido. En la actividad se ubicaron toldos frente a 61 locales con mercancía en promoción. Esta estrategia se conjugó con el primer domingo de apertura en Gran Plaza.



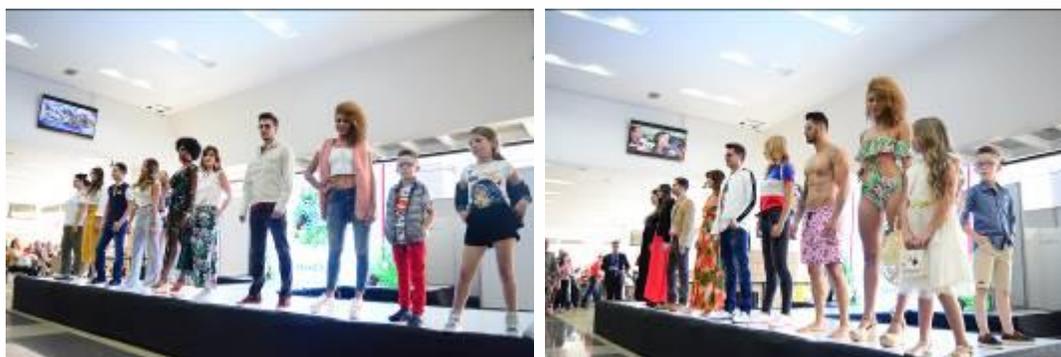
Firma de Autógrafos Alzate "Papá"

El pasado jueves 22 de noviembre estuvo en una firma de autógrafos el artista de música urbana Alzate "Papá". El artista acudió a la cita como bonificación al Centro Comercial por parte de RCN y durante una hora y media compartió con clientes y fans coreando sus éxitos y firmando autógrafos. La actividad fue acompañada con un programa remoto de Radio Uno.



Desfile Hola Navidad

El pasado viernes 30 de noviembre se llevó a cabo el desfile de bienvenida a navidad de Gran Plaza. Durante una hora, más de 30 marcas mostraron a los clientes en la terraza de comidas las prendas que estarán vendiendo durante la temporada navideña.



Programación Musicales de Navidad 2018

En la generación de contenidos artísticos acordes con la temporada, se realizarán en el mes de diciembre 3 fechas con intervenciones musicales en Gran Plaza de la mano de artistas de la ciudad.



Ilumina la Navidad con Gran Plaza: Entrega Farolitos

Como es costumbre, este 7 de diciembre se entregará en las instalaciones del Centro Comercial los farolitos del día de las velitas. El desarrollo del evento consiste en entregar a clientes un farolito para que iluminen la navidad con Gran Plaza.



Un empaque especial en Gran Plaza: Bolsa Corporativa

Como parte de la estrategia de posicionamiento de marca, el Centro Comercial ha sacado una nueva bolsa corporativa, de material ecológico que entregará en la temporada navideña a los clientes que registren compras superiores a \$50.000. La bolsa, que tiene una capacidad de 15 kg, busca mostrar la marca por todo el sector en la temporada más alta.



Stand Empaque de Regalos

Como es costumbre, la estrategia de valores agregados a clientes en diciembre tendrá, del 1 al 24 un stand de empaque de regalos, donde por compras superiores a \$30.000 tendrán la posibilidad de empacar gratuitamente 1 regalo y así entregar una solución práctica al problema que implica el tiempo en la temporada de aguinaldos.



Celebración días especiales

Día de la mujer, niño, secretaria, vendedores, contadores, abogados, administradores, mensajeros, comunicadores, periodistas



BODEGAZO

Durante el año se realizaron la séptima y octava versión del Bodegazo en los meses de mayo y noviembre. El contenido alternativo como los premios al instante con la Ruleta de la Suerte, los programas remotos radiales y la mezcla de la categoría hogar en la muestra continuaron siendo elementos de valor para el cliente del evento. Bodegazo fue ocupado por 61 marcas entre las dos versiones, tiene un índice de reincidencia de participación de un 87% (marcas que han estado y vuelven al evento) y cumple con la expectativa de ventas del 72% de los participantes. Asistieron en total 15.660 clientes (5.601 en Junio y 10.059 en Noviembre) de los cuales el 59% declaró haber hecho compras superiores a \$100.000; los eventos tuvieron transacciones registradas por más de \$500 millones de pesos. Bodegazo sigue siendo el evento mejor posicionado del Centro Comercial en la medida en la que ha sido mejorado en cada versión desde el punto de vista técnico, de diseño, ventilación e iluminación; el tráfico que genera es aprovechado también en los pisos comerciales, toda vez que la ocupación peatonal del Centro Comercial se ve aumentada durante los días de promoción.



