



**ICSC**

Global  
Awards  
Latin America  
& Caribbean

Reglas del Concurso

# Latin America & Caribbean Shopping Center Awards

Fecha límite de inscripción: 11 de septiembre del 2019

[www.icsc.org/latinawards](http://www.icsc.org/latinawards)



TABLA DE CONTENIDO

CONDICIONES Y REQUISITOS PARA PARTICIPAR .....	3
PROCESO DE SELECCIÓN .....	5
CÓMO PARTICIPAR.....	6
CATEGORÍA NO. UNO: Mercadotecnia.....	7
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.....	8
CATEGORÍA NO. DOS: Diseño y Desarrollo .....	13
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.....	14
CATEGORÍA NO. TRES: Retail .....	21
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.....	22

## CONDICIONES Y REQUISITOS PARA PARTICIPAR

Los Premios ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards están diseñados para galardonar el logro excepcional en mercadotecnia, diseño y desarrollo de la propiedad comercial. Los ganadores calificarán automáticamente para el programa de Premios ICSC Best of the Best Global VIVA (Visión, Innovación, Valor y Alcance/logro).

Revise detalladamente esta información para asegurarse de que usted sea apto para concursar y conozca los requisitos de participación.

### ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

Propietarios de centros comerciales, constructores, compañías administrativas, arquitectos, diseñadores y minoristas. A pesar de que el trabajo de agencias publicitarias, empresas de consultoría y otras compañías de apoyo dentro de la industria es bienvenido, todos los concursantes de la categoría de Mercadotecnia deben inscribirse mediante un centro comercial y/o el propietario, constructor y/o empresa administrativa de cualquier centro comercial reconocido. La categoría de Diseño y Desarrollo está abierta a constructores y arquitectos. En la categoría de Retail, los concursantes deben ser minoristas, arquitectos o empresas de diseño.

### ¿CÓMO COMPLETAR LA INSCRIPCIÓN?

Todas las inscripciones para los Premios ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards 2019 deben hacerse a través de la página [www.icsc.org/latinawards](http://www.icsc.org/latinawards).

Cada inscripción debe incluir un formulario completamente llenado. Los materiales adicionales de apoyo deben incluirse en las secciones indicadas.

### FECHA LÍMITE DE INSCRIPCIÓN

Todas las inscripciones deben completarse para ser evaluadas antes del **miércoles 11 de septiembre del 2019**.

### COSTO DE INSCRIPCIÓN

\$495 U.S. dólares por cada inscripción para miembros

\$595 U.S. dólares por cada inscripción para quienes no son miembros

El pago de la inscripción debe hacerse con tarjeta de crédito antes del **miércoles 11 de septiembre del 2019**.

### PROYECTOS ADMITIDOS

**Mercadotecnia:** programas implementados entre el 1 de enero del 2018 y el 30 de junio de 2019.

**Diseño y Desarrollo:** proyectos iniciados entre el 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018.

**Retail:** proyectos iniciados entre el 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018.

## **DECISIONES FINALES**

El comité de los Premios del ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards y los directivos del ICSC tomarán todas las decisiones referentes a la aptitud de los participantes. Ambos se reservan el derecho a reclasificar, recategorizar o descalificar inscripciones, así como eliminar cualquier material inadecuado. Todas las decisiones serán inapelables.

## **RECURSOS**

¿Necesita ayuda adicional o tiene más preguntas? Puede contactarnos llamando al +1 646 728 3462 o escribiendo a [awards@icsc.org](mailto:awards@icsc.org).

## **PREMIACIÓN**

6 – 9 de noviembre del 2019  
RECon Latin America & Caribbean  
Swissotel Lima  
Lima, Peru

## PROCESO DE SELECCIÓN

---

El jurado calificador de los Premios ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards, un grupo de líderes expertos en la industria, revisará las inscripciones competentes y llevará el registro de la calificación de manera confidencial. El jurado no revisará inscripciones de sus propias empresas o ninguna inscripción que pueda constituir un conflicto de intereses.

Las inscripciones de la categoría de **Diseño y Desarrollo** pueden ganar una calificación acumulativa máxima de **100 puntos**.

Aquellos en la categoría de **Mercadotecnia y Retail** pueden acumular un puntaje máximo de **50 puntos**.

Se otorgarán Premios de Oro a las inscripciones de **Diseño y Desarrollo** que tengan más de **90 puntos**.

Aquellos en **Mercadotecnia y Retail** con más de **40 puntos**.

Participantes en **Diseño y Desarrollo** con un mínimo de **80 puntos** pero cuyo puntaje no sobrepase los **90 puntos**.

**Marketing y Retail** con al menos **35 puntos** pero que no sobrepasen los **40 puntos**, recibirán Premios de Plata.

Dado que el estándar de excelencia es tan alto, no necesariamente habrá ganadores en todas las categorías y divisiones. **Los concursantes que obtengan un puntaje dentro del 50% serán elegidos como finalistas.**

## CÓMO PARTICIPAR

---

Su inscripción debe hacerse por Internet según el formato específico aquí descrito. Inscribirse es fácil y conveniente, simplemente cree una cuenta en la página de los Premios del ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards.

Por favor lea esta información detalladamente antes de empezar su inscripción para resolver de antemano cualquier pregunta que tenga.

