


unicentro
Villavicencio Es mi lugar


20 AÑOS

**INFORME DE
GESTIÓN**

2026

1. Contenido

2.	Informe de Gestión 2025 – 2026.....	6
2.1	Introducción y Contexto Estratégico.....	6
2.2	Contexto Global y Nacional: El Retorno a la Experiencia	6
2.3	Análisis del Entorno y Mercado	6
3.	Gestión Comercial y Mix de Marcas	6
4.	Gestión Financiera y Administrativa (Actualizado).....	7
4.1	Estado de la Cartera al Cierre de 2025	7
4.2	Ejecución Presupuestal y Resultados.....	7
5.	Gestión Operativa, Mantenimiento y Remodelación.....	7
5.1	Infraestructura y Tecnología:.....	7
5.2	Mantenimiento y Estética:.....	7
6.	Mercadeo y Experiencia al Cliente	8
6.1	Campañas de Fidelización:	8
6.2	Eventos y Cultura:	8
6.3	Presencia Digital:	8
7.	Gestión del Talento Humano.....	8
7.1	Cumplimiento Normativo:	8
7.2	Capacitación:	8
7.3	Indicadores:	8
7.4	 Desempeño y Cumplimiento Normativo.....	8
7.5	 Indicadores de Salud y Accidentalidad.....	9
7.6	Preparación ante Emergencias	9
8.	Gestión Ambiental y Responsabilidad Social (SGA).....	9
8.1	 Consumo de Agua	9
8.2	 Gestión Energética	9
8.3	 Gestión de Residuos y Economía Circular	9
8.4	 Programas Posconsumo y RSE.....	9
9.	Logros Estratégicos y Desafíos 2026.....	10
9.1	 Hitos Principales de la Administración.....	10

9.2	 Oportunidades de Mejora para 2026.....	10
10.	Situación Jurídica y Recuperación de Cartera	10
10.1	Procesos de Alta Significancia (\$1.923.546 miles total)	10
10.2	Principales Obstáculos para el Recaudo	11
10.3	Proyecciones Financieras y Legales 2026	11
10.4	Desafíos Financieros y Gestión de Recuperación	11
10.5	Gravedad de la Cartera de Difícil Cobro	11
10.6	Riesgos en el Recaudo Jurídico	11
10.7	Salud Financiera y Proyecciones.....	12
10.8	Determinación para 2026.....	12
11.	Cumplimiento Normativo y Legalidad.....	12
11.1	Propiedad Intelectual y Derechos de Autor:	12
11.2	Seguridad Social y Obligaciones Laborales:	12
11.3	Protección de Datos (Habeas Data):.....	12
11.4	Operaciones con Relacionados:.....	13
11.5	Ley de Factoring:.....	13
11.6	Capítulo 10: Continuidad Estratégica y Negocio en Marcha	13
	10.6.1 Sostenibilidad Operativa	13
	10.6.2 Pilares de Gestión para 2026.....	13
11.7	Conclusión Final.....	13
12.	Informe Comercial y de Mercadeo.....	15
12.1	Tráfico Peatonal	15
12.2	Tráfico vehicular.....	18
12.3	Tarjeta más para ti	20
12.4	Comparativo expresado en pesos (\$)	21
12.5	Comparativo expresado en unidades	22
12.6	Campañas de fidelización, concursos y sorteos	24
12.7	Estadística de Redes Sociales.....	42
12.8	Agremiaciones y aliados estratégicos.....	44
12.9	Ocupación e ingreso de marcas.....	50
12.10	Nuevas Marcas	51
13.	PROYECTOS DE INTERVENCIÓN FÍSICA.....	62

13.1	Suministro e instalación de matriz de programación cctv e infraestructura principal en fibra óptica para cámaras IP	62
13.2	Limpieza y restauración de la estructura de cubierta de plazoleta de heladerías segundo piso	62
13.3	Restauración e impermeabilización de la placa de heladerías segundo piso.....	63
13.4	Reposición de cubierta del local 301	64
14.	PROYECTO DE MANTENIMIENTO	65
14.1	Reposición de reductores de velocidad en ingresos y salidas vehiculares	65
14.2	Reposición de micrófonos de puntos de pago manuales	66
14.3	Reposición de iluminación del mall área casa del kumis primer piso	66
14.4	Remodelación de la oficina del circuito cerrado de televisión	67
14.5	Remodelación de fuente piso 1 frente al local 1-04.....	68
14.6	Pintado de canal de aguas lluvias de la plazoleta de comidas segundo piso.	68
14.7	Pintado de láminas inferiores de escaleras eléctricas del centro comercial.	69
14.8	Instalación de tableros eléctricos en zonas comunes	69
14.9	Reparación del obelisco entrada 1 del centro comercial.	70
14.10	Pintado de escalera de emergencias metálica	70
14.11	Instalación de punto de carga rápida para vehículos eléctricos.....	71
14.12	Pintado y reposición de iluminación de pasillos de servicio	72
14.13	Restauración de señalización de estacionamiento.....	73
14.14	Pintado del mall en la zona de puerta 1	74
15.	INFORME GESTIÓN HUMANA	76
15.1	Objetivo del área de talento humano	76
15.2	marco normativo	76
15.3	Desarrollo de la Gestión del Talento Humano 2025.....	76
15.4	Capacitación y Desarrollo	77
15.5	Selección de Personal	77
15.6	Clima Laboral y Bienestar	77
15.7	Indicadores de Gestión	77
15.8	Evaluaciones de Desempeño	78
15.9	AUSENTISMO	79
15.10	ROTACIÓN DE PERSONAL.....	80
15.11	Programa de Capacitación.....	81
15.12	Registro de las Actividades Ejecutadas Durante la Vigencia 2024.....	82

15.13Plan de Acción 2026	83
16.INFORME DE GESTIÓN DE CARTERA Y SITUACIÓN JURÍDICA	85
Observaciones	86
16.1Estado de los Procesos Jurídicos	86
Notas Adicionales:	88
Principales Obstáculos para el Recaudo	88
17.Análisis Detallado de los Casos:	89
17.1Procesos a favor en poder del Abogado Oscar Jaimes	89
17.1.2 Propietaria: NORALBA GALVIS LASSO (51.825.550)	89
17.1. 3 Fedco S.A en Reorganización (890.109.640-3)	90
17.1.4propietaria: Ledy Cecilia Sánchez Arévalo (60.297.263)	90
17.1.5 Propietaria: ITAÚ COLOMBIA S.A.....	91
17.1.6Propietaria: PROCINAL BOGOTA LIMITADA	91
17.1.7 Propietaria: INVERSIONES APLA S.A.S.	92
17.1.8 Propietaria: CARMEN PATRICIA RIVAS (51.589.075)	93
17.2Procesos en poder del abogado Rafael Enrique Plazas	93
17.2.1Demandados: CARMEN AMPARO VANEGAS MORALES Y OTRO:	93
17.2.2 Demandados: SOCIEDAD ACTIVOS ESPECIALES S.A.E.	93
17.2.3Demandados: SOCIEDAD ACTIVOS ESPECIALES S.A.E.	94
17.2.4Demandados: JOSE LUIS MATUS DIAZ.....	95
17.2.5Demandados: FEDCO	95

2. Informe de Gestión 2025 – 2026

2.1 Introducción y Contexto Estratégico

Introducción: Resiliencia y Liderazgo en el Corazón de los Llanos

Estimados copropietarios, miembros del Consejo de Administración y colaboradores:

Presentamos ante ustedes el **Informe de Gestión de Unicentro Villavicencio**, un documento que no solo resume las cifras de un periodo, sino el esfuerzo de todo un equipo. Durante el último año, hemos navegado un entorno desafiante, transformando las incertidumbres económicas en oportunidades estratégicas para fortalecer el valor de nuestra copropiedad.

2.2 Contexto Global y Nacional: El Retorno a la Experiencia

A nivel nacional, la industria de centros comerciales ha entrado en una fase de "reinención del retail físico". Mientras que el comercio electrónico se estabiliza, el 2026 ha marcado el regreso triunfal de las tiendas físicas como espacios de **experiencia híbrida**. En Colombia, el sector ha mostrado un crecimiento proyectado del **8%**, impulsado por el consumo en categorías de entretenimiento y gastronomía

2.3 Análisis del Entorno y Mercado

El año 2025 fue un periodo de desafíos estructurales para Villavicencio y la región del Meta, lo que impactó directamente la dinámica del centro comercial.

- **Desafíos Regionales:** La operación se vio afectada por dos factores externos críticos: los cierres prolongados de la **vía Bogotá–Villavicencio** y la crisis de **escasez de agua** en la ciudad. Estos eventos limitaron el flujo de turistas y dificultaron la logística de mercancías para los comerciantes.
- **Transformación del Consumo:** Se consolidó un cambio en los hábitos de compra hacia la **omnicanalidad**. Los consumidores adoptaron un comportamiento más racional y planificado, influenciados por el auge de plataformas de bajo costo como *Shein* y *Temu*.
- **Tráfico Peatonal y Vehicular:** El tráfico peatonal cerró el 2025 con **5.244.008 ingresos**, un decrecimiento del **4,8%** frente a 2024. No obstante, el tráfico vehicular mostró resiliencia con un **crecimiento del 1,4%** (más de 16.500 vehículos adicionales), impulsado por picos en mayo, junio y diciembre.

3. Gestión Comercial y Mix de Marcas

La estrategia comercial se enfocó en la diversificación del *Tenant Mix* para mantener la relevancia frente al nuevo perfil del consumidor.

- **Indicadores de Ocupación:** El centro comercial alcanzó una ocupación del **86,4%**, con 146 locales ocupados de un total de 169.
- **Nuevas Marcas:** Se logró el ingreso de **14 nuevas marcas** (11 en locales y 3 en zonas comunes). Entre las aperturas destacadas se encuentran:
 - **Tecnología y Salud:** IShop, Cruz Verde y Banco Sudameris.
 - **Gastronomía:** Natsuki (Sushi Bar) y Astropollo.

- **Servicios y Otros:** Inmobiliaria Villavo Vende, Selva Fresh y Cootradecun.
- **Zonas Comunes y Bodegas:** Se mantienen 33 espacios de zonas comunes ocupados y 11 bodegas en uso.

4. Gestión Financiera y Administrativa (Actualizado)

La salud financiera de la copropiedad enfrenta un escenario crítico debido a la antigüedad de las deudas, lo que ha exigido una gestión jurídica exhaustiva para proteger el patrimonio.

4.1 Estado de la Cartera al Cierre de 2025

Al finalizar el periodo, la cartera total asciende a **\$1.923.546 (en miles)**. La estructura de esta cartera revela una dependencia compleja de procesos legales:

- **Cartera de Difícil Cobro:** Representa el **92,18%** del total (\$1.773.047 en miles).
- **Concentración del Déficit:** Solo el **5% de los copropietarios** concentran la mayor parte de la deuda. Particularmente, Cinacity S.A.S. (29%) y la SAE (22%) representan el 51% del déficit de recaudo corriente del año.
- **Impacto Mensual:** El incumplimiento de los principales deudores generó que un promedio de **\$26.936 (en miles)** dejara de ingresar mensualmente por expensas comunes.
- **Deterioro de Cartera:** La copropiedad ha reconocido un deterioro del valor del **53,45%** (\$947.636 en miles) sobre las cuentas de difícil cobro.

4.2 Ejecución Presupuestal y Resultados

- **Ingresos vs. Gastos:** Se alcanzó un cumplimiento del **101,85%** en ingresos (\$10.137.728.118) frente a una ejecución del **104,02%** en gastos (\$10.353.960.817).
- **Resultado Neto:** El ejercicio cerró con un déficit de **\$216.252.699**, impactado principalmente por imprevistos como la reparación de la cubierta metálica sobre el local 301 (\$295.762.228).
- **Fondo de Imprevistos:** Cerró el 2025 con un saldo final de **\$610.245.293**

5. Gestión Operativa, Mantenimiento y Remodelación

La gestión 2025 se caracterizó por la modernización tecnológica y la preservación del activo físico.