Ticket Express: A la venta en el Puesto de Información.

En 2018 se llevó a cabo una alianza estratégica con la compañía Ticket Express para ubicar un punto de venta de boletería de eventos de ciudad en el Puesto de Información. A partir del mes de abril es posible adquirir la boletería para cualquier evento a cargo de esta compañía en el Puesto de Información del primer piso pagando con cualquier medio de pago.



Gran Plaza Social: Un lugar de Esperanza

En el 2018, Gran Plaza dio inicio a un programa social dirigido a la primera infancia. De la mano de la fundación de voluntarios Juguemos en el Bosque el Centro Comercial ha recibido 4 fundaciones a través de los meses, cada una ha disfrutado de una tarde de cine en la pantalla gigante de la terraza de comidas. Estos espacios se enlazan con la actividad de educación social mediante el juego y la construcción de valores a través de la recompensa psicológica.

De otro lado, en alianza con Red Humana Gran Plaza continúa como punto de captación de sangre para la Red de Hospitales del Departamento de Antioquia.



Servicio de renovación de Matrícula Mercantil – Cámara de Comercio

Durante el 2017, en alianza con la Cámara de Comercio, el Centro Comercial contó con un stand que prestaba el servicio de renovación de la matrícula mercantil, entre otros ofrecidos por el organismo. El stand estuvo de marzo a noviembre por 3 días de la última semana de cada mes.

REDES SOCIALES

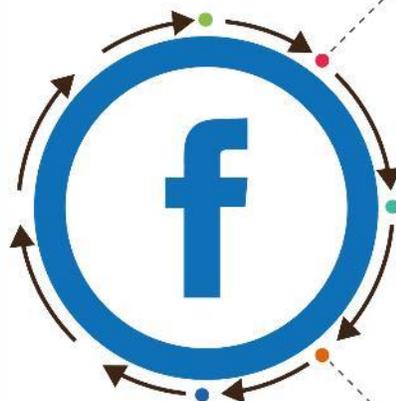
FACEBOOK



Fans: 15.997

Total Fans 27 de abril 2018: 15.167
Total Fans 31 de diciembre 2018: 15.997
Total Fans conseguidos: 830

CRECIMIENTO DE FANS: 5,18%



Alcance: 380.965

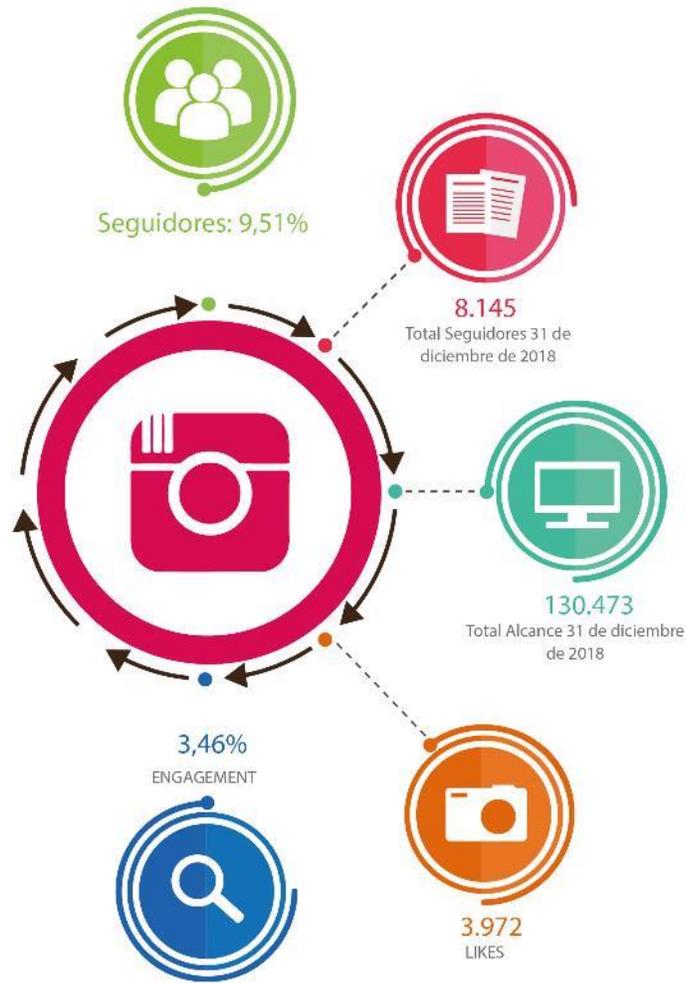
CLICKS PUBLICACIÓN: 15.690
Reacciones: 9.543
Compartido: 1.030
Comentarios: 4.615
Publicaciones Realizadas: 258