### REGÍSTRESE CON UN NOMBRE DE USUARIO Y CONTRASEÑA

Sólo deberá registrarse una vez. Use el mismo nombre de usuario y contraseña para obtener acceso a la página en el futuro.

### CARGA DE ARCHIVOS

El participante deberá subir varios archivos a nuestra página a lo largo del proceso de inscripción. Es su responsabilidad asegurarse de que los archivos que suba se puedan ver, reproducir en el formato establecido por el ICSC, y descargar una vez estén completos.

### PAGO

Cada inscripción debe estar acompañada del pago de USD \$495 para los miembros del ICSC o USD \$595 para quienes no son miembros. Todos los pagos deben realizarse con tarjeta de crédito. No se admitirán inscripciones después del **Miércoles, 11 de septiembre del 2019**.

### COMPLETE SU INSCRIPCIÓN PARA EVALUACIÓN

Fecha límite: **Miércoles, 11 de septiembre del 2019**

### AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA ADMINISTRATIVA Y/O DEL PROPIETARIO

Todas las inscripciones deben tener autorización electrónica de la empresa administrativa y/o el propietario para aprobar la solicitud de participación y deben cumplir todas las reglas del programa de Premios ICSC Latin America & Caribbean Shopping Center Awards. Adicionalmente, según es debidamente autorizado, el individuo aprobado otorgará al ICSC el derecho a publicar cualquier información contenida en la inscripción, en cualquier medio incluyendo comunicados de prensa, publicidad, libros, periódicos y cualquier otro impreso. Se enviará una confirmación por correo electrónico al participante y al agente administrativo y/o representante del propietario para ratificar esta autorización.

## CATEGORÍA UNO: Mercadotecnia

---

Los Premios de Mercadotecnia tienen como propósito reconocer la excelencia en mercadeo tradicional, el uso innovador de la tecnología, programas de mejoramiento de resultado operativo neto (NOI por sus siglas en inglés) y mucho más. De las siguientes siete opciones, elija la que mejor representa a su programa.

### CATEGORÍAS DE PREMIOS

#### **PUBLICIDAD**

Esto incluye comunicaciones estratégicas publicitarias que promueven al centro comercial o empresa dentro de su público o mercado objetivo. Puede incluir esfuerzos dentro de un medio específico, en una serie o campaña de multimedios. También puede incluir los componentes publicitarios de una promoción o evento de ventas, inauguración, o programa de mercadeo en relación con alguna causa. Esta categoría puede presentar estrategias innovadoras que promueven donativos en especie al presupuesto de mercadeo o demuestran la planeación efectiva de medios y de compras que aumentan o maximizan el presupuesto del centro comercial.

#### **MERCADEO EN RELACIÓN CON ALGUNA CAUSA**

Esto incluye una iniciativa, evento o programa de tipo filantrópico, diseñado para impactar positivamente a la comunidad donde se encuentra ubicado el centro comercial, iniciando así un proceso de cambio que fomenta concientización y comprensión dentro de la misma. Los participantes cuya meta principal fue la recaudación de fondos o el apoyo a alguna organización de beneficencia, deben inscribirse en la categoría de Premios ICSC Foundation Latin America & Caribbean Community Support Award.

#### **TECNOLOGÍA DIGITAL/EMERGENTE**

Esto incluye programas y planes estratégicos que incluyen páginas de Internet, campañas de construcción y posicionamiento de marcas online, redes sociales (blogs, páginas de redes sociales) y/o mercadeo móvil (mensajes de texto, páginas y directorios adaptados para celulares, etc.) para lograr metas en la comunicación de mercadeo y marcas dentro de un centro comercial o empresa. Estos programas también pueden incluir boletines informativos electrónicos, campañas de correo electrónico u otros tipos de comunicaciones digitales. Los links que dirigen a páginas de Internet en vivo o a páginas FTP deben incluirse en la inscripción. Para inscripciones de páginas de Internet, deberá incluirse un link a la página de inicio y no más de tres páginas adicionales.

#### **INAUGURACIÓN, AMPLIACIÓN Y REMODELACIÓN**

Esto incluye una extensa campaña de mercadeo que tiene como objetivo presentar o reposicionar un centro comercial nuevo, expandido o remodelado. Las inscripciones deben demostrar cómo se vincularon estrategias y tácticas a los objetivos comerciales del centro comercial, y pueden incluir planes estratégicos para el desarrollo general, leasing y mercadotecnia, generación de ingresos, publicidad, relaciones públicas, eventos y promociones.

## **INCREMENTO DEL RESULTADO OPERATIVO NETO (NOI POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)**

Esto incluye programas e iniciativas cuyo fin es generar ingresos que aumenten de manera directa el resultado operativo neto (NOI) de un centro comercial. Puede incluir patrocinios, acuerdos, ventas publicitarias, y otras fuentes de ingresos adicionales o menos tradicionales. También puede incluir programas creativos o innovadores de leasing y/o leasing especializado, incluyendo estrategias de permanencia de arrendatarios. Esta categoría también puede reunir ejemplos particulares de eficiencia operativa y otras medidas de ahorro de costos que dieron como resultado la reducción de gastos y/o incremento de ingresos para el propietario del centro comercial. Si bien el mejoramiento del resultado operativo neto es importante, los programas exitosos en esta categoría deberán demostrar un enfoque innovador ejecutado dentro de los estándares de la marca o identidad corporativa que incluye expectativas de calidad empresarial y el proceso estratégico general en la toma de decisiones.