5.1 Infraestructura y Tecnología:

- Instalación de la **red de fibra óptica principal**, permitiendo la migración a tecnología IP en sistemas de seguridad.
- Remodelación de la oficina de **CCTV** para optimizar el monitoreo.

5.2 Mantenimiento y Estética:

- Restauración e impermeabilización de la placa y estructura de la **plazoleta de comidas** (2do piso).
- Mantenimiento de escaleras eléctricas, señalización de parqueaderos y reposición de luminarias.
- **Innovación Sostenible:** Inauguración de la **primera electrolinera de carga rápida** en los Llanos Orientales, en alianza con Triángulo Energy

6. Mercadeo y Experiencia al Cliente

La estrategia se centró en generar experiencias culturales, deportivas y digitales de alto impacto emocional.

6.1 Campañas de Fidelización:

Destacan activaciones como "UniJumpy" (4.310 participantes y \$77.5 millones recaudados) y el sorteo de la camioneta Kia Niro, que generó compras registradas por más de **\$3.403 millones**.

6.2 Eventos y Cultura:

Se realizaron ferias estratégicas como la **Feria Gastronómica** con el Instituto de Cultura del Meta y la **Feria Electromotor**, esta última con ventas superiores a los \$4.000 millones.

6.3 Presencia Digital:

Facebook: Crecimiento del **21%** en interacciones (49.100) y más de 7 millones de visualizaciones.

Instagram: Aumento del **18%** en seguidores, alcanzando una comunidad de 20.100 usuarios

7. Gestión del Talento Humano

El área se enfocó en el cumplimiento normativo y el bienestar de los 50 colaboradores directos.

7.1 Cumplimiento Normativo:

Se implementó la reducción de la jornada laboral a **44 horas semanales** según la Ley 2101 de 2021.

7.2 Capacitación:

El **80% de la planta** se certificó en Competencia en Servicio al Cliente con el SENA.

7.3 Indicadores:

La rotación se mantuvo bajo control, y el ausentismo (pico de 14,7% en marzo) estuvo asociado a cirugías puntuales y no a factores laborales. Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

7.4 Desempeño y Cumplimiento Normativo

- **Calificación de Estándares Mínimos:** El sistema mantiene un cumplimiento del **97.5%**, según la autoevaluación avalada por la ARL Colmena.
- **Plan de Trabajo:** Se ejecutó el **99%** de las actividades programadas (601 de 606 actividades), superando la meta institucional del 90%.
- **Gestión de Riesgos:** Se identificaron y gestionaron un total de **163 riesgos**, de los cuales 106 se clasificaron como mejorables y 57 como aceptables con control específico.

7.5 🚑 Indicadores de Salud y Accidentalidad

- **Accidentalidad:** Se registró una disminución del **33%** en la frecuencia de accidentes, con solo 2 eventos reportados en 2025 frente a 3 en el año anterior.
- **Enfermedad Laboral:** Los indicadores de prevalencia e incidencia se mantuvieron en **0%** durante el periodo evaluado.
- **Medicina Preventiva:** Se realizaron **75 evaluaciones médicas ocupacionales** (40 de ingreso, 32 periódicas y 3 de egreso).
- **Riesgo Psicosocial:** La medición vigente arroja un nivel de riesgo **BAJO** para todos los grupos ocupacionales.

7.6 Preparación ante Emergencias

- **Simulacro Nacional:** Se participó con éxito en el simulacro de octubre de 2025, involucrando a locatarios, colaboradores y clientes.
- **Zonas Cardio protegidas:** Se garantizó el mantenimiento y calibración de **3 Desfibriladores Externos Automáticos (DEA)** en puntos estratégicos.
- **Equipamiento:** Se adquirieron 2 sillas de ruedas nuevas y un traje de acercamiento contra incendios para la brigada.

8. Gestión Ambiental y Responsabilidad Social (SGA)

8.1 💧 Consumo de Agua

- **Resultado:** Se logró una **disminución del 4%** en el consumo de agua respecto a 2024 (12,346 m³ frente a 12,848 m³).
- **Impacto Económico:** Esto representó una reducción del **6% en los costos**, ahorrando más de \$6 millones de pesos en comparación con el año anterior.

8.2 ⚡ Gestión Energética

- **Eficiencia:** El consumo presentó una variación del 4.06%, cumpliendo la meta de no exceder el 5% de incremento.
- **Paneles Solares:** La operación fotovoltaica generó un ahorro económico directo de **\$38,712,015** al cierre del periodo.
- **Modernización:** Se completó la sustitución del **100% de luminarias** a tecnología LED.

8.3 ♻️ Gestión de Residuos y Economía Circular

- **Aprovechamiento:** Se gestionaron **36,271 kg** de residuos aprovechables (cartón, plástico y chatarra), un incremento del **13%** respecto a 2024.
- **Ingresos:** La comercialización de material reciclable generó ingresos por **\$10,944,100** únicamente en el segundo semestre de 2025.
- **Alianza:** Se consolidó el convenio con **Asocolombia Recicla**, dignificando la labor de los recicladores de oficio.

8.4 🌍 Programas Posconsumo y RSE

Se recolectaron y gestionaron adecuadamente los siguientes residuos especiales:

- **Pilas y baterías:** 195 kg.
- **Tapitas plásticas:** 119 kg.

- **RAEE (Residuos Electrónicos):** 1,000 kg.

9. Logros Estratégicos y Desafíos 2026

9.1 Hitos Principales de la Administración

1. **Cambio de ARL:** Transición exitosa a **AXA Colpatría** para mejorar el acompañamiento técnico.
2. **Certificación de Alturas:** Certificación de **18 puntos de anclaje** para garantizar trabajos seguros en cubiertas.
3. **Zonas Seguras:** Instalación del punto "Yo te escucho" para apoyo en salud mental.
4. **Control de Plagas:** Cumplimiento del **100% del cronograma** y auditoría a locales comerciales.

9.2 Oportunidades de Mejora para 2026

- **Certificaciones:** Iniciar el proceso de certificación bajo las normas **ISO 14001** (Ambiental) e **ISO 45001** (Seguridad).
- **Seguridad Humana:** Resolver las diferencias de concepto técnico con Bomberos para actualizar el **Certificado de Seguridad Humana** bajo norma NSR 10.
- **Sostenibilidad:** Medición de la **huella de carbono e hídrica** del Centro Comercial.
- **Infraestructura:** Adecuación y techado del centro de acopio de residuos para cumplir con normatividad legal.

10. Situación Jurídica y Recuperación de Cartera

La gestión jurídica se encuentra distribuida entre firmas externas que atienden procesos ejecutivos y de insolvencia. A continuación, se detallan los casos con mayor peso sobre la cartera total:

10.1 Procesos de Alta Significancia (\$1.923.546 miles total)

Deudor (Local)	Valor Cartera (Capital + Int.)	% Peso Cartera	Estado / Probabilidad
SAE (313-323)	\$398.007	20,69%	Pendiente audiencia de conciliación. Probable.
José Luis Matus (221)	\$363.112	18,88%	Inmueble a disposición de la DIAN. Improbable.
Fedco S.A. (103-104)	\$309.817	16,11%	Proceso de insolvencia (Acreedor 5ta clase). Improbable.
Carmen Vanegas (306)	\$193.302	10,05%	Orden de seguir ejecución (17-jun-2025). Probable.

Deudor (Local)	Valor Cartera (Capital + Int.)	% Peso Cartera	Estado / Probabilidad
Noralba Galvis (344)	\$158.093	8,22%	Pendiente recurso sobre avalúo comercial. No asegurada.
Cinecity / Procinal (262)	\$116.820	6,07%	Notificada en oct-2025; solicitud de sentencia. Incierta.

10.2 Principales Obstáculos para el Recaudo

1. **Demoras Judiciales:** Retrasos significativos en los despachos para el trámite de memoriales y actuaciones procesales.
2. **Procesos de Insolvencia:** Casos como Fedco y Cinecity supeditan el pago a la prelación de créditos fijada por la Superintendencia de Sociedades.
3. **Concurrencia de Embargos:** En casos como el local 338, el inmueble ya se encuentra embargado por otros juzgados, dificultando la ejecución de la sentencia de la copropiedad.

10.3 Proyecciones Financieras y Legales 2026

- **Optimización de Pagos:** Al cierre de febrero de 2026, se ha logrado pagar el **70,76%** (\$488.499 en miles) de las cuentas por pagar pendientes de 2025.
- **Acuerdos de Pago:** Se mantendrá el seguimiento estricto a los acuerdos vigentes, como el de **Ledy Cecilia Sánchez** (Local 327) e **Inversiones Apla S.A.S.** (Local 305), los cuales se vienen cumpliendo satisfactoriamente.
- **Indicadores de Solidez:** La meta es mejorar el índice de solidez (actualmente en 3,13) y reducir el nivel de endeudamiento total, que se incrementó al **31,94%** en 2025.

10.4 Desafíos Financieros y Gestión de Recuperación

La gestión del último año ha permitido mantener la operatividad y el valor del activo; sin embargo, la Asamblea General debe prestar especial atención a los siguientes factores críticos que condicionan la liquidez y la solidez de la copropiedad:

10.5 Gravedad de la Cartera de Difícil Cobro

- **Concentración y Antigüedad:** El **92,18%** de la cartera total (equivalente a **\$1.773.047** en miles) se clasifica como de difícil cobro.
- **Deudores Críticos:** Solo el **5% de los copropietarios** concentran la totalidad de los montos no pagados durante 2025.
- **Impacto en Flujo de Caja:** El déficit generado por los principales deudores representa una pérdida mensual promedio de **\$26.936** (en miles) en el recaudo de expensas comunes.

10.6 Riesgos en el Recaudo Jurídico

- **Probabilidades de Éxito:** Si bien procesos como el de la **SAE (313-323)** y **Carmen Vanegas (306)** tienen una probabilidad de recaudo calificada como "Probable" , otros casos de alto peso como **José Luis Matus (221)** y **Fedco S.A. (103-104)** se

consideran "Improbables" debido a procesos coactivos de la DIAN e insolvencia ante la Superintendencia de Sociedades.

- **Obstáculos Externos:** La gestión se ve limitada por la **conurrencia de embargos** externos (como en el local 338) y las persistentes **demoras en los despachos judiciales** para tramitar actuaciones procesales.

10.7 Salud Financiera y Proyecciones

- **Deterioro Reconocido:** Se ha reconocido un deterioro del **53,45%** (\$947.636 en miles) sobre las cuentas de difícil cobro para reflejar la realidad del activo en los estados financieros.
- **Resultado Neto:** El ejercicio 2025 cerró con un déficit de **\$216.252.699**, derivado principalmente de gastos imprevistos en infraestructura, como la reparación de la cubierta del local 301.
- **Indicador de Endeudamiento:** Se registró un incremento en el endeudamiento total, pasando del **26,04%** en 2024 al **31,94%** en 2025.

10.8 Determinación para 2026

La administración se enfocará en la **estricta vigilancia de los acuerdos de pago vigentes** (como los de Inversiones Apla y Ledy Sánchez) y en la optimización del gasto operativo para recuperar los márgenes de solidez, mientras se agotan todas las instancias legales para mitigar el impacto de la cartera morosa

11. Cumplimiento Normativo y Legalidad

Al cierre del ejercicio 2025, la copropiedad ratifica su compromiso con el marco legal colombiano en diversos frentes:

11.1 Propiedad Intelectual y Derechos de Autor:

En estricto cumplimiento del artículo 1° de la Ley 603 de 2000, Unicentro Villavicencio renovó la totalidad de sus licencias de antivirus, garantizando la legalidad del software utilizado en su operación técnica y administrativa.

11.2 Seguridad Social y Obligaciones Laborales:

La copropiedad se encuentra al día con todas sus obligaciones de seguridad social y aportes parafiscales. Al cierre de 2025, los saldos pendientes corresponden únicamente a prestaciones sociales de ley: cesantías (consignadas en febrero de 2026), intereses de cesantías (pagados en enero de 2026) y vacaciones causadas que se otorgan según el disfrute del periodo laborado o liquidación por retiro.

11.3 Protección de Datos (Habeas Data):

Se observa rigurosamente lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 y normas complementarias, manteniendo un proceso de mejora continua para la aplicación correcta de la regulación de protección de bases de datos en Colombia.