ENGAGEMENT: 8,10%



GRAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL

INSTAGRAM



GRAN PLAZA
CENTRO COMERCIAL

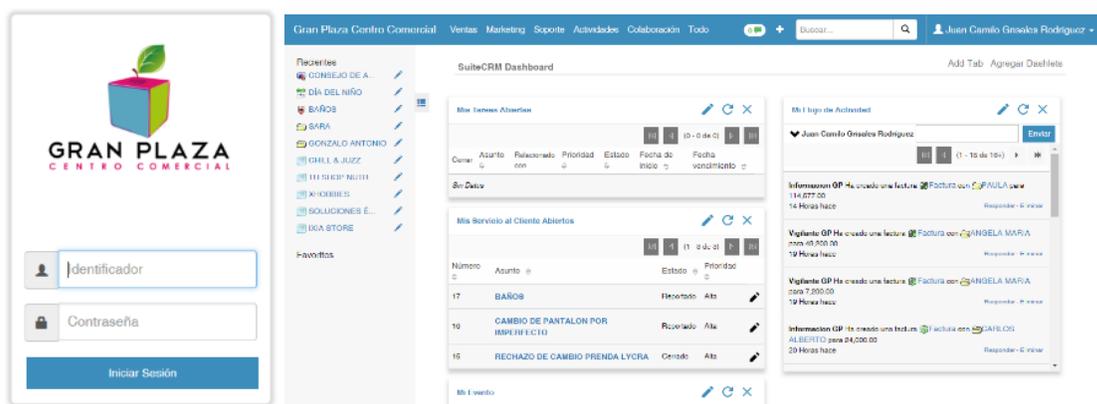
Activaciones Web

En el 2018 el Centro Comercial aumentó el contenido interactivo del Centro Comercial en Redes Sociales con el fin de generar mayor engagement en el público existente, así como aumentar el número de seguidores. La estrategia durante el año consistió en los sorteos asociados al uso de las zonas comunes o a la interacción con la publicación. También se intensificó la participación en campañas de corte ciudad y país para generar presencia en el mundo digital.



Implementación CRM

Luego de deliberar en el Comité de Mercadeo el tema de la implementación del CRM con 5 proponentes distintos, se iniciaron labores con la empresa IATECH, encargados del desarrollo a la medida del software CRM para el Centro Comercial. El nuevo programa permite generar una administración del contenido minucioso, realizar registro de facturas para hacer sorteos, manejar PQR de manera digital optimizando los tiempos de respuesta, hacer envíos de correo masivo, controlar de manera segura y acorde a la legislación el almacenamiento de los datos de los clientes del Centro Comercial y optimizar el servicio desde el puesto de información. El almacenamiento del Big Data de Gran Plaza es almacenado en la nube y no depende de equipos para su consulta.



SORTEOS

Durante el año, el Centro Comercial utilizó la estrategia de sorteos que atravesaron tiempo y campañas con el fin de captar base de datos y conseguir nuevos clientes. Durante el año el Gran Plaza sorteó:

PREMIO	CAMPAÑA	MODALIDAD
Moto Honda DIO STD	Feria Escolar – Enero	Registro de facturas en puesto de información por valores superiores a \$30.000
Combo Mundialista: TV 58”, Mueble Reclinable y accesorios	Campaña Madres, Padres y Mundial – Mayo a Julio	Registro de facturas en puesto de información por valores superiores a \$50.000
Polla Mundialista Empleados: Viaje para 2 Hotel Las Ardillas Santa Fé de Antioquia y 2 Bonos Regalo de \$100.000	Campaña Mundialista <i>Endomarketing</i> – Junio a Julio	Diligenciamiento de formato Polla Mundialista.
Polla Mundialista Clientes Mesa de Trabajo: TV 58”	Campaña Mundialista	Registro de facturas con valores superiores a \$50.000 y diligenciamiento del formato Polla Mundialista. Campaña Mesa de Trabajo
Chevrolet Spark GT MCM HATCHBACK	Aniversario – Noviembre a Enero 2019	Registro de facturas en puesto de información por valores superiores a \$50.000
Moto HONDA DIO STD	Navidad	Registro de facturas en puesto de información por valores superiores a \$50.000. Campaña Mesa de Trabajo