## **RELACIONES PÚBLICAS**

Esto incluye la planeación de un programa o iniciativa de relaciones públicas cuyo objetivo es primordialmente beneficiar los intereses comerciales de un centro comercial o empresa. Tal labor debe promover la apreciación o buena voluntad hacia un centro comercial o empresa, o con la intención de influenciar la opinión pública en maneras que favorezcan el interés comercial. Algunos ejemplos incluyen operaciones para obtener publicidad positiva, el manejo de publicidad negativa, gestión de crisis o prevención de crisis, relaciones gubernamentales, e iniciativas dirigidas a grupos importantes internos o externos, o a personas tales como clientes, arrendatarios, accionistas o analistas. Las inscripciones también pueden incluir iniciativas internas dirigidas hacia el personal, tales como desarrollo profesional, programas de reconocimiento o incentivos, conferencias y redes internas, boletines informativos, revistas o videos para los empleados.

## **PROMOCIONES DE VENTAS Y EVENTOS**

Esto incluye programas o eventos que buscan impactar directamente las ventas del retail y el flujo de clientes. Puede abarcar iniciativas que se enfocan en la conversión del comprador, frecuencia de compras, persuasión relativa o participación en el mercado. También puede incluir iniciativas más detalladas tales como mercadotecnia turística y programas de lealtad del cliente. Las inscripciones también pueden incluir eventos de mercadeo diseñados para generar publicidad, conciencia de mercado e incrementar el flujo de clientes. Los participantes en esta categoría deben documentar resultados específicos y cuantificables que se le atribuyan al programa o iniciativa, y deben demostrar rentabilidad.



## CLASIFICACIÓN DE PREMIOS

- Centro comercial
- Empresa
- Centro integrado\*

\* Las compañías pueden inscribirse como un programa compuesto o grupal en cualquier categoría. Las inscripciones deben documentar cómo estas iniciativas beneficiaron tanto al centro individual así como a la compañía o grupo. Todas las inscripciones que reflejen iniciativas de mercadotecnia corporativa deben elegir esta categoría.

## CRITERIO DE SELECCIÓN

Las inscripciones pueden llegar a recibir un puntaje máximo total de cincuenta puntos. Todos los jueces del jurado utilizan las mismas pautas para evaluar la eficacia del programa; por favor considere esta información al prepararse para participar. Las inscripciones serán calificadas según los siguientes parámetros:

### METAS (MÁXIMO 10 PUNTOS)

Esta área fundamental abarca el uso apropiado de la investigación, formulación del razonamiento general de mercadotecnia, y la habilidad de lograr de manera realista los objetivos cuantificables previamente establecidos.

### ACCIÓN (MÁXIMO 10 PUNTOS)

Esta área evalúa el nivel de compromiso con el cual el programa mantuvo sus objetivos originales y el nivel de competencia y capacidad demostrada en la ejecución.

### INNOVACIÓN (MÁXIMO 10 PUNTOS)

La innovación tiene que ver con el desarrollo de un concepto original o la elaboración de una propuesta creativa frente a un programa común, una iniciativa de mercadotecnia o una necesidad comercial.

### RESULTADOS (MÁXIMO 10 PUNTOS)

Los resultados revelan cuán competentemente se cuantificaron, documentaron y reportaron las acciones del programa y hasta qué nivel dichas acciones respaldaron los objetivos previamente establecidos.

### PRESUPUESTO (MÁXIMO 10 PUNTOS)

La evaluación de presupuesto es esencial para la adjudicación adecuada de recursos dentro del plan general de mercadeo. La efectividad de costos evalúa la eficacia con la cual los fondos del centro o la empresa fueron utilizados en la labor de lograr los objetivos estipulados. Esencialmente, esto evalúa si se invirtieron los recursos adecuados en los proyectos adecuados para generar los mejores resultados posibles.

## MATERIALES DE APOYO

### DESCRIPCIÓN DE LA INSCRIPCIÓN

Esta descripción se utiliza para elaborar un comentario acerca de los finalistas y ganadores. La descripción estará disponible para el jurado calificador y no debe sobrepasar más de 700 caracteres, incluyendo espacios.

### IMÁGENES PARA LA PREMIACIÓN

Debe subir un máximo de 12 imágenes relacionadas a su inscripción.

- Estas imágenes no serán examinadas por el jurado calificador. Se utilizarán para preparar la presentación de los premios. También serán utilizadas para exhibir su inscripción en la página del ICSC y en *Shopping Centers Today*.
- Las fotografías con derechos de autor deben ir acompañadas del nombre a quien se le otorga el reconocimiento y también una autorización del titular del derecho de autor.
- Se admiten los siguientes formatos de archivos de imágenes: JPG, JPEG, PNG, GIF. Todo archivo debe ser de alta resolución.

### RESUMEN

El resumen de la inscripción es básicamente el plan de mercadotecnia de la misma.