11.4 Operaciones con Relacionados:

Durante el 2025 no se celebraron operaciones con copropietarios o miembros del Consejo de Administración que difirieran en sus características de las realizadas con el resto de los copropietarios.

11.5 Ley de Factoring:

El centro comercial ha dado cumplimiento a la Ley 1676 de 2013, no obstaculizando en ningún momento las operaciones de factoring que los proveedores decidieron ejercer sobre sus facturas por servicios prestados.

11.6 Capítulo 10: Continuidad Estratégica y Negocio en Marcha

Basándonos en el análisis de los estados financieros a 31 de diciembre de 2025, Unicentro Villavicencio confirma el cumplimiento de la **hipótesis de negocio en marcha**

10.6.1 Sostenibilidad Operativa

A pesar de los desafíos externos y el resultado neto de ejecución que reflejó un déficit de **\$216.252.699** por imprevistos necesarios en infraestructura, la entidad posee las condiciones para operar de manera sostenible en el futuro previsible. El enfoque conjunto de la Administración y el Consejo de Administración se centra en:

- Garantizar la continuidad operativa y optimizar la rentabilidad del activo.
- Adaptar las estrategias a un consumidor que ha evolucionado notablemente, buscando el equilibrio entre la **venta presencial** y el avance del **comercio electrónico**.

10.6.2 Pilares de Gestión para 2026

La estrategia para el próximo periodo se fundamenta en tres ejes:

1. **Análisis de Datos:** Monitoreo constante de la afluencia de visitantes (tráfico peatonal y vehicular) y la economía local para la toma de decisiones estratégicas.
2. **Relacionamiento:** Implementar el área comercial Outsourcing y mantener una comunicación fluida y productiva con los propietarios para asegurar una ocupación competitiva,
3. **Fidelización:** Ejecución de campañas de alto impacto que refuercen el vínculo emocional con los clientes llaneros.

11.7 Conclusión Final

Unicentro Villavicencio ha enfocado sus esfuerzos en fortalecer su estructura financiera, su equipo humano y su infraestructura física. Las acciones detalladas en este informe demuestran la resiliencia de la copropiedad frente a factores macroeconómicos y regionales, asegurando que el centro comercial continúe siendo un referente principal de comercio y encuentro en la ciudad.



unicentro
Villavicencio Es mi lugar

20 AÑOS



**INFORME COMERCIAL
Y DE MERCADEO**

2026

12. Informe Comercial y de Mercadeo

12.1 Tráfico Peatonal

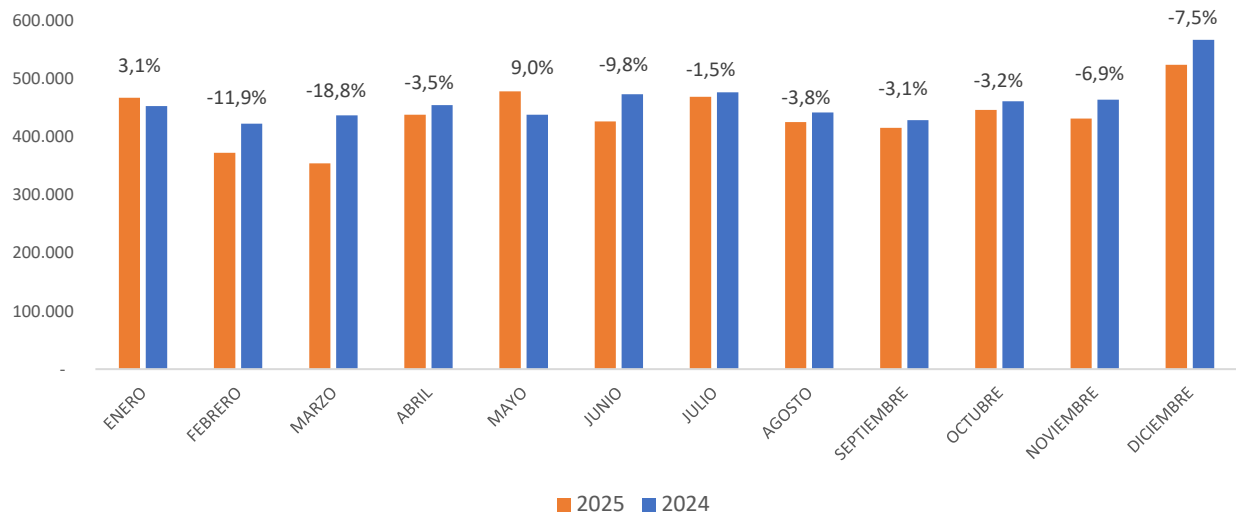
En 2025, Unicentro Villavicencio sigue utilizando el sistema de conteo automático de ingresos peatonales, implementado inicialmente en septiembre de 2022, para monitorear en tiempo real el flujo de personas en sus áreas estratégicas.

Tabla 1. Comportamiento del tráfico peatonal mes a mes durante 2025 Vs. 2024

MES	2025	%	2024	%	% Var
ENERO	466.731	8,9%	452.484	8,2%	3,1%
FEBRERO	372.278	7,1%	422.581	7,7%	-11,9%
MARZO	354.184	6,8%	436.507	7,9%	-18,8%
ABRIL	437.875	8,4%	453.988	8,2%	-3,5%
MAYO	477.880	9,1%	437.889	7,9%	9,0%
JUNIO	426.033	8,1%	472.783	8,6%	-9,8%
JULIO	468.544	8,9%	475.999	8,6%	-1,5%
AGOSTO	424.838	8,1%	441.573	8,0%	-3,8%
SEPTIEMBRE	415.137	7,9%	428.464	7,8%	-3,1%
OCTUBRE	445.841	8,5%	460.916	8,4%	-3,2%
NOVIEMBRE	431.044	8,2%	463.404	8,4%	-6,9%
DICIEMBRE	523.623	10,0%	566.400	10,3%	-7,5%
Promedio	437.001	8,30%	459,416	8,30%	
TOTAL	5.244.008	100%	5.512.988		-4,8%

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 1. Comportamiento del tráfico peatonal detallado mes a mes 2025 Vs. 2024



Nota. Fuente Unicentro 2025

El año 2025 cerró con un decrecimiento del 4,8 % frente al año 2024, reflejando un entorno retador para la operación del centro comercial. Este resultado estuvo marcado por factores externos de alto impacto que afectaron directamente la dinámica económica y comercial de la ciudad y la región.

Durante el año enfrentamos dos desafíos estructurales relevantes: el cierre de la vía Bogotá–Villavicencio y la crisis por la escasez de agua en Villavicencio. Estas situaciones limitaron el desplazamiento de turistas, afectaron la llegada oportuna de mercancías e insumos y exigieron ajustes operativos permanentes por parte de comerciantes, colaboradores y visitantes.

Adicionalmente, se evidenció un cambio sostenido en los hábitos de consumo, influenciado por el crecimiento del comercio electrónico. Los consumidores adoptaron comportamientos de compra más racionales y planificados, priorizando plataformas digitales como Shein y Temu, que ofrecen productos a menor precio y con una percepción de calidad comparable, lo que impactó el tráfico y la conversión en el comercio físico.

En este contexto, se confirma una transformación del perfil del consumidor, donde la sensibilidad al precio y la planificación de la compra adquieren un rol determinante incidiendo de manera directa en la dinámica de tráfico del centro comercial.

Figura 2. Consolidado por año de 2020 a 2025 en cantidades

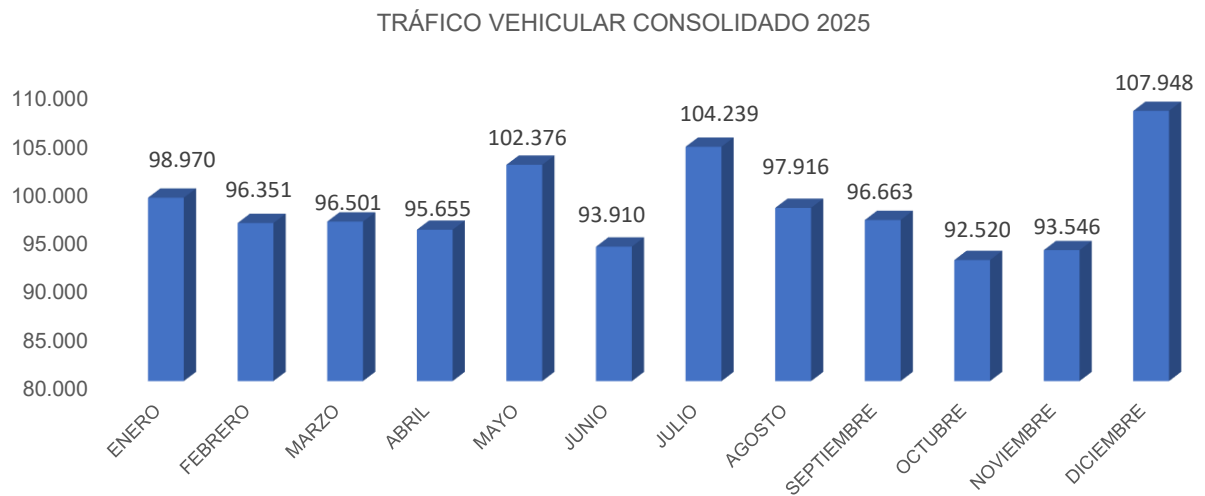


Nota. Fuente. Unicentro 2025

La gráfica evidencia una estabilidad sostenida en el tráfico durante los últimos cuatro años, con variaciones marginales que reflejan la evolución del comportamiento del consumidor. Esta tendencia confirma la creciente relevancia de la omnicanalidad como eje fundamental en la experiencia de compra, donde el cliente integra lo digital y lo físico en su proceso de decisión. En este contexto, el Tenant Mix se consolida como un factor estratégico determinante, al influir directamente en la preferencia del visitante y en su elección del centro comercial, convirtiéndose en una palanca clave para la atracción, retención y fidelización del tráfico futuro.

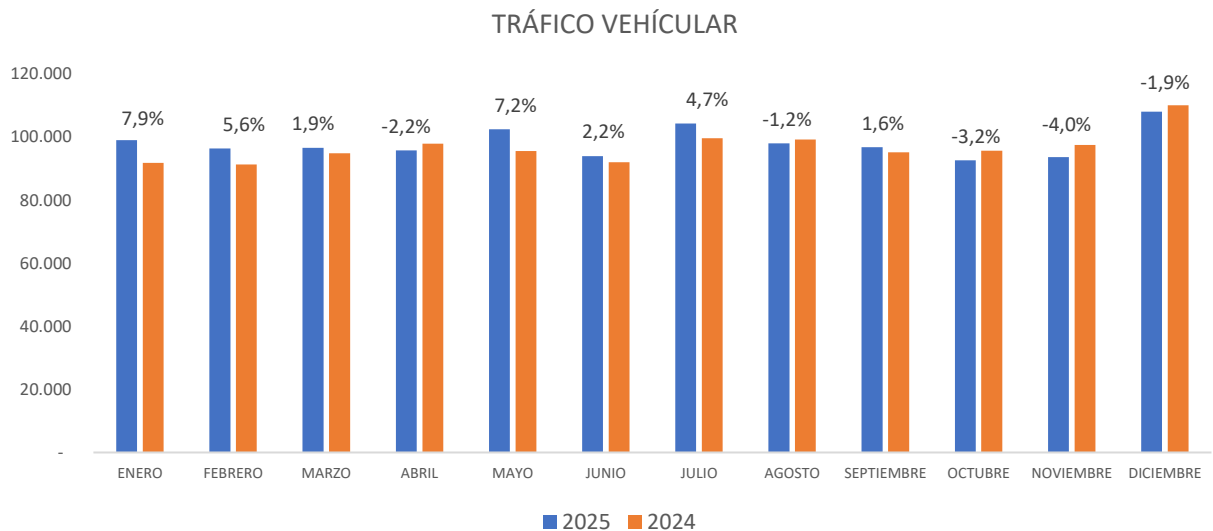
12.2 Tráfico vehicular

Figura 3. Comportamiento del tráfico vehicular mes a mes durante 2025 cantidades



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 4. Comportamiento de tráfico vehicular mes a mes durante 2025 vs 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Las gráficas presentan el comportamiento del tráfico vehicular mensual durante 2025, medido en número de vehículos que ingresaron al centro comercial. En la primera gráfica se evidencia un comportamiento estable a lo largo del año, con repuntes estratégicos en los meses de mayo, junio y diciembre, asociados a temporadas comerciales de alta demanda. Estos periodos concentran un mayor nivel de actividad y un perfil de cliente con

mayor capacidad de gasto, lo que reafirma la relevancia de una planificación comercial y promocional focalizada en dichas ventanas de oportunidad.