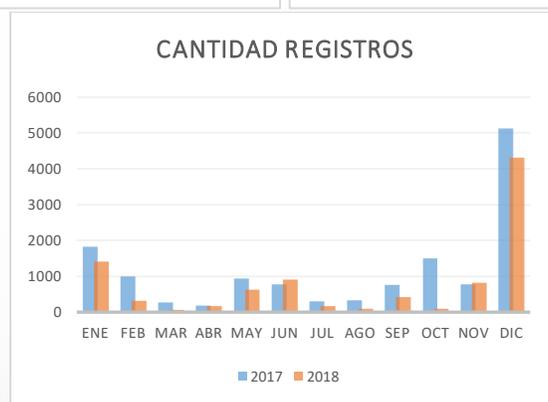
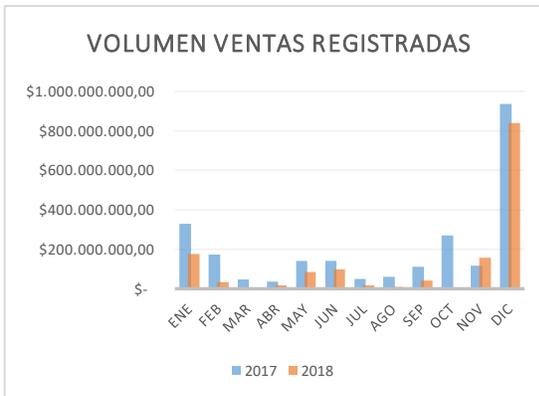
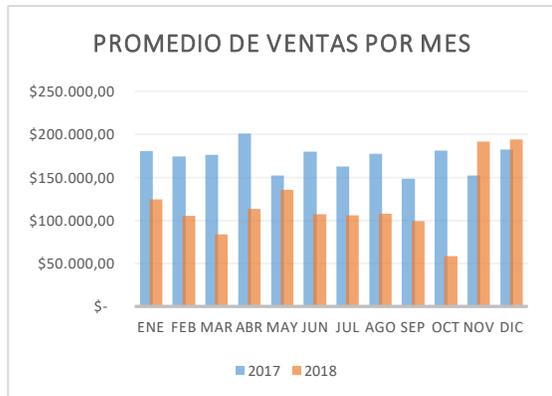
BASE DE DATOS

El año cierra con un total de 15.041 que representa un decrecimiento del 54,2% en clientes registrados en nuestro CRM (12.724 clientes menos comparado con el reporte del año 2017) como resultado de la depuración de clientes registrados en los sistemas anteriores cuyo uso de datos no está autorizado a utilizar conforme la ley

Como datos relevantes del segmento se encuentra:

- La masa poblacional registrada se encuentra en las comunas de la 1 a la 10 en un segmento medio – bajo
- El 3% de nuestros clientes viven en el área metropolitana y algunos en pueblos cercanos a Medellín (Santuario, Guarne, Barbosa, Copacabana, Fredonia, etc.)

TOTAL CLIENTES BASE DE DATOS	15.041
EDAD PROMEDIO	43,16
GÉNERO FEMENINO	11.565 – 76,89%
GÉNERO MASCULINO	3.476 20 – 23,11%
PROMEDIO DE GASTO 2018	\$118.851



MAGAZINE VIRTUAL

La estrategia de generación de contenidos digitales, apoyada en el Magazine Virtual llevó a cabo 6 ediciones durante el 2018. Con la participación de 21 marcas, este año tuvo un giro a la interactividad y la inclusión de nuestros clientes y empleados generando ediciones con modelos escogidos entre el personal que habita día a día Gran Plaza. Con la editorial se generaron 1.135 visitas únicas desde la página web.



PLANEADOR "Habitar el Centro"

El 2018 se despide en Gran Plaza con "Habitar el Centro" un planeador orientado a los 12 oficios más tradicionales del sector que fue entregado a propietarios, locales, bodegas y proveedores para iniciar el 2019 con la cuota de arte de la mano de Gran Plaza.



OCUPACIÓN A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

Al corte de febrero de 2019, el Centro Comercial contó con una ocupación en los pisos comerciales del 96% las siguientes son los locales en gestión de arriendo o venta.