- Este resumen se limita a cuatro secciones de una página por cada elemento de la categoría: metas, acción, resultados, presupuesto. Por favor limite su respuesta a 2,100 caracteres, incluyendo espacios.
- Su resumen simplifica la evaluación del jurado calificador proporcionándole al mismo una inscripción más fácil de leer. Recomendamos utilizar viñetas o puntos de enumeración en lugar de párrafos narrativos.

#### Metas

Provea información del contexto especificando qué lo inspiró a crear e implementar el proyecto o programa. Discuta los problemas u oportunidades particulares que influenciaron sus metas, estrategias y tácticas. Resalte los puntos importantes.

#### Acción

Proporcione una descripción detallada de la "acción" (algo realizado o efectuado) que ocurrió debido a la campaña/iniciativa de su centro comercial o empresa. Resalte los puntos importantes.

#### Resultados

Los resultados deben ser específicos, cuantificables y deben estar relacionados con sus metas, estrategias y tácticas específicas. Proporcione hechos documentados que ocurrieron como resultado de la implementación. Incluya ganancias de ventas en porcentajes, especificando si son ventas comparables o totales, y mencione el período de tiempo de duración de dicho cálculo (en la medida de lo posible, incluya los números reales sobre los cuales se basan los porcentajes). También puede incluir la cantidad de flujo de clientes. Los resultados de publicidad deben indicarse únicamente en tiempo real y espacio obtenido, no como aproximaciones o explicaciones utilizando valores derivados de alguna fórmula. Los participantes deben proporcionar un resumen de publicidad en la sección

de documentación, la cual puede resumirse en su página de resultados si se proveen muestras de publicidad. Sus resultados deben reflejar la integridad expresada en la declaración de ética de su formulario de inscripción. Se sugiere incluir datos del retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) para las inscripciones participando en promoción de ventas y business-to-business. El ROI demuestra el retorno del dólar por dólar que se logra gracias a sus esfuerzos y a los recursos invertidos. Los resultados del incremento del NOI deben exponerse como porcentaje de incremento sobre el período del reporte.

### Presupuesto

Una lista detallada de una página (en un documento de Adobe PDF o Microsoft Word) de los dólares empleados para implementar su plan. Pormenorice todos los gastos, incluyendo los primarios y secundarios. Estos deben incluir toda la producción, costos de medios y mano de obra, tarifas, servicios y gastos imprevistos. Haga una lista por separado de las donaciones y no la incluya con el total real de los gastos. Cualquier ahorro en gastos o rentas fuera de lo común debe ir acompañado de una explicación. Para campañas colectivas, indique los costos por cada participante. Los fondos de patrocinio recibidos no deben restarse de los gastos totales cuando calcule el porcentaje del presupuesto adjudicado. Por favor incluya todos los cargos relacionados a creatividad y anticipos de pago a agencias publicitarias en su resumen de gastos.

**NOTA:** *Deberá demostrar los gastos como un porcentaje de su presupuesto total anual de mercadeo en el espacio indicado. El no hacerlo puede afectar negativamente el puntaje del participante. Para las inscripciones relacionadas al incremento del NOI, los gastos deben demostrarse como un porcentaje del presupuesto total afectado. Si no se gastaron dólares, por favor indíquelo en esta página.*

## SECCIÓN DE DOCUMENTACIÓN

Incluya un archivo digital (en documento de Word o PDF) con un máximo de 15 páginas de información relacionadas con su inscripción. La primera página del archivo debe ser una tabla de contenido que indique el número de inicio de la página de cada sección. El archivo debe contener resúmenes de:

- Publicidad
- Propagandas/anuncios publicitarios
- Materiales de apoyo: imágenes tales como cartas, boletines o publicaciones difundidas dentro del período de admisión, fotos de eventos avisos y publicidad en general.

## EN LÍNEA

La sección de en línea le permite incluir hasta cinco links relacionados a la inscripción para ser evaluados por el jurado calificador. Los links deben conducir directamente a la página relevante. No incluya la página de su centro comercial (u otras páginas) a menos que contengan elementos específicos que se relacionen con su inscripción. Si su inscripción es un programa basado en la red, se sugiere utilizar el botón de “imprimir pantalla” en su teclado para copiar y pegar páginas web en la sección de documentación.

## AUDIO O VIDEO

- Usted puede cargar o vincular con links únicamente un archivo de audio y uno de video por cada inscripción.
- Para las inscripciones de mercadeo tradicional, su archivo de audio o video debe estar relacionado con el anuncio o la publicidad de su inscripción. Para las inscripciones dentro de la categoría de incremento de NOI, siempre y cuando sea adecuado, por favor proporcione video o audio congruente con las actividades reales asociadas con el programa o iniciativa.
- Todos los ejemplos de anuncios y publicidad deben aparecer en los mismos archivos de audio o video.
- El contenido de cada archivo no debe sobrepasar los cinco minutos. El jurado calificador observará o escuchará solamente los primeros cinco minutos de cada archivo.
- Los formatos de audio que se admiten son: mp3, wav, wma, avi, wmv y aiff.
- Los formatos de video que se admiten son: 3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 y MPEG-2.
- Usted puede suministrar material no editado o narrado y editado de eventos reales, publicidad y anuncios, siempre y cuando el clip del video no sobrepase el límite de cinco minutos.