Durante los demás meses, el tráfico vehicular se mantuvo en un rango aproximado entre 92.520 y 98.970 vehículos, lo que refleja una base sólida y consistente de afluencia, sobre la cual es posible seguir construyendo estrategias de fidelización, activación y conversión.

La segunda gráfica, de carácter comparativo, muestra la variación porcentual frente a 2024, destacándose un crecimiento del 7 % en mayo, impulsado principalmente por la temporada del Día de la Madre. En contraste, se registran descensos en meses como agosto, octubre, noviembre, atribuibles a factores externos previamente mencionados, como el cierre de vías y la contingencia por el suministro de agua en la ciudad.

De cara al futuro, este comportamiento ratifica la importancia de anticipar escenarios externos, fortalecer la propuesta de valor en temporadas pico y diseñar estrategias que mitiguen la dependencia de variables no controlables, asegurando la sostenibilidad del tráfico y el desempeño comercial del centro comercial.

Figura 5. Tráfico Vehicular consolidado por año en cantidades



Nota. Fuente. Unicentro 2025

A pesar de los cierres prolongados de la vía Bogotá - Villavicencio, que se extendieron durante varios meses del año, el tráfico vehicular en 2025 registró un crecimiento del 1,4 %, equivalente a una variación positiva superior a 16.500 vehículos en comparación con el

año anterior. Este resultado evidencia la capacidad de resiliencia del centro comercial frente a condiciones externas adversas que impactaron la movilidad y el flujo regional.

En términos generales, el comportamiento del tráfico vehicular durante 2025 muestra una tendencia positiva, con crecimiento en la mayoría de los meses. Este desempeño estuvo respaldado por estrategias comerciales y operativas orientadas a capitalizar los picos de consumo, así como por la adaptación oportuna a las dinámicas propias de la región, sentando una base sólida para la consolidación y optimización del tráfico en los periodos futuros.

12.3 Tarjeta más para ti

El entorno económico nacional y local continúa influyendo de manera directa en el comportamiento del consumidor. Actualmente se evidencia un crecimiento sostenido de las ventas en línea, impulsado por plataformas como Shein y Temu, donde el cliente planifica sus compras con mayor anticipación, toma decisiones más racionales y capitaliza los descuentos y beneficios que ofrecen las marcas a través de los canales digitales.

Este contexto refuerza la necesidad de fortalecer una estrategia omnicanal, que permita integrar de manera efectiva la experiencia física y digital, respondiendo a un consumidor cada vez más informado, sensible al precio y orientado al valor.

Adicionalmente, se identifica una alta competitividad en el formato de tarjetas regalo, dado que otros centros comerciales ofrecen alternativas similares, lo que exige una diferenciación clara en la propuesta de valor, tanto en beneficios percibidos como en experiencias asociadas, con el fin de sostener su relevancia y potenciar su impacto comercial a futuro.

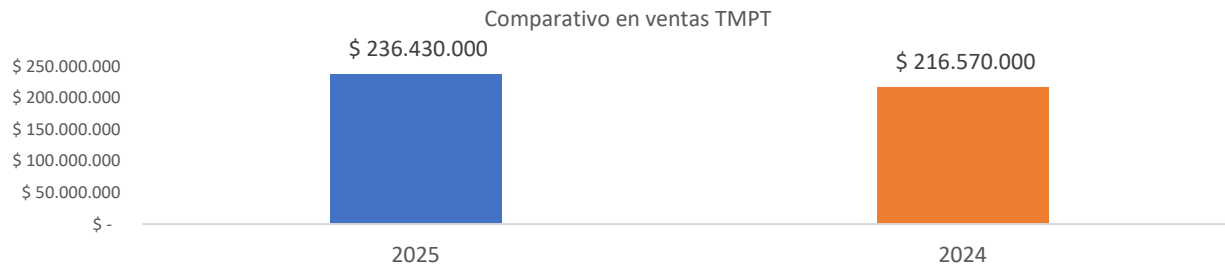
12.4 Comparativo expresado en pesos (\$)

Tabla 2 Tarjetas más para ti consolidado en pesos año 2025 vs 2024

CONSOLIDADO VENTAS \$ COP TMPT POR MES				
MES	2025	2024	DIFERENCIA	VARIACIÓN
ENERO	\$ 8.900.000	\$ 6.230.000	43%	\$ 2.670.000
FEBRERO	\$ 10.380.000	\$ 8.990.000	15%	\$ 1.390.000
MARZO	\$ 12.040.000	\$ 12.970.000	-7%	-\$ 930.000
ABRIL	\$ 7.070.000	\$ 12.460.000	-43%	-\$ 5.390.000
MAYO	\$ 16.050.000	\$ 15.620.000	3%	\$ 430.000
JUNIO	\$ 10.970.000	\$ 9.250.000	19%	\$ 1.720.000
JULIO	\$ 9.360.000	\$ 9.930.000	-6%	-\$ 570.000
AGOSTO	\$ 10.020.000	\$ 14.400.000	-30%	-\$ 4.380.000
SEPTIEMBRE	\$ 15.670.000	\$ 9.900.000	58%	\$ 5.770.000
OCTUBRE	\$ 26.850.000	\$ 13.670.000	96%	\$ 13.180.000
NOVIEMBRE	\$ 31.250.000	\$ 40.970.000	-24%	-\$ 9.720.000
DICIEMBRE	\$ 77.870.000	\$ 62.180.000	25%	\$ 15.690.000
TOTAL	\$ 236.430.000	\$ 216.570.000	9%	\$ 19.860.000

Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 6. Venta en pesos de tarjetas más para ti comparativo 2025 vs 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Durante 2025, las Tarjetas Más Para Ti alcanzaron una facturación de \$236.430.000, registrando un crecimiento del 9 % frente a 2024.

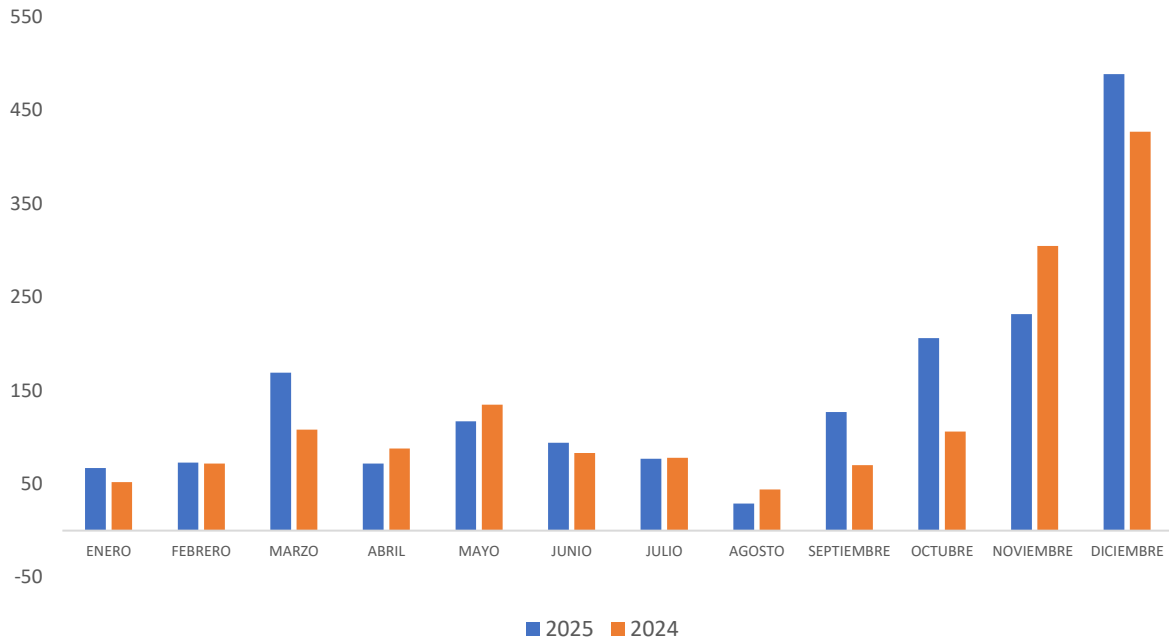
12.5 Comparativo expresado en unidades

Tabla 3. Tarjeta mas para ti consolidado en unidades año 2025 vs 2024

CONSOLIDADO VENTAS POR UND TMPT		
MES	2025	2024
ENERO	67	52
FEBRERO	73	72
MARZO	169	108
ABRIL	72	88
MAYO	117	135
JUNIO	94	83
JULIO	77	78
AGOSTO	29	44
SEPTIEMBRE	127	70
OCTUBRE	206	106
NOVIEMBRE	232	305
DICIEMBRE	489	427
TOTAL	1752	1568

Nota. Fuente. Unicentro 2024

Figura 7. Venta en unidades de tarjeta más para ti comparativo año 2025 vs 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Las ventas de tarjetas mas para ti, tuvieron un aumento en cantidades los meses de marzo, junio, septiembre octubre y diciembre, los demás meses reportaron menor cantidad con respecto al año anterior.

12.6 Campañas de fidelización, concursos y sorteos

Figura 8. Atracción Uniestelar



Campaña: Uniestelar – Tu Misión Espacial

Fecha: 19 febrero a 05 Mayo

Clientes participantes: 719

Total recaudo: \$46.800.000

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 9. Unipark



Campaña: Unipark

Fecha: 5 junio al 1 julio/ 21 al 31 Julio

Clientes participantes: 1.762

Total recaudo: \$26.488.000

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 10. Unijumpy



Campaña: Unijumpy

Fecha: 7 agosto a 15 noviembre

Clientes participantes: 4.310

Total recaudo: \$77.595.000

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 11. Drone Soccer



Campaña: Drone Soccer

Fecha: fines de semana Julio

Clientes participantes: 266

Total recaudo: \$5.060.000

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 12. Villa musical de Santa



Campaña: Villa musical de Santa
Fecha: 16 noviembre a 31 diciembre
Clientes participantes: 2911
Total recaudo: \$47.895.000

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 13. Campaña Unicentro Premia tu Fidelidad



Campaña: Sorteo Camioneta EV3
Fecha: 16 noviembre a 31 diciembre
Clientes participantes: 5.369
Total facturas: 9.585
Total boletas: 8.650
Total en compras: \$3.403.839.686
Ticket promedio: \$355.121

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 14. Campaña Unicentro Premia tu Fidelidad



Campaña: Tarjetas Bono Regalo

Fecha: 16 noviembre a 12 diciembre

Clientes participantes: 2.580

Total facturas: 3.900

Total boletas: 3.565

Total en compras: \$1.418.861.687

Ticket promedio: \$363.810

Nota. Fuente Unicentro 2025

Figura 15. Bingo ¡La suerte del año!



Campaña: Bingo – La Suerte del año

Fecha: 24 noviembre a 13 diciembre

Clientes participantes: 638

Total facturas: 969

Total en compras: \$339.658.779

Ticket promedio: \$350.525

Nota. Fuente Unicentro 2025

Actividades y Eventos

Culturales y religiosas

Figura 16. Rumba Carnavalera marzo de 2025.



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La celebración del Carnaval de Barranquilla llevó el espíritu y la alegría de la costa Caribe al corazón de los Llanos, integrando una de las manifestaciones culturales más emblemáticas del país a la experiencia del centro comercial. Inspirada en este patrimonio cultural de la humanidad, la activación se caracterizó por una puesta en escena de colores, música y expresiones artísticas, generando un ambiente de alto impacto emocional y cultural.