INMUEBLE	MARCA QUE SE FUE	GESTIÓN
1035	CLARO	Local en gestión de arriendo o venta
1055	IXIA STORE	Local en gestión de arriendo
1109 - 1111	RUA MILLER	Local arrendado para ocupar en abril 2019
1171	PAPELERÍA	Local arrendado para ocupar en abril 2019
2203 – 2207	BATA	Local ocupado por temporada con remates
2125	BRHILO	Local en gestión de arriendo
B-911A	TOOCAN ELECT.	Oficina disponible ocupada con mercancía
B-1307	ZABBA	Oficina arrendada en febrero de 2019
B-1115 – B-1113	VERDEAGUA	Oficina ocupada en febrero de 2019.

Durante el año 2018, la zona comercial tuvo un promedio de ocupación del 91% teniendo como momento de máxima ocupación diciembre con el 96% de los locales ocupados y el mes de abril con el 87%. como el momento de mayor desocupación. Al corte de Diciembre de 2017, las Bodegas contaron con una ocupación del 96% con un mercado fluctuante en los meses de diciembre con la mayor ocupación y julio con menor.

CAPACITACIONES

En 2018, Gran Plaza dio continuidad al Plan de Capacitaciones tanto para el personal administrativo, como para la fuerza de ventas. El programa contó con 3 módulos de conocimiento: Desarrollo Personal, Mercadeo y Ventas y Seguridad. También se asistió a capacitaciones del sector comercio de actualización de conocimientos y trabajo en red con el fin de integrarse en la categoría con el resto de Centros Comerciales para socializar soluciones, alternativas y formas asertivas de tomar situaciones desde la experiencia a nivel nacional e internacional, así como las reuniones asociativas del sector a nivel local.

CAPACITACIÓN	FECHA	MÓDULO	PÚBLICO
Seguridad en el Punto de Venta SIJIN	1/03/2018	Actualización y Sector	Admon/Comercio
Seres de Excelencia	29/08/2018	Desarrollo Personal	Admon/Comercio
Comunicación Asertiva	30/08/2018	Desarrollo Personal	Admon/Comercio
Gestión Documental – Archivo	17 – 21 /09/2018	Administrativo	Admon/Comercio
Políticas de Garantía	19/09/2018	Mercadeo y Ventas	Admon/Comercio
Momentos de Verdad / Cciones	20/09/2018	Mercadeo y Ventas	Admon/Comercio
Estilos de Vida Saludable	4/10/2018	Desarrollo Personal	Admon/Comercio
Reconocimiento Familia de Billetes	28/11/2018	Seguridad	Admon/Comercio
Seguridad en el Punto de Venta	29/11/2019	Seguridad	Admon/Comercio
EPICCA – ACECOLOMBIA	12 y 13/04/2018	Actualización y Sector	Admon
MARCCA – ACECOLOMBIA	7 y 8/06/2018	Actualización y Sector	Admon
OPPERA – ACECOLOMBIA	15, 16 y 17/08/2018	Actualización y Sector	Admon

ARRIENDO ZONAS COMUNES

Durante el año, el Centro Comercial tuvo varias marcas comercializando productos y servicios en las zonas comunes producto del ejercicio de búsqueda de clientes por parte de la administración para ampliar la mezcla dentro del edificio. La comercialización de Zonas Comunes permite aumentar la oferta de productos y servicios para nuestros clientes, además de generar unos recursos importantes para el funcionamiento de la copropiedad. Cabe aclarar que la condición básica para que una marca pueda entrar a esta modalidad de negocio dentro de Gran Plaza, es que no genere competencia directa a los locales. En 2017 también se inició la comercialización de publicidad en zonas comunes. El siguiente es el resumen del ejercicio:

MARCA	FECHA DE INICIO	FECHA FIN	VALOR CONTRATADO
PAPELERÍA ÁLVAREZ	08/01/2018	16/02/2018	\$7.563.025
CONFIAR	15/03/2018	16/03/2018	\$250.000
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA	01/12/2017	31/05/2018	\$7.882.353 + IVA
4E – FERIA DEL TALENTO COMUNA 10	05/06/2018	09/06/2018	\$12.605.025 + IVA
4E – FONDO NACIONAL DEL AHORRO	19/10/2018	20/10/2018	\$500.000 + IVA
AUTOLARTE	05/10/2016	31/09/2019	\$2.400.000 + IVA
SNAP OBLEAS	01/06/2017	30/05/2019	\$1.500.000 + IVA
BTL COLOMBIA (PASSIÓN COLOMBIA)	19/04/2017	19/02/2018	\$1.000.000 + IVA
RASPA2	26/01/2018	30/06/2019	\$1.500.000 + IVA
JAIME URIBE CARVAJAL (LOS POSTRES DE TOÑO)	01/08/2017	31/01/2018	\$1.300.000 + IVA
NEW TRIP	23/03/2017	22/03/2018	\$1.500.000 + IVA
JIANGLING MOTORS S.A.S	26/04/2018	28/04/2018	\$1.320.000 + IVA
YOM YOM	07/05/2018	06/05/2019	\$1.500.000 + IVA