## CATEGORÍA DOS: Diseño y Desarrollo

---

Esta categoría busca otorgar un reconocimiento a las propiedades de retail de primera clase que se destacan por su creatividad en diseño y desarrollo.

### CATEGORÍAS DE PREMIOS

#### REMODELACIONES/AMPLIACIONES

Esto incluye inscripciones que abarcan un proyecto completo de retail, tal como una reducción de espacio/recinto, o una faceta de un proyecto de retail, tal como una ampliación. Las remodelaciones o ampliaciones deben haberse completado por completo y el proyecto debe haberse habilitado entre el 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018.

#### NUEVAS CONSTRUCCIONES

Las inscripciones deben estar relacionadas a un nuevo proyecto específico de retail que se haya completado y habilitado entre el 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018.

### CRITERIO DE SELECCIÓN

Las inscripciones pueden llegar a recibir un puntaje máximo total de cincuenta puntos. El éxito económico del proyecto así como la calidad de diseño forman parte del criterio de selección.

#### Presentación del material de la inscripción (Máximo 5 puntos)

- Concepto general de diseño global
- Calidad
- Exhaustividad
- Concisión y constatación

#### Uso de la propiedad (Máximo 10 puntos)

- Plan de ordenación territorial
- Configuración y distribución
- Circulación y estacionamiento; accesibilidad
- Respuesta del contexto

#### Diseño (Máximo 30 puntos)

- Puntos de entrada
- Combinación de colores
- Iluminación
- Materiales interiores y acabados
- Señalización interior
- Escaparates/vidrieras
- Materiales exteriores y acabados
- Señalización exterior e indicación de vías
- Paisajismo (diseño de jardines y entornos)

## Metas de desarrollo (Máximo 15 puntos)

- Compatibilidad de mercado
- Mezcla de mercaderías
- Volumen de arrendamiento
- Alquiler promedio
- Bonificación para arrendatarios/Valor llave
- Presupuesto vs. gasto real
- Horario vs. tiempo real

## Productividad/Desempeño financiero (Máximo 15 puntos)

- Productividad de ventas
- Costos de CAM
- Número de arrendatarios en el momento de la inscripción

## Innovación (Máximo 15 puntos)

- Grado de dificultad
- Innovación
- Aceptación por parte de la comunidad

## Diseño sostenible (Máximo 10 puntos)

- Obras sostenibles
- Eficiencia de acueducto y alcantarillado
- Energía y atmósfera
- Materiales y recursos
- Calidad ambiental del interior (IEQ por sus siglas en inglés)
- Innovación en diseño

## MATERIALES DE APOYO

### Descripción de la inscripción

Esta descripción se utiliza para elaborar un comentario acerca de los finalistas y ganadores.

La descripción estará disponible para el jurado calificador y no debe sobrepasar más de 700 caracteres, incluyendo espacios.

### Tipo de proyecto (Marque todas las que aplican)

- Centro del vecindario
- Centro comunitario
- Centro de estilo de vida
- Centro regional
- Centro suprarregional
- Centro temático
- Centro de ventas a precio de fábrica (Outlet)

**Características físicas del proyecto** *(Marque todas las que apliquen)*

- Centro comercial
- Centro al aire libre
- Centro híbrido
- Otro (Especifique)

**Número de niveles** \_\_\_\_\_

**Área comercial del proyecto** *(Seleccione una)*

- Suburbana
- Centros urbanos de negocios
- Distrito urbano pero no centros de negocios
- Distrito rural
- Mercado medio
- Otro (especifique) \_\_\_\_\_

**Población del área comercial principal:**

Tamaño (dimensión) \_\_\_\_\_

Número de personas \_\_\_\_\_

**Población del área comercial secundaria**

Tamaño (dimensión) \_\_\_\_\_

Número de personas \_\_\_\_\_

Si es pertinente, el porcentaje anual de compradores anticipado que provendrán del exterior del área comercial (por ejemplo: turistas o personas que asisten a convenciones) \_\_\_\_\_ %  
de compradores

**Número de estacionamientos disponibles** \_\_\_\_\_

Si el estacionamiento está ubicado sobre una plaza, indique la capacidad de vehículos y los niveles de la estructura del estacionamiento. También describa brevemente cómo dicha estructura está conectada con el centro. (Máximo 700 caracteres, incluyendo espacios)

**Número total de tiendas minoristas**

(Excluyendo las tiendas ancla) \_\_\_\_\_

(Incluyendo las tiendas ancla) \_\_\_\_\_

**Arrendatarios principales**

Indique los arrendatarios principales y el área bruta arrendable (GLA por sus siglas en inglés) del espacio ocupado. También describa los tipos de operaciones de retail, por ejemplo: tiendas departamentales, mayoristas, salas de cine de multi-pantalla, supermercado, etc.

## INFORMACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL

*Todos los tamaños deben expresarse en metros cuadrados.*

### REMODELACIONES/AMPLIACIONES

#### Espacio total de retail

Antes de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Después de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Diferencia neta—mayor o menor \_\_\_\_\_ m2

#### Área bruta arrendable (GLA) (espacio de tiendas pequeñas excluyendo las tiendas ancla)

Antes de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Después de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Diferencia neta—mayor o menor \_\_\_\_\_ m2

#### Área total del proyecto

Antes de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Después de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ m2

Diferencia neta—mayor o menor \_\_\_\_\_ m2

#### Cronograma del proyecto

Fecha original de apertura del centro \_\_\_\_\_

Fecha de apertura del centro remodelado/ampliado \_\_\_\_\_

### NUEVOS PROYECTOS

Espacio total de retail \_\_\_\_\_ m2

Área total del proyecto \_\_\_\_\_ m2

Área bruta arrendable (GLA)

(espacio de tiendas pequeñas excluyendo las tiendas ancla) \_\_\_\_\_ m2

Cronograma del proyecto

Fecha de apertura \_\_\_\_\_

### CONFIDENCIALIDAD DE INFORMACIÓN FINANCIERA

El comité utilizará la información financiera proporcionada únicamente con el propósito de evaluar la inscripción. La información financiera no se hará pública.

**Alquiler y ventas de las tiendas pequeñas GLA** (Se excluyen tiendas departamentales y otros usos del espacio que no sean para retail o para entretenimiento; tales como oficinas, hoteles, residencias, etc.)



**REMODELACIONES/AMPLIACIONES**

Porcentaje anual mínimo del incremento del alquiler por m2 desde antes de la remodelación/ampliación hasta después de ésta:

- Menos del 5%
- 5% a 10%
- 10% a 15%
- 15% a 20%
- 20% a 25%
- Más del 25%

Incremento de ventas por m2 después del primer año de la remodelación/ampliación:

- Menos del 5%
- 5% a 10%
- 10% a 15%
- 15% a 20%
- 20% a 25%
- Más del 25%

GLA disponible: Cantidad de espacio para tiendas pequeñas que aún no estén abiertas indicada como un porcentaje del GLA:

Antes de la remodelación/ampliación \_\_\_\_\_ %

En la fecha de apertura \_\_\_\_\_ %

En la fecha de la inscripción \_\_\_\_\_ %

Promedio anual del mantenimiento de áreas comunes (CAM por sus siglas en inglés), gastos de seguro e impuestos del GLA de las tiendas por m2 y por cada mes antes de la remodelación/ampliación:

\$ \_\_\_\_\_ por m2

Promedio anual del mantenimiento de áreas comunes (CAM por sus siglas en inglés), gastos de seguro e impuestos del GLA de las tiendas por m2 y por cada mes después de la remodelación/ampliación:

\$ \_\_\_\_\_ por m2

**NUEVOS PROYECTOS**

Promedio anual mínimo del alquiler por m2 por mes:

- Menos de \$25
- \$26 a \$35
- \$36 a \$45
- \$46 a \$55
- \$56 a \$100
- Más de \$101

Cuál es el incremento anual de ventas por m2 después del primer año:

- Menos del 5%
- 5% a 10%
- 10% a 15%
- 15% a 20%
- 20% a 25%
- Más del 25%

GLA disponible: Cantidad de espacio para tiendas pequeñas que aún no estén abiertas indicada como un porcentaje del GLA:

En la fecha de apertura \_\_\_\_\_ %

En la fecha de la inscripción \_\_\_\_\_ %

Promedio anual del mantenimiento de áreas comunes (CAM por sus siglas en inglés), gastos de seguro e impuestos del GLA de las tiendas por m2 por cada mes:

\$ \_\_\_\_\_ por m2

## RESUMEN

**Las respuestas del resumen deben escribirse utilizando únicamente viñetas para facilitar el proceso de inscripción y evaluación.** Cada respuesta debe contener un máximo de 2,100 caracteres, incluyendo espacios.

- Describa las características arquitectónicas del proyecto que está presentando para un premio. (Máximo 500 palabras)
- Describa el enfoque de su proyecto con respecto a la sostenibilidad (incluya cualquier acreditación recibida de tipo ambiental y/o de sostenibilidad).
- Detalle aquello que hace que su proyecto sea innovadora. Incluya cualquier estándar de diseño o desarrollo novedoso que haya logrado.
- ¿Por qué considera que su proyecto merece reconocimiento por parte de este programa de Premios? Incluya el impacto sobre indicativos claves de desempeño y el éxito comercial.

**Clasificación de remodelaciones/ampliaciones: ¿Por qué decidió remodelar o ampliar el centro (condición física, ventas, mezcla de arrendatarios, factor de espacio de alquiler vacío)? Describa cómo la remodelación o ampliación mejoró esas condiciones.**

## GALERÍA DE FOTOS

Incluya un archivo digital con mínimo 20 imágenes relacionadas con su proyecto. Puede incluir las siguientes imágenes:

- Una fotografía aérea mostrando el lugar donde está ubicado el centro
- Imágenes de las tiendas y marcas principales
- Características arquitectónicas principales
- Imágenes de la plazoleta de comidas
- Imágenes de la zona de estacionamiento
- Planos de desarrollo/muestras o bosquejos

- Imágenes del interior y exterior del proyecto
- Para proyectos de remodelación, debe mostrar imágenes del antes y después desde la misma perspectiva para cada imagen que incluya

Formatos admitidos: documentos en Word o PDF.

**Nota:** Le será requerido subir varias de estas imágenes en la sección de imágenes de la página sólo para el uso del ICSC.