Desde una visión estratégica, esta iniciativa fortaleció la propuesta de valor experiencial, promovió la diversidad cultural y contribuyó a dinamizar el tráfico y la permanencia de los visitantes, consolidando al centro comercial como un espacio vivo de encuentro, cultura y entretenimiento, con proyección a futuras activaciones de alto valor para la comunidad y las marcas.

Figura 17. Miércoles de Ceniza marzo 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

El Miércoles de Ceniza se consolidó como una jornada de alto valor simbólico y comunitario en Unicentro Villavicencio, marcada por la espiritualidad y la tradición. Durante este día, el centro comercial dispuso un espacio especialmente diseñado para que los visitantes iniciaran la Cuaresma en un entorno de recogimiento y reflexión.

Esta acción fortaleció el vínculo emocional con la comunidad, reafirmando a Unicentro Villavicencio como un espacio que trasciende lo comercial, integrando dimensiones culturales y espirituales que enriquecen la experiencia del visitante y consolidan su rol como punto de encuentro integral para la ciudad.

Figura 18. Semana Santa abril 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

La Semana Santa se vivió en Unicentro Villavicencio como un espacio de profunda reflexión y espiritualidad, a través de una programación orientada a acompañar a la comunidad en una de las tradiciones religiosas más significativas del calendario cultural.

Desde una visión estratégica, esta iniciativa reafirmó el compromiso del centro comercial con la construcción de experiencias de valor, que fortalecen el vínculo con los visitantes, promueven el respeto por las tradiciones y consolidan a Unicentro Villavicencio como un escenario de encuentro integral, con proyección social, cultural y comunitaria.

Figura 19. Mes de las madres mayo 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

La celebración del Día de la Madre se desarrolló a través de una serenata especial, concebida como una experiencia emotiva y cercana, pensada para homenajear a las madres en su día. El evento se llevó a cabo en un ambiente cargado de afecto y reconocimiento, fortaleciendo la conexión emocional con este público clave.

Esta actividad contribuyó a potenciar la experiencia del visitante, incrementar la permanencia y reforzar el posicionamiento de Unicentro Villavicencio como un espacio que celebra a la familia y las fechas de alto valor emocional, generando oportunidades para dinamizar el tráfico y el consumo en temporadas estratégicas.

Figura 20. Día del niño abril 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La celebración del Día del Niño se desarrolló como una jornada orientada a brindar experiencias memorables para las familias, con actividades diseñadas para promover la alegría, la creatividad y la integración familiar. A través de espacios lúdicos y recreativos, los niños fueron los protagonistas de una experiencia pensada especialmente para su disfrute.

Figura 21. Feria Gastronómica junio 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La Feria Gastronómica “Cocinas Tradicionales”, realizada en asocio con el Instituto de Cultura del Meta, se consolidó como un espacio de rescate, promoción y puesta en valor de la gastronomía tradicional de la región. Esta iniciativa permitió visibilizar saberes ancestrales, fortalecer la identidad cultural y generar un punto de encuentro entre la comunidad, la cultura y el comercio.

La feria contribuyó a dinamizar el tráfico y la permanencia de los visitantes, al tiempo que posicionó a Unicentro Villavicencio como un aliado institucional para el desarrollo cultural del departamento. Asimismo, reafirmó el compromiso del centro comercial con la diversidad cultural, el apoyo a los emprendedores locales y la generación de experiencias auténticas, con proyección a consolidar este tipo de eventos como parte de la agenda cultural y gastronómica de la ciudad.

Figura 22. Feria Artesanal junio 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La Feria Artesanal, desarrollada en asocio con la Galería del 7 de Agosto, se constituyó como un espacio de promoción del talento artesanal y creativo, fortaleciendo la economía local y visibilizando el trabajo de artesanos y emprendedores de la región.

Esta iniciativa aportó a la diversificación de la oferta comercial, enriqueció la experiencia del visitante y consolidó a Unicentro Villavicencio como un escenario de apoyo a la cultura, el emprendimiento y la identidad regional, con proyección a seguir impulsando alianzas que generen valor social, cultural y comercial.

Figura 23. Día Independencia / Julio 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

En el marco de la conmemoración del 20 de julio, se realizó la actividad de Bailes Típicos Colombianos, una iniciativa orientada a exaltar la identidad cultural y el orgullo patrio. A través de presentaciones artísticas representativas de las diferentes regiones del país, los visitantes vivieron una experiencia que promovió el reconocimiento de las tradiciones colombianas y fortaleció el sentido de pertenencia.

Esta actividad contribuyó a consolidar a Unicentro Villavicencio como un escenario de encuentro cultural, generando valor experiencial, incrementando la permanencia de los visitantes y reforzando el posicionamiento del centro comercial como un espacio que integra comercio, cultura y comunidad.

Figura 24. Feria de las Flores agosto 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La Feria de las Flores en Unicentro Villavicencio se desarrolló como una experiencia cultural de alto valor simbólico, que integró la elaboración de silletas y un desfile de silleteros, llevando a los visitantes una de las tradiciones más representativas del patrimonio cultural colombiano.

Esta activación fortaleció la propuesta experiencial y cultural del centro comercial, incrementó la permanencia de los visitantes y reafirmó el posicionamiento de Unicentro Villavicencio como un escenario de encuentro para las tradiciones nacionales, capaz de conectar la cultura, la familia y el comercio en experiencias memorables con proyección a futuro.

Figura 25. UniHalloween 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Los desfiles de Halloween por categorías se consolidaron como una actividad de alto impacto familiar, logrando reunir a niños, jóvenes y adultos en una experiencia participativa y llena de creatividad. A través de las distintas categorías, los asistentes pudieron exhibir sus disfraces, fomentando la integración familiar, la expresión artística y el disfrute colectivo en un ambiente seguro y festivo.

A través de esta actividad fortaleció el posicionamiento de Unicentro Villavicencio como un espacio de experiencias para la familia, incrementó la afluencia y la permanencia de los visitantes y aportó a la dinamización comercial durante la temporada de Halloween, sentando bases para el desarrollo de eventos temáticos de alto valor experiencial en futuras ediciones.

Figura 26. Apertura Navidad noviembre 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

La apertura de la temporada navideña se celebró con un show musical que reunió a numerosas familias en torno a un momento cargado de emoción y espíritu festivo. Esta actividad marcó el inicio de la programación de Navidad, generando un ambiente de encuentro, alegría y expectativa para los visitantes.

Figura 27. Mes Navidad: Novenas Navideñas diciembre 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

Durante la temporada de Novenas, se realizó un reconocimiento especial a nuestros patrocinadores, quienes contribuyeron a enriquecer y fortalecer esta tradición. Chung Wah, Pilis, Astropollo, Convexa, Doctor PC, Frisby, Papelería El Trébol, Corcel Paisa, I Love Pandebonos, Laura Tovar, Presto y Ec-Shoes, se vincularon a la iniciativa, aportando refrigerios que generaron un ambiente de alegría, tradición y generosidad para los asistentes.

Estas alianzas consolidan el valor de la colaboración con marcas aliadas, fortalecen la experiencia del visitante y amplían el impacto de las tradiciones culturales dentro del centro comercial, proyectando a Unicentro Villavicencio como un escenario de articulación entre comunidad, cultura y aliados estratégicos.

Institucionales

Figura 28. Sorteo de Vehículo Kia Niro 2025 8 de febrero 2025



Nota. Fuente Unicentro 2025

El evento convocó a un alto número de visitantes, quienes se dieron cita en la plazoleta principal para presenciar este momento de gran expectativa y relevancia. La jornada alcanzó su mejor momento con la revelación pública del ganador del vehículo, realizada de manera transparente y bajo la supervisión de las autoridades competentes, garantizando la confianza y legitimidad del proceso.

Este tipo de acciones fortalecen la credibilidad institucional, incrementan la afluencia y la permanencia de los visitantes, y consolidan este formato como una herramienta efectiva de fidelización y atracción, con proyección para futuras acciones de alto impacto comercial y reputacional.

Figura 29 Transmisión Eventos deportivos. Partidos de la Selección Colombia.



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Vivimos las Eliminatorias al Mundial de Fútbol 2026 en nuestra pantalla gigante, ofreciendo a nuestros visitantes una experiencia única e inolvidable.

Creamos un ambiente festivo, cómodo, seguro y vibrante, donde las familias pudieron reunirse y disfrutar la pasión del fútbol en comunidad. Esta experiencia reafirma nuestro compromiso de ser un lugar de encuentro para los grandes eventos deportivos, donde la emoción se vive en grande y se comparte en familia.

12.7 Estadística de Redes Sociales

A continuación, se presenta el análisis del comportamiento de las redes sociales del centro comercial correspondiente al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025. Este ejercicio permite identificar indicadores de alto desempeño y oportunidades de mejora, a partir de los resultados reflejados en las gráficas y del crecimiento sostenido registrado en los distintos canales digitales.

Figura 30. Interacciones y Visualizaciones en Facebook



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Durante 2025, la gestión de contenidos en Facebook registró resultados altamente positivos. Más de 49.000 personas interactuaron con nuestras publicaciones, lo que representa un crecimiento del 21 % frente a 2024, reflejando un fortalecimiento significativo en el engagement y en la visibilidad de la marca dentro de esta plataforma.

Adicionalmente, a lo largo del año se alcanzaron más de 7 millones de visualizaciones, con un incremento del 14 % en comparación con el periodo anterior. Este desempeño permitió ampliar de manera consistente el alcance hacia nuevos usuarios, consolidando a Facebook como un canal estratégico para la construcción de marca, la amplificación de campañas y el fortalecimiento de la presencia digital del centro comercial, con proyección a una mayor conversión y fidelización en el futuro.

Figura 31. Seguidores y visitas en Instagram



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Por su parte, Instagram registró un crecimiento del 18 % en seguidores, alcanzando una comunidad de 20.100 usuarios. Este resultado fue impulsado por la implementación de estrategias de contenido orientadas a la interacción, el uso consistente de formatos dinámicos y colaboraciones estratégicas con otras cuentas, que permitieron ampliar el alcance y atraer nuevas audiencias de manera orgánica.

En conjunto, los resultados obtenidos en Facebook e Instagram durante el periodo analizado evidencian un desempeño positivo y sostenido en términos de interacciones, visitas y crecimiento de comunidad. Mientras Facebook se consolidó como un canal clave para la generación de engagement, Instagram destacó por el incremento de seguidores, validando la efectividad de las estrategias de comunicación implementadas y sentando bases sólidas para el fortalecimiento de la presencia digital y el impacto de marca en los próximos periodos.

12.8 Agremiaciones y aliados estratégicos

Dada la importancia estratégica de generar sinergias que impulsen el crecimiento de la marca y aporten al desarrollo del sector, durante el año 2025 se consolidaron alianzas clave orientadas a fortalecer la propuesta de valor, ampliar el alcance y generar impactos positivos tanto comerciales como reputacionales. A continuación, se presentan algunas de las alianzas estratégicas desarrolladas durante el periodo.

Aliados deportivos:

Figura 32. Llaneros Fútbol club



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Somos la casa de Llaneros Fútbol Club, el equipo de la media Colombia. Realizamos la presentación oficial de su nueva indumentaria y acompañamos al equipo en esta histórica etapa en la Primera División, reafirmando nuestro respaldo institucional y emocional.

Durante el segundo semestre, vivimos cada partido junto a la afición a través de la transmisión de los encuentros y contamos con la presencia de Polín, la mascota de Llaneros, en momentos clave de nuestra agenda. Todo esto hace parte de una alianza estratégica sólida, que fortalece la identidad regional y consolida al centro comercial como punto de encuentro para la pasión deportiva llanera.

Figura 33. Patrocinadores oficiales Carrera de la Llanura



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Unicentro Villavicencio fue patrocinador de la Carrera de la Llanura, un evento deportivo de alto impacto que promovió la actividad física, el bienestar y la integración comunitaria. Como parte de esta alianza, el centro comercial fue además el punto de encuentro para la entrega de kits, fortaleciendo su rol como escenario logístico y de articulación para eventos de ciudad.