YAMAHA	16/04/2018	15/05/2018	\$1.500.000 + IVA
AVANCES COMUNICACIONES	27/02/2018	26/08/2018	\$1.500.000 + IVA
AVANTEL	01/08/2018	31/07/2019	\$1.500.000 + IVA
TIGO UNE	10/04/2017	09/04/2019	\$2.200.000 + IVA
GRANIZA2	15/03/2018	14/06/2018	\$1.300.000 + IVA
TOUR VACATIONS HOTELES AZUL	23/03/2017	22/09/2019	\$1.500.000 + IVA
CAR KEY SOLUTIONS	28/09/2017	30/07/2018	\$1.176.471 + IVA
DULCE CHURRO	17/08/2018	16/09/2018	\$1.000.000 + IVA
TU CIUDAD EN RED	1/11/2018	30/04/2019	\$2.000.000 + IVA
JUAN DAVID TAMAYO (FROZEN ROLLS)	01/08/2017	31/01/2018	1.300.000 + IVA
SERVIMERCADEO (DIRECT TV)	15/03/2017	14/09/2019	\$1.500.000 + IVA
AREPITAS	27/11/2018	26/05/2019	\$2.200.000 + IVA
I LOVE CHELADAS	08/12/2018	07/06/2019	\$2.200.000 + IVA
COMCEL ANTENA	01/04/2015	31/03/2025	\$3.579.371 + IVA
CAJEROS BANCOLOMBIA	01/11/2012	31/10/2022	\$1.993.972 + IVA
CAJERO DAVIVIENDA	01/11/2012	31/10/2022	\$954.498 + IVA
CAJERO BBVA	01/11/2012	31/10/2022	\$977.778 + IVA
CAJERO SEVIBANCA	01/04/2018	31/03/2019	\$1.200.000 + IVA
PUBLICIDAD			
MARLON ESTIBEN SERNA (HD ÓPTICAS)	01/12/2017	31/03/2019	\$504.202 + IVA
POMARROSA	01/09/2018	01/12/2018	\$1.093.500 + IVA
FNA - FONDO NACIONAL DEL AHORRO	19/10/2018	18/11/2019	\$700.000 + IVA

EJECUCIÓN DE PROYECTOS ESPECIALES 2018

PROYECTO/OBRA	PROVEEDOR	COSTO	ESTADO
Mesas Barras y Butacos Zona de Comidas	Arkimuebles	44.000.000	Terminado
Pantalla Led Gigante	Smart Led	44.000.000	Terminado
Impermeabilización Terrazas P. 9-13	Obras Técnicas MC	28.149.644	Terminado
Instalación de Contadores y Habilitación Energía P.3	Ilux Ingeniería	25.031.423	Terminado
Sellamiento vidrios fachada y lavada	Obras Técnicas MC	42.191.950	En ejecución
Jardín Vertical - Externo (alucobond)	OTC	27.667.500	En ejecución
Instalación Parasoles Externos Eléctricos	Inversol	38.700.000	Terminado
Pintura parqueadero sótano	Pintufresch	7.248.766	Terminado
Reemplazo puerta # 2	Construmetalicas	22.799.210	Terminado
Cambio Tapetes Entradas Peatonales	Tapetes Y Pisos	4.156.818	Terminado
Avisos fachada adicional (2)	Difusion Creativa	21.182.000	Terminado
Vestier personal aseo y vigilancia	Mas Activo	11.993.855	Terminado
Rediseño Página Web	Otra Forma Cciones	4.760.000	En ejecución

321.881.166

Proyecto:	REPOSICIÓN MESAS Y SILLAS TERRAZA DE COMIDAS
Proveedor:	Arkimuebles
Costo:	\$ 44.000.000





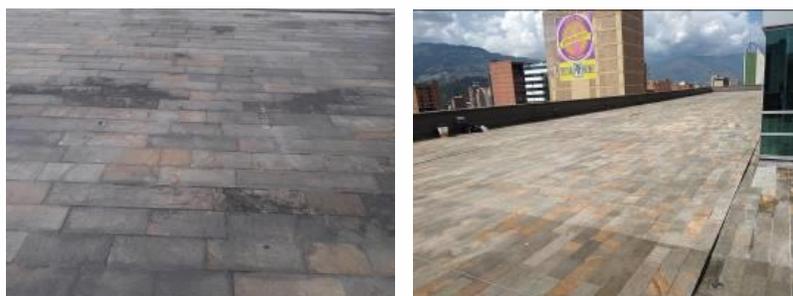
Descripción: a inicios del 2018 se instalaron las nuevas sillas y mesas tipo picnic y dos barras con 32 butacas, con el fin de ir reemplazando gradualmente las sillas que se han venido dañando y optimizar el espacio y generar mas puestos disponibles para los comensales.

Proyecto:	ADQUISICIÓN PANTALLA GIGANTE
Proveedor:	Smart Led
Costo:	\$ 44.000.000



Descripción: se realizó esta inversión previa al inicio del mundial de futbol, teniendo en cuenta que por la duración del evento deportivo, el costo del alquiler era muy alto. Adquisición de esta pantalla de 2*3, fue muy bien aprovechada durante el certamen deportivo y ha generado nuevos espacios de entretenimiento e interacción para los clientes.

Proyecto:	IMPERMEABILIZACIÓN TERRAZA PISO 9 Y 140
Proveedor:	Obras Técnica MC
Costo:	\$ 28.149.644



Descripción: Es una labor de mantenimiento preventivo y correctivo, con el fin de hacer el reselle de las juntas, lavar con hidrofugo el área , prevenir y solucionar filtraciones y recuperar la funcionalidad y estética del espacio

Proyecto:	<u>CAMBIO DE LOGOS EN FACHADAS SECTOR SUR Y ORIENTAL.</u>
Proveedor:	Difusión Creativa
Costo:	\$ 6.500.000



Descripción: Los logos que están permanentemente a la intemperie nunca habían sido cambiados y las intervenciones de lavado no habían mejorado su aspecto, por lo que se realizó el cambio.

Proyecto:	ACOMETIDA ELECTRICA E INSTALACIÓN DE GABINETE DE MEDIDORES DE ENERGIA ZONAS COMUNES
Proveedor:	Ilux Ingenieria
Costo:	\$ 25.031.423



Descripción: Teniendo en cuenta las demandas de energía adicionales que se han generado con la ubicación de algunas zonas comunes, se hizo necesario realizar una habilitación de energía independiente y que permita generar un recaudo específico sobre el consumo de cada una de ellas, sin sobrecargar el sistema del resto de la copropiedad.

Proyecto:	SELLAMIENTO FACHADA DE VIDRIO
Proveedor:	Obras Técnicas MC
Costo:	\$ 42.191.950



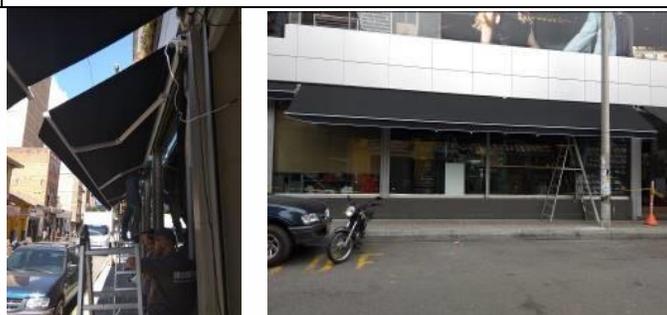
Descripción: Adicional a la intervención anual de lavada de la fachada dura y flotante del centro comercial y teniendo en cuenta que durante algunos aguaceros se había presentado filtraciones hacia el interior de las bodegas por las ventas, se llevó a cabo el sellamiento de toda la fachada flotante (vidrio)

Proyecto:	RETIRO DEL JARDÍN VERTICAL POR LAMINA DE ALUCUBOM
Proveedor:	OTC
Costo:	\$ 27.667.500



Descripción: Como quedó aprobado en la Asamblea del año anterior, durante un periodo del año se le hizo seguimiento al tema del jardín vertical, inicialmente buscando su recuperación, pero el mantenimiento de la zona implicada un costo fijo muy alto, comparado con un poco a nulo retorno en favor para la copropiedad, por lo que después de analizadas varias opciones para su reemplazo, se optó por reemplazarlo por láminas de alucubom, que son el mismo material en que está forrada parte de la fachada del centro comercial, garantizando la estética y funcionalidad de esta zona.

Proyecto:	INSTALACION DE PARASOLES ELÉCTRICOS SOBRE COSTADO OCCIDENTAL
Proveedor:	Inversol
Costo:	\$ 38.700.000

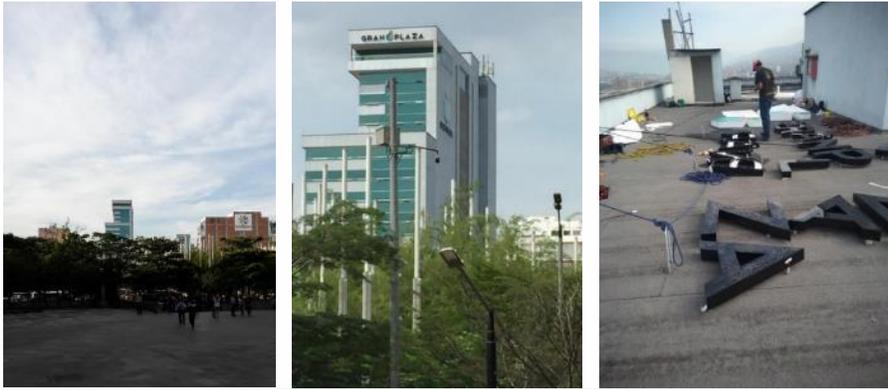


Descripción: se contrató la instalación de parasoles eléctricos sobre la fachada baja del costado occidental, en la carrea 53A, de esta manera se genera una mejor oportunidad de vitrinismo para los comerciantes y para la imagen del centro comercial, pues las persianas permanecían cerradas por el impacto del poniente, Estamos en la tarea con los locatarios para que sobre este costado se conserve una visual agradable que invite a la compra.

Proyecto:	PINTURA SÓTANO + PINTURA RAMPA
Proveedor:	Pintufresh
Costo:	\$ 7.248.766
	
<p>Descripción: Pintura de las paredes del sótano en donde se encuentra el área de parqueaderos privados del centro comercial</p>	

Proyecto:	CAMBIO PUERTA N° 2
Proveedor:	Construmetalicas
Costo:	\$ 22.799.210
	
<p>Descripción: De manera gradual, cada año se han venido reemplazando las puertas de los accesos externos que eran un material acrílico, por puertas de lámina reforzada, que ofrece unas mejores condiciones de seguridad, más teniendo en cuenta que nos encontramos ubicados en una zona de constantes manifestaciones, que fácilmente pueden terminar en alteraciones del orden público</p>	

Proyecto:	CAMBIO TAPETES ENTRADAS PEATONALES
Proveedor:	PISOS Y TAPETES
Costo:	\$ 4.156.818
	
<p>Descripción: Se llevó a cabo la reposición de los tapetes atrapamugre de los 5 ingresos peatonales del primer piso con la compañía Tapetes y Pisos.</p>	

Proyecto:	INSTALACION DOS AVISOS EN FACHAS DINTEL PISO 18
Proveedor:	Difusión Creativa
Costo:	\$ 21.182.000
	
<p>Descripción: Se había identificado una necesidad de mejorar la visibilidad de la marca del centro comercial desde puntos estratégicos como la Alpujarra y por eso se instalaron dos avisos en el costado sur y occidental sobre el dintel del piso 18.</p>	

Proyecto:	ADECUACIÓN NUEVO VESTIER PERSONAL DE VIGILANCIA Y ASEO
Proveedor:	MAS ACTIVO
Costo:	\$ 11.993.855



Descripción: Acatando las recomendaciones desde el SG-SST (Sistema de gestión, seguridad y salud en el trabajo) por el riesgo que genera el desplazamiento por rampa vehicular y parqueadero piso 4 y con el deseo de mejorar las condiciones de trabajo y bienestar de nuestros colaboradores de seguridad física y limpieza, se logró adecuar uno de los cuartos útiles de la copropiedad, el cual servía a la administración, como pequeña bodega de artículos de aseo, publicidad y demás. Las dos empresas contratistas están aportando para la dotación del espacio.

Proyecto:	REDISEÑO PÁGINA WEB
Proveedor:	Otra Forma comunicaciones
Costo:	\$ 4.760.000



Descripción: se hacía necesario hacer este rediseño para tener una página más amigable, sobre todo para la visualización en equipos móviles. Se generaron nuevos contenidos más dinámicos y se incluyó un micrositio para propietarios, en donde podrán encontrar información de interés y reglamentaria y que más adelante estará vinculada con el botón de pagos. La página está al aire desde el 13 de marzo de 2019.