## IMÁGENES PARA LA PREMIACIÓN

Suba las 20 imágenes que incluyó en la sección de galería de fotos. Estas imágenes se utilizarán para exhibir su inscripción en la ceremonia de premiación, la página del ICSC y en *Shopping Center Today*.

Las fotografías, videos, mapas o dibujos con derechos de autor deben ir acompañadas del nombre a quien se le otorga el reconocimiento preferido y también una autorización del titular del derecho de autor. Por favor inclúyalos en la sección de “autorización” (Release section)

Se admiten los siguientes formatos de archivos de imágenes: JPG, JPEG, PNG, GIF, TIFF. Todo archivo debe ser de alta resolución.

## REGISTRO DE INQUILINOS

Incluya un archivo digital que contenga el registro actual de inquilinos. Haga una lista de los arrendatarios principales. Describa el tipo de operación, por ejemplo: tiendas de departamento, supermercado, salas de cine de multi-pantalla para cada arrendatario; así como el tamaño (GLA) del espacio ocupado (GLA).

Formatos admitidos: documentos en Word o PDF.

## MAPAS/PLANOS

Incluya un archivo digital que contenga un mapa del área donde se observe el lugar del proyecto y los planos de la construcción con estacionamientos y acceso a las calles.

Formatos admitidos: documentos en Word o PDF.

## VIDEO

Puede subir o incluir un link a un solo video por cada inscripción.

- El archivo debe tener máximo cinco minutos de contenido. El jurado calificador observará solamente los primeros cinco minutos del archivo.
- Su video debe presentar las características arquitectónicas principales del interior y exterior de su proyecto. Si está concursando con un proyecto remodelado, la inscripción debe demostrar el antes y después en el video.
- Cualquier material adicional puede incluir uso del espacio, temas de diseño, técnicas innovadoras de construcción y técnicas de leasing y/o re-leasing.

Formatos admitidos: 3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 y MPEG-2.

## CATEGORÍA TRES: Retail

---

### CATEGORÍAS DE PREMIOS

#### DISEÑO DE LA TIENDA

Esta categoría busca reconocer cómo el diseño profesional de una tienda contribuye al éxito de la industria del retail. Las inscripciones pueden provenir de minoristas, arquitectos o empresas de diseño para tiendas nuevas o remodeladas dentro de un centro comercial que se han completado y sólo si se han inaugurado durante el período del 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018. Los proyectos en esta categoría pueden incluir servicios u otros usos que no estén relacionados con el retail.

#### NUEVOS CONCEPTOS DE RETAIL

Esta categoría otorga un reconocimiento a los nuevos conceptos innovadores y creativos a lo largo de Latinoamérica y está abierta a todos los minoristas que hayan desarrollado y lanzado un nuevo concepto de retail dentro de un centro comercial o en una tienda independiente. El nuevo concepto debe haberse completado e inaugurado durante el período de 1 de enero del 2017 y el 31 de diciembre del 2018. Los proyectos en esta categoría pueden incluir servicios u otros usos que no estén relacionados con el retail.

### CLASIFICACIÓN DE PREMIOS

- Quiosco
- Plazoleta de comidas
- Restaurantes
- Cafés
- Tiendas de un área menor a los 470 m<sup>2</sup>
- Tiendas de un área mayor a los 470 m<sup>2</sup>

### CRITERIO DE SELECCIÓN

#### DISEÑO DE LA TIENDA

Las inscripciones pueden llegar a recibir un total máximo de cincuenta puntos. El puntaje está basado en los siguientes conceptos:

##### Concepto general de diseño (Máximo 20 puntos)

- Diseño general interior y exterior
- Acabados
- Diseño de escaparates/vidrieras
- Presentación y accesorios/iluminación
- Comercialización
- Parte delantera de la tienda
- Parte trasera de la tienda

**Gráficos de retail y señalización (Máximo 5 puntos)****Uso de materiales (Máximo 15 puntos)**

- Combinación de color, material e iluminación

**Grado de dificultad e innovación (Máximo 10 puntos)****NUEVOS CONCEPTOS DE RETAIL**

Las inscripciones pueden llegar a recibir un total máximo de cincuenta puntos. El puntaje está basado en los siguientes conceptos:

**Concepto general de diseño (Máximo 20 puntos)**

- Diseño general (distribución interior y exterior)
- Distribución de la tienda (presentación de los productos, acabados y accesorios, iluminación)
- Gráficos de retail y materiales de señalización

**Creatividad (Máximo 20 puntos)**

- Originalidad del concepto general
- Creatividad de las ofertas comerciales
- Originalidad del mercado
- Tipo de tienda (internacional, local o consorcio)

**Resultados/Impacto (Máximo 10 puntos)**

- Efectividad de costos
- Grado de dificultad e innovación
- Sensibilización/aceptación del cliente
- Tipo de tienda (internacional, local o consorcio)

**Sostenibilidad (Máximo 5 puntos)**

## MATERIALES DE APOYO

Nombre de la tienda \_\_\_\_\_  
 Dirección \_\_\_\_\_  
 Ciudad \_\_\_\_\_  
 País \_\_\_\_\_  
 Tamaño de la tienda \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>  
 Página web: \_\_\_\_\_

### Reconocimiento profesional:

Nombre de la empresa o de tienda: \_\_\_\_\_  
 Arquitecto: \_\_\_\_\_  
 Diseñador: \_\_\_\_\_  
 Constructor: \_\_\_\_\_

### Descripción de la inscripción

Esta descripción se utiliza para elaborar un comentario acerca de los finalistas y ganadores. La descripción estará disponible para el jurado calificador y no debe sobrepasar más de 700 caracteres, incluyendo espacios.