Esta participación reafirmó el compromiso de Unicentro con la salud, el deporte y el apoyo a iniciativas que enaltecen la identidad regional, permitiendo acompañar a cientos de participantes en una jornada marcada por la energía, la disciplina y la determinación, y consolidando al centro comercial como un aliado estratégico de actividades que generan valor social y reputacional para la región.

Figura 34. Patrocinadores de Tairona Fútbol Club, talento infantil.



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Aliados Estratégicos

Figura 35. Triangulo Energy junio 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Unicentro Villavicencio fue el escenario de la inauguración de la Primera Electrolinera de Carga Rápida del departamento del Meta, un hito que marca un avance significativo en materia de movilidad sostenible e innovación energética para la región. Esta iniciativa posiciona al centro comercial como un referente en la adopción de soluciones alineadas con las nuevas tendencias de transporte y desarrollo responsable.

La puesta en marcha de esta infraestructura refuerza el compromiso de Unicentro con la sostenibilidad, la modernización y el futuro de la movilidad, generando valor para los visitantes, fortaleciendo la propuesta de servicios y consolidando su rol como un actor clave en la transformación urbana y ambiental del departamento.

Figura 36. Feria Electromotor Fenalco Meta agosto 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

En asocio con Fenalco, Unicentro Villavicencio fue sede de la segunda versión de la Feria Electromotor, una iniciativa orientada a promover la movilidad eléctrica y las nuevas tecnologías del sector automotor. El evento reunió a 8 marcas líderes en el mercado y a un público interesado en soluciones de transporte innovadoras, sostenibles y eficientes, convirtiéndose en un espacio de información, exhibición y experiencia para los visitantes, esta feria tuvo ventas por más de cuatro mil millones en sus tres días.

La feria fortaleció el posicionamiento del centro comercial como un escenario de eventos de alto impacto comercial y tecnológico, impulsó el tráfico calificado y reafirmó el compromiso de Unicentro con la sostenibilidad, la innovación y el desarrollo económico regional, en articulación con gremios estratégicos como Fenalco.

Figura 37. Feria Conextur Fenalco septiembre 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

La Feria Conextur, primera feria de turismo realizada en Unicentro Villavicencio, se consolidó como un hito estratégico para el impulso del sector turístico regional. Desarrollada en el marco del Día Internacional del Turismo y en asocio con Fenalco, la feria reunió a 7 expositores, generando un espacio de conexión entre la oferta turística, los visitantes y el comercio local.

Durante los tres días de feria, se alcanzaron ventas superiores a los \$60 millones de pesos, evidenciando un impacto comercial significativo y validando el potencial de este formato como una plataforma efectiva para la dinamización económica. Conextur posiciona a Unicentro Villavicencio como un escenario estratégico para la promoción del turismo, la articulación gremial y el desarrollo de eventos especializados con alto valor comercial y proyección de crecimiento a futuro.

12.9 Ocupación e ingreso de marcas

Ocupación:

La ocupación del centro comercial alcanzó el 86,4 %, resultado, en la mayoría de los casos, del trabajo articulado entre la administración y los copropietarios, orientado a fortalecer la propuesta comercial y la competitividad del activo. Esta gestión conjunta permitió la atracción e ingreso de 11 nuevas marcas, contribuyendo a la diversificación del Tenant Mix y a la generación de nuevas dinámicas de tráfico y consumo.

Tabla 4. Ocupación de locales en el centro comercial

TOTAL LOCALES CCUV	169
TOTAL LOCALES OCUPADOS EN EL CCUV	146
TOTAL LOCALES DISPONIBLES EN EL CCUV	23
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN TOTAL	86,4%

Nota. Fuente. Unicentro 2025

Tabla 5. Áreas Comunes

ZONAS COMUNES	
OCUPADAS	33
LIBRES	2
EN PROCESO DE INGRESO	0
TOTAL	35

Nota. Fuente. Unicentro 2025

Tabla 6. Bodegas

BODEGAS	
OCUPADAS	11
LIBRES	5

Nota. Fuente. Unicentro 2025

12.10 Nuevas Marcas

Adicionalmente, gracias al trabajo estratégico desarrollado por el equipo comercial, se logró el ingreso de 11 nuevas marcas a los locales comerciales y 3 marcas a las zonas comunes, alcanzando un total de 14 marcas incorporadas durante el año.

Este resultado evidencia una gestión comercial enfocada en la atracción de nuevas propuestas, la optimización de los espacios y el fortalecimiento del mix comercial, contribuyendo a la dinamización del tráfico, la diversificación de la oferta y la proyección de crecimiento sostenible del centro comercial.

Locales Comerciales

Figura 38. Cootradecun Local 3-48 - aprobado 25 de noviembre de 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 39. Cruz Verde Local 1-24 - aprobado 25 de noviembre de 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 40. Casa Fablam Local 2-03 - aprobado 25 de noviembre de 2024



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 41. Villavo Vende Local 3-11 - aprobado 20 de marzo de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 42. Castaño Studio Local 3-41 - aprobado 4 de abril de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 43. Natsuki Local 3-29 - aprobado 4 de abril de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 44. Banco Sudameris local 3-05 – aprobado: 22 de mayo de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 45. Astropollo local 3-22 – aprobado: 22 de mayo de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 46. Selva Fresh local 2-16 – aprobado: 24 de julio de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 47. Coopfuturo Local 3-49 - aprobado 23 de agosto de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 48. Game Park local 2-05 – aprobado: 5 septiembre 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 49. IShop local 1-19 – aprobado: 23 septiembre 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Zonas Comunes

Figura 50. Wom Piso 1 – aprobado: 24 de julio de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 51. Peques Piso 1 – aprobado: 18 de septiembre de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025

Figura 52. Arena y Pelotas Park Piso 2 – aprobado: 23 de Septiembre de 2025



Nota. Fuente. Unicentro 2025



unicentro
Villavicencio *Es mi lugar*

20 AÑOS

**INFORME DE
REMODELACIÓN**

2026

Antes	Después
	
	
<p>Se ejecutó parte de los diseños establecidos para la remodelación de la plazoleta de comidas, para el año 2025 se tenía proyectado ejecutar la modernización de los cielo rasos, iluminación, dinteles y mejoramiento del aspecto arquitectónico con la implementación de vegetación, lo que hará de la plazoleta un atractivo más para nuestro clientes.</p>	



unicentro
Villavicencio

20 AÑOS

Es mi lugar

**INFORME DE
OPERACIONES**

2026

13.PROYECTOS DE INTERVENCIÓN FÍSICA

13.1 Suministro e instalación de matriz de programación cctv e infraestructura principal en fibra óptica para cámaras IP

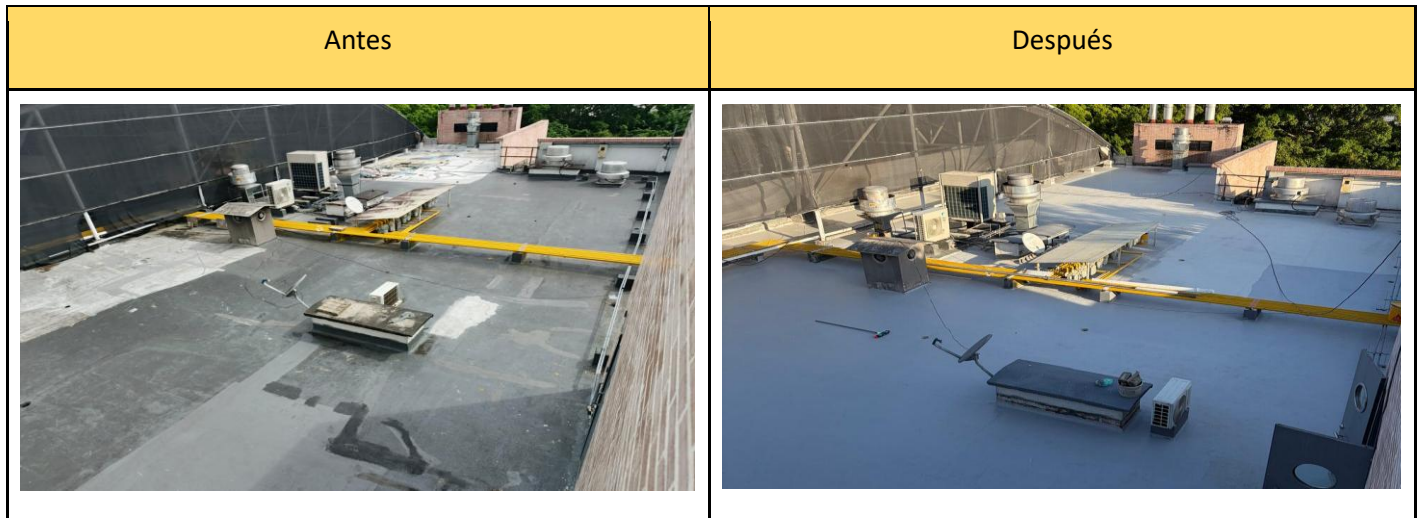
Antes	Después
	
<p>Se ejecutó la implementación de la red de fibra óptica principal del centro comercial, lo que posibilitará la migración del centro comercial a la tecnología IP, garantizando el desarrollo tecnológico de la propiedad.</p>	

13.2 Limpieza y restauración de la estructura de cubierta de plazoleta de heladerías segundo piso

Antes	Después
	
<p>Con el propósito de preservar la estructura metálica de la cubierta de la plazoleta de heladerías, se ejecutó la</p>	

limpieza y el repintado de la misma, lo que contribuye a prolongar su vida útil.

13.3 Restauración e impermeabilización de la placa de heladerías segundo piso



Se llevó a cabo la restauración de la placa de cubierta de la plazoleta de heladerías, lo cual incluyó la reposición del sobrepiso, la reparación de las fisuras de la placa y, posteriormente, la aplicación de la impermeabilización bajo los parámetros establecidos en las normativas vigentes.

13.4 Reposición de cubierta del local 301

Antes	Después
	
<p>Dada la antigüedad y el avanzado deterioro que presentaba la cubierta sobre el local 301, se hizo necesaria su reposición con el fin de garantizar la seguridad y el óptimo funcionamiento de las instalaciones del centro comercial.</p>	

14.PROYECTO DE MANTENIMIENTO

14.1 Reposición de reductores de velocidad en ingresos y salidas vehiculares

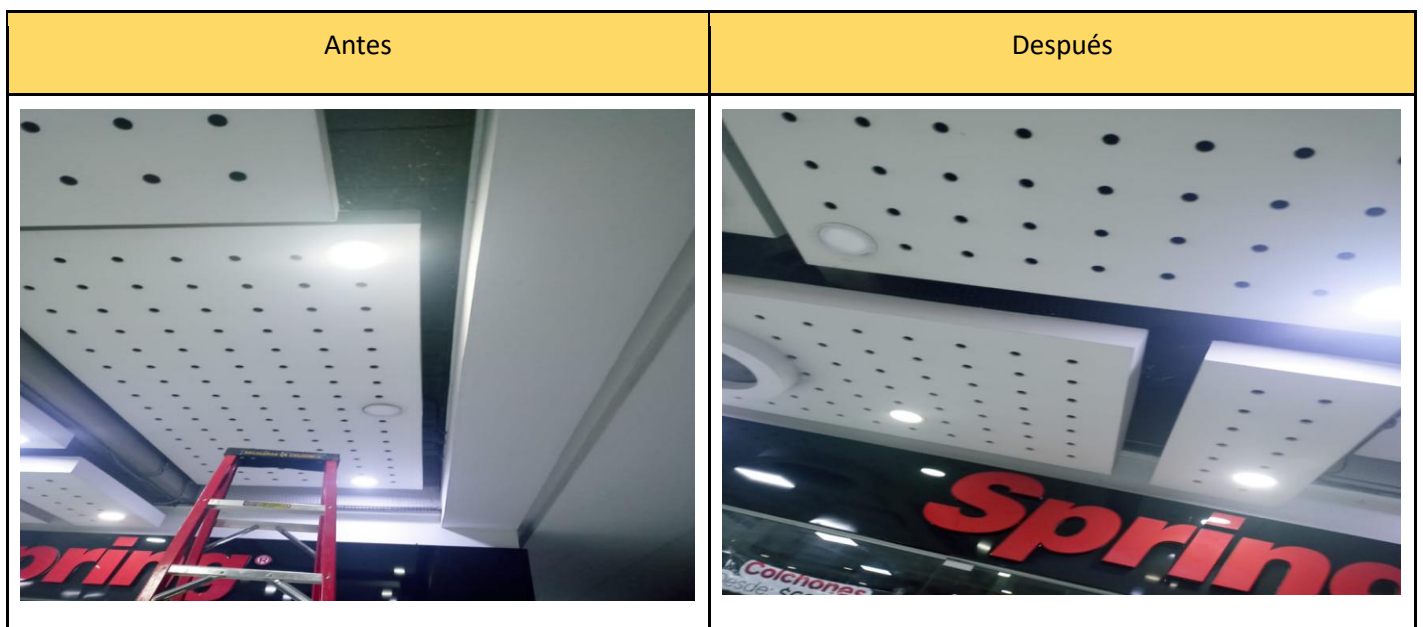


14.2 Reposición de micrófonos de puntos de pago manuales



Debido a los años de servicio, los micrófonos intercomunicadores presentaban fallas, lo cual afectaba la experiencia de nuestros clientes al generar inconvenientes de comunicación. Esta reposición le permite al centro comercial continuar prestando un óptimo servicio de parqueadero y una excelente experiencia a nuestros clientes.

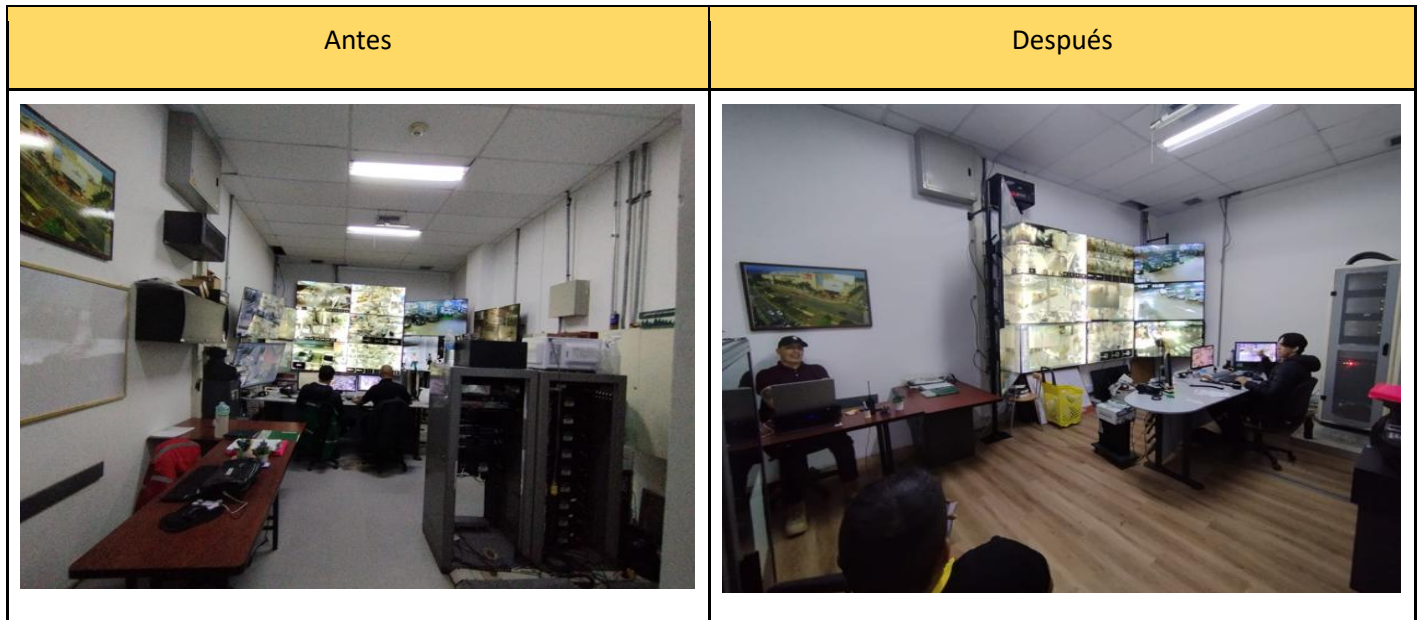
14.3 Reposición de iluminación del mall área casa del kumis primer piso



Con el objetivo de mantener un excelente ambiente iluminado, se llevó a cabo la reposición de luminarias en el área

de la casa del kumis del primer piso, lo cual permite seguir ofreciendo espacios de óptima calidad a nuestros clientes.

14.4 Remodelación de la oficina del circuito cerrado de televisión





Se ejecutó la remodelación de la oficina de CCTV, lo que permitió optimizar los espacios y mejorar los procesos, redundando en una mejor calidad y efectividad del servicio.

14.5 Remodelación de fuente piso 1 frente al local 1-04

Antes	Después
	
<p>Se ejecutó la remodelación de la oficina de CCTV, lo que permitió optimizar los espacios y mejorar los procesos, redundando en una mejor calidad y efectividad del servicio.</p>	

14.6 Pintado de canal de aguas lluvias de la plazoleta de comidas segundo piso.

Antes	Después
	
<p>Se llevó a cabo la restauración de los sistemas de canales pluviales, lo cual previene filtraciones y afectaciones a la estructura principal de la copropiedad.</p>	

14.7 Pintado de láminas inferiores de escaleras eléctricas del centro comercial.

Antes	Después
	
<p>Con el propósito de preservar la infraestructura esencial del centro comercial, se lleva a cabo la restauración de las láminas inferiores de las escaleras eléctricas.</p>	

14.8 Instalación de tableros eléctricos en zonas comunes

Antes	Después
	
<p>Con el propósito de optimizar las instalaciones eléctricas para la ejecución de los eventos de mercadeo, se procedió a la instalación de tres tableros de distribución en ubicaciones estratégicas, lo que permitirá proporcionar una experiencia de alta calidad a los clientes durante el desarrollo de dichos eventos.</p>	



14.9 Reparación del obelisco entrada 1 del centro comercial.

Antes	Después
	
<p>Debido a los daños ocasionados por clientes, se requirió la reparación del obelisco ubicado en la entrada 1.</p>	

14.10 Pintado de escalera de emergencias metálica

Antes	Después
	
<p>Con el propósito de preservar la infraestructura y conservar la arquitectura del centro comercial, se efectuó el mantenimiento y pintado de las escaleras de emergencia</p>	

14.11 Instalación de punto de carga rápida para vehículos eléctricos

Antes	Después
	
<p>Se efectuó la instalación del punto de carga rápida en alianza con la empresa Triángulo Energy, posicionando al centro comercial como la primera electrolinera de carga rápida de los llanos orientales.</p>	

14.12 Pintado y reposición de iluminación de pasillos de servicio

Antes	Después
	
<p>Se realizó el mantenimiento de los pasillos de servicio, lo cual contribuyó a mantener el estado óptimo del centro comercial.</p>	

14.13 Restauración de señalización de estacionamiento

Antes	Después
 A photograph of an underground parking garage. In the foreground, a white arrow pointing right is painted on the asphalt. The arrow is significantly faded and blurry, making it difficult to see. In the background, there are concrete pillars, other parking spaces, and some orange traffic cones.	 A photograph of the same parking garage area. The white arrow pointing right is now very bright, clear, and sharp. The surrounding environment, including the concrete pillars and other parking spaces, is the same as in the 'Antes' image.
<p>Se ejecutó el mantenimiento de la señalización horizontal del área de parqueo del centro comercial, asegurando la seguridad y el confort de nuestros clientes y arrendatarios.</p>	

14.14 Pintado del mall en la zona de puerta 1

Antes	Después
 <p>2025/09/25 02:32 Meta, Colombia Alberto G TECNO</p>	 <p>2025/09/25 02:32 Meta, Colombia Alberto G TECNO</p>
<p>Con el propósito de mantener la estética visual del centro comercial y proporcionar un entorno agradable, se inicia el proceso de pintura del área comercial (mall) del centro comercial.</p>	




unicentro
Villavicencio *Es mi lugar*

20 AÑOS

**INFORME DE
SISTEMA DE GESTIÓN**

20 26

15. INFORME GESTIÓN HUMANA

El presente Informe de Gestión del Área de Talento Humano correspondiente a la vigencia 2025 se presenta ante la Asamblea General de Copropietarios 2026, con el propósito de exponer de manera técnica, normativa y objetiva la gestión desarrollada, el cumplimiento legal y los resultados obtenidos, así como los retos y acciones proyectadas para la vigencia 2026.

15.1 Objetivo del área de talento humano

Proveer, desarrollar y mantener el talento humano competente, garantizando el cumplimiento de la normatividad laboral vigente, el fortalecimiento del desempeño organizacional y el bienestar integral de los colaboradores, alineados con los pilares estratégicos del Centro Comercial Unicentro Villavicencio.

15.2 marco normativo

La gestión del área se desarrolló en cumplimiento de la normatividad vigente:

- Código Sustantivo del Trabajo.
- Decreto 2585 de 2003 – Cuota de aprendices SENA.
- Decreto 1072 de 2015 – Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Ley 2101 de 2021 – Reducción progresiva de la jornada laboral.
- Ley 1010 de 2006 – Prevención del acoso laboral.
- Ley 2114 de 2021 – Licencias parentales.
- Ley 2381 de 2024 – Reforma Pensional.
- Ley 2365 de 2024 – Medidas de Prevención, Protección y Atención del Acoso Sexual
- Ley 2466 de 2025 – Reforma Laboral
- Resolución 3461 de 2025 - Reglamenta la conformación y el funcionamiento de los Comités de Convivencia Laboral
- Normatividad vigente en nómina electrónica y seguridad social.

15.3 Desarrollo de la Gestión del Talento Humano 2025

Durante la vigencia 2025, el Área de Talento Humano dio continuidad y conservando los procesos de selección, contratación, capacitación, bienestar, evaluación del desempeño y gestión administrativa del personal, garantizando el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Centro Comercial Unicentro Villavicencio. Se mantuvo las alianzas con entidades del Sistema de Seguridad Social y apoyo institucional como Cofrem, ARL Axa Colpatría, EPS Sanitas, Seguros Bolívar, SURA, SENA, Acecolombia y Fenalco.

Se dio cumplimiento a la entrega de dotación y elementos de protección personal conforme al Artículo 230 del C.S.T., así como a la reducción progresiva de la jornada laboral, avanzando conforme al cronograma

establecido por la Ley 2101 de 2021, que para el año 2025 se finalizó con una jornada laboral de 44 Hr semanal para un total de 220 Hr mensual.

Durante la vigencia del 2025 se recaudó por concepto de incapacidades **\$10.281.777** que dando un saldo pendiente por recaudar **\$979.409 a corte de 31 de diciembre 2025.**

15.4 Capacitación y Desarrollo

Durante el período evaluado se ejecutaron programas de capacitación técnica, normativa y de desarrollo de competencias blandas, enfocados en servicio al cliente, liderazgo, SG-SST, Medio Ambiente, normatividad laboral y bienestar integral.

Como resultado, el 80 % de la planta de personal fue certificada a través del SENA mediante el Certificado por Competencia en Servicio al Cliente, contribuyendo al fortalecimiento del desarrollo profesional de los colaboradores y del capital humano del Centro Comercial.

15.5 Selección de Personal

Al cierre del año, el Centro Comercial contó con una planta de personal directo conformada por 50 trabajadores y 2 aprendices SENA. Durante este período, se reincorporó un colaborador para el apoyo en la gestión documental, con el fin de continuar fortaleciendo la organización y administración del archivo del Centro Comercial, como también al equipo de mercadeo se incorporó un diseñador gráfico, para el desarrollo y conceptualización de las campañas del Centro Comercial.

Así mismo, se dio cumplimiento a lo establecido en el Decreto 2585 de 2003, artículo 3°, compilado en el Decreto 1072 de 2015, artículo 2.2.6.3.26, parágrafo, el cual señala que, cuando la variación en el número de trabajadores incida en la determinación de la cuota mínima obligatoria de aprendices, esta deberá fijarse con base en el promedio de trabajadores del semestre anterior a la asignación realizada por el SENA.

Lo anterior permitió consolidar un equipo de trabajo más competitivo y diverso, con habilidades alineadas a los pilares estratégicos del Centro Comercial.

15.6 Clima Laboral y Bienestar

Se desarrollaron acciones orientadas al bienestar físico, mental y emocional de los colaboradores, incluyendo el otorgamiento de licencias, bonos de cumpleaños, navidad y reconocimientos por quinquenios, así como la realización de actividades de integración y fortalecimiento de la cultura organizacional.

Adicionalmente, mediante una alianza con la **Secretaría de Salud del Meta**, se instaló en el Nido Llanero el centro **“Yo te Escucho” de Salud Mental**, en el cual los colaboradores participaron de manera individual en citas programadas con profesionales de la salud mental.

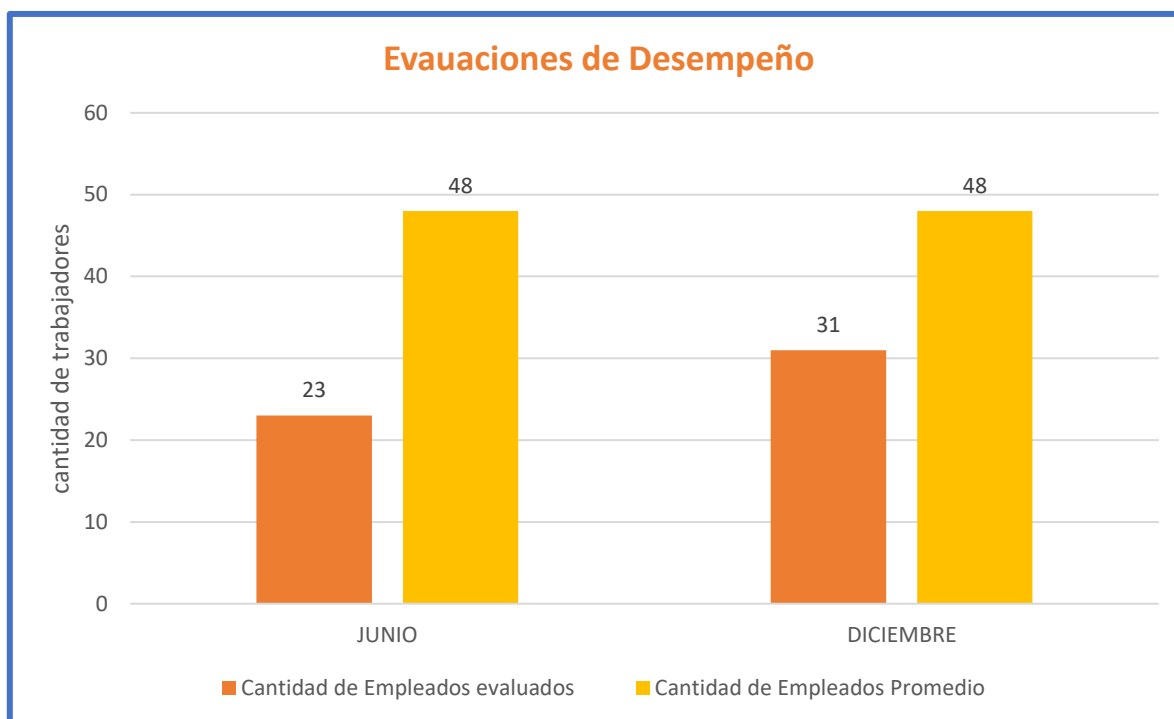
Finalmente, el Centro Comercial Unicentro Villavicencio fue invitado a la Premiación **“La Noche de los Mejores”**, evento organizado por **Fenalco Meta**, donde, a través de la postulación del colaborador **Miguel Ángel Vargas Padilla – Auxiliar Logístico de Estacionamiento**, se obtuvo una condecoración en la categoría **Mejor Empleado del Año 2025**.

15.7 Indicadores de Gestión

Los indicadores de ausentismo, rotación de personal, evaluaciones de desempeño y cumplimiento del programa de capacitación fueron monitoreados conforme a la matriz de indicadores del Sistema de Gestión Integrado, identificando oportunidades de mejora para la vigencia siguiente.

15.8 Evaluaciones de Desempeño

Se mantuvo la implementación del proceso de evaluación de desempeño para los colaboradores con una antigüedad superior a seis (6) meses, promoviendo espacios de retroalimentación continua. Este proceso contribuyó al fortalecimiento del compromiso, el desarrollo profesional y la mejora del desempeño individual y colectivo del equipo de trabajo.



Nota. Fuente. Unicentro - Matriz Medición de Indicadores de Gestión 2025.

Durante el año 2025 se realizó un seguimiento al proceso de evaluaciones de desempeño del personal, tomando como referencia los meses de junio y diciembre. En ambos periodos, la cantidad promedio de empleados fue de 48 trabajadores.

En el mes de junio, se evaluó a un total de 23 empleados, lo que representa una cobertura parcial del personal. Para el mes de diciembre, el número de empleados evaluados aumentó a 31, evidenciando un incremento significativo en la aplicación de las evaluaciones de desempeño respecto al primer semestre del año.

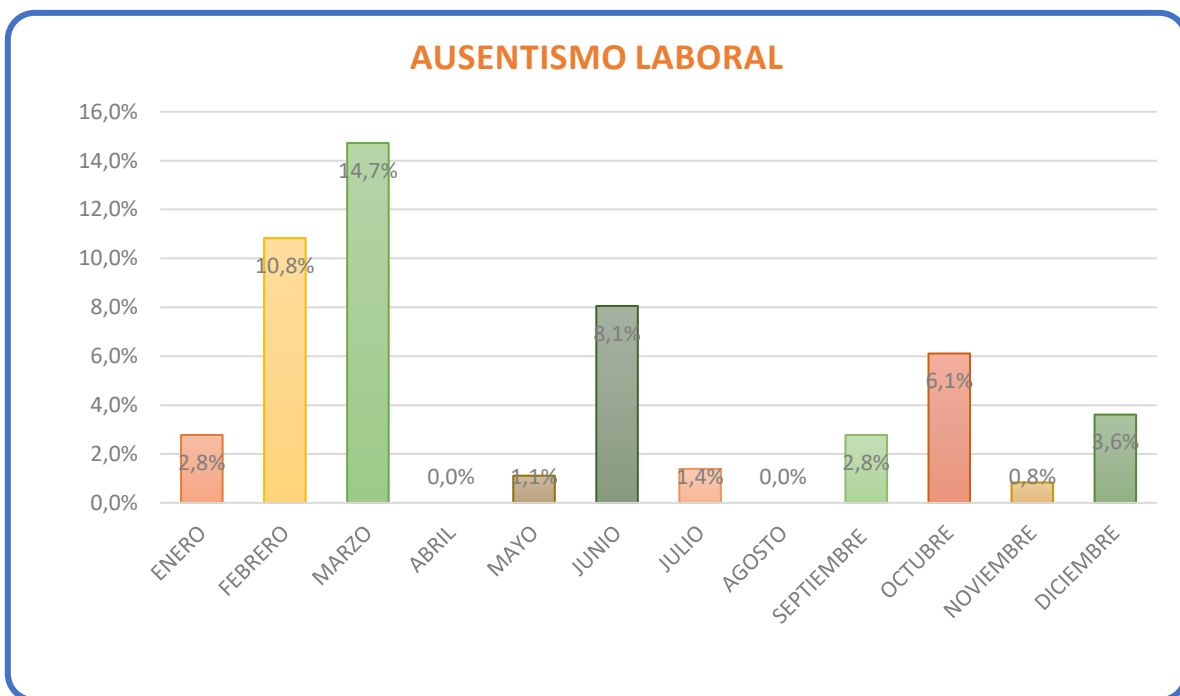
Este aumento refleja una mejora en la gestión del proceso de evaluación, demostrando un mayor compromiso con el seguimiento del rendimiento del personal hacia el cierre del año. No obstante, los resultados también

muestran que aún existe una brecha por cubrir, ya que no se alcanzó la evaluación del 100% de los trabajadores.

15.9 AUSENTISMO

Con este indicador se busca medir la ausencia del puesto de trabajo, a través de diferentes causas relacionado al entorno laboral.

Tipo de Permiso	Tipo de ausentismo
LN: Licencia no remunerada	LM: Licencia Maternidad
AV: Anticipo de vacaciones	INC EG: Incapacidad Enfermedad General
PP: Permiso Personal	INC AT: Incapacidad Accidente De Trabajo
CP: Compensatorio	INC EL: Incapacidad Enfermedad Laboral
ES: Estudios	AUS: Falta de Ausencia Sin Aviso
ME: Médicos	LN: Licencia Remunerada



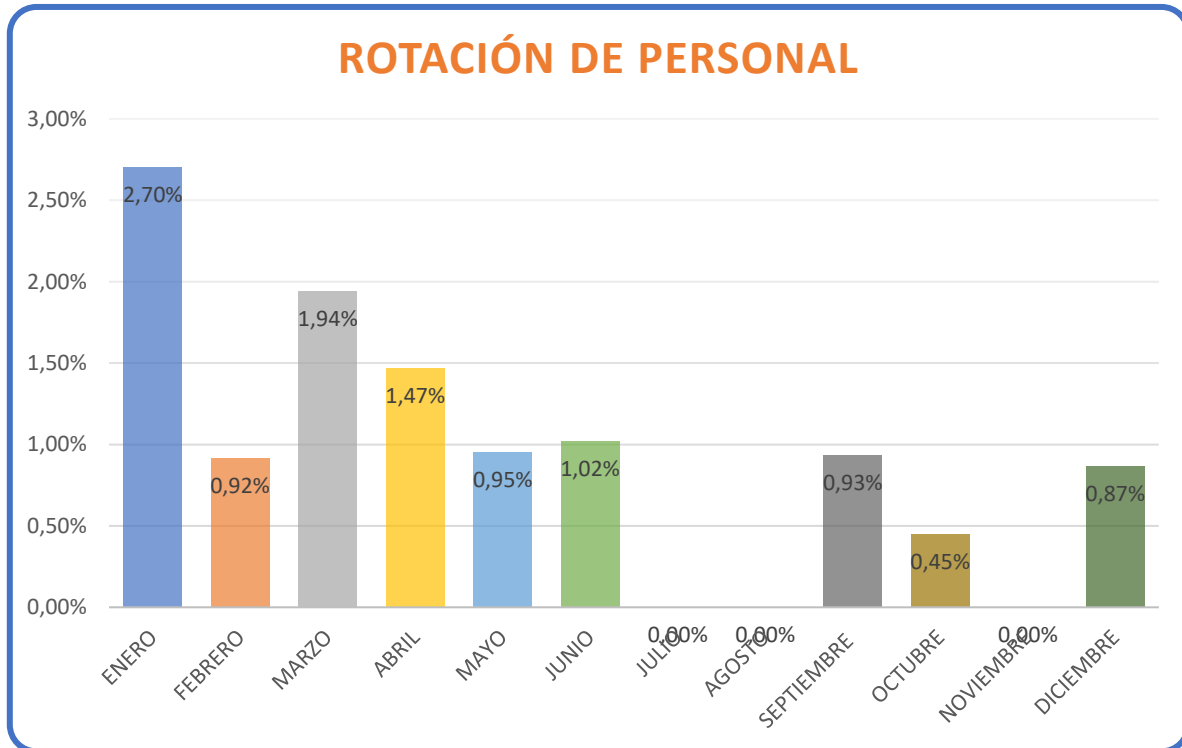
Nota. Fuente. Unicentro - Matriz Medición de Indicadores de Gestión 2025.

Durante el primer trimestre, se observa un incremento progresivo del ausentismo, pasando de 2,8% en enero a 10,8% en febrero, alcanzando su máximo anual en marzo con 14,7%. Estos incrementos no respondieron a un ausentismo recurrente, sino a situaciones médicas puntuales.

Los mayores niveles de ausentismo, registrados principalmente en los meses