### Tipo de formato:

- En línea  
 Independiente/Fuera de la parcela  
 Otro \_\_\_\_\_

### Tipo de productos:

- Mercadería general  
 Ropa/confecciones  
 Artículos para el hogar  
 Muebles y decoración  
 Artículos deportivos  
 Papelería  
 Restaurante  
 Entretenimiento  
 Mercadería masiva  
 Supermercado  
 Juguetes/hobbies

### Cronograma del proyecto:

Fecha de apertura \_\_\_\_\_

Si es una remodelación:

Fecha original de apertura del centro \_\_\_\_\_

Fecha de apertura del centro remodelado \_\_\_\_\_

## Imágenes para la presentación

Debe subir un máximo de 12 imágenes relacionadas a su inscripción. Estas imágenes se utilizarán para preparar la presentación de los premios. También serán utilizadas para exhibir su inscripción en la página del ICSC y en *Shopping Centers Today*. Puede incluir las siguientes imágenes:

- Características arquitectónicas principales
- Imágenes del interior y exterior del proyecto
- Para nuevos conceptos de retail: Mercadería – mezcla de productos y presentación
- Para tiendas remodeladas: Imágenes de antes y después del interior/exterior del proyecto
- Las fotografías con derechos de autor deben ir acompañadas del nombre a quien se le otorga el reconocimiento preferido y también una autorización del titular del derecho de autor.

Formatos admitidos: JPG, JPEG, PNG, GIF. Los archivos deben ser de alta resolución.

## Resumen

Las siguientes preguntas resaltan los puntos que explican por qué su proyecto es merecedor de un premio. Sus respuestas servirán como la base para la evaluación de su proyecto por parte del jurado calificador y deberán ser concisas. Nota: el límite es de 2,100 caracteres para cada pregunta, incluyendo espacios.

## Diseño de la tienda

- Presente información acerca del concepto de diseño, incluyendo explicación respecto a las razones de dicho concepto, su desarrollo e impacto sobre la imagen de la tienda y el rendimiento de las ventas.
- Describa la integración del interior, diseño de escaparates/vidrieras y la presentación de los productos.
- Describa la diferencia entre el nuevo concepto y los diseños anteriores (si es aplicable).
- Describa los materiales específicos utilizados en la creación del nuevo concepto.
- Si es una remodelación, describa el impacto que tuvo sobre las ventas. Si es una tienda nueva, explique el rendimiento de las ventas hasta la fecha versus el rendimiento esperado.
- Costo total por metro cuadrado incluyendo diseño, mejoramientos para la retención de arrendatarios, incluyendo iluminación/instalaciones.

## Nuevo concepto de retail

- Describa el nuevo concepto innovador/creativo de retail y especifique las razones para su desarrollo.
- Qué hace que este concepto sea innovador y qué lo diferencia de las opciones actuales de retail dentro del mercado.
- Como un nuevo concepto de retail, explique cómo llegó al mercado, cómo se realizó la investigación, desarrollo y lanzamiento.
- Describa el tipo de tienda (por ejemplo, una tienda internacional nueva en el mercado, un proyecto local, un consorcio entre una agencia de gobierno y un minorista local, un concepto comercial completamente nuevo, etc.), número actual de tiendas y si hay planes de ampliación/expansión.
- Siendo éste un nuevo concepto de retail, describa los datos del desempeño de reevaluación (revalúate performance data), rentabilidad de ventas actual versus la rentabilidad esperada, volumen de clientes, volumen de negocios, costo total por metro cuadrado, y cualquier cambio en el diseño desde su lanzamiento.
- ¿Qué iniciativas de sostenibilidad (si hay alguna) ha incorporado dentro del nuevo concepto de retail en cuanto a diseño y desarrollo del concepto general?

## Galería de Fotos

Incluya un archivo digital de máximo 15 páginas de información e imágenes para documentar e ilustrar su inscripción. Estas páginas deben incluir fotos y muestras que exhiban el concepto de diseño de su tienda, la mezcla y la presentación de productos.

Formatos admitidos: documentos de Word o PDF.

**Nota:** Se le solicitará incluir varias de estas imágenes en la sección de “Imágenes” para el uso del ICSC.

## Plano de planta

Incluya un archivo digital (documento de Word o PDF) del plano de planta de su proyecto mostrando el tamaño (GLA) del espacio ocupado.

## Video

Puede subir o incluir un link a un solo video por cada inscripción.

- El archivo debe tener máximo cinco minutos de contenido. El jurado calificador observará solamente los primeros cinco minutos del archivo.
- Su video debe presentar las características arquitectónicas principales del interior y exterior de su proyecto. Si está concursando con un proyecto remodelado, la inscripción debe demostrar el antes y después en el video.
- Cualquier material adicional puede incluir uso del espacio, temas de diseño, técnicas innovadoras de construcción y técnicas de leasing y/o re-leasing.

Formatos admitidos: 3GP, AAC, AVI, FLV, MP4 y MPEG-2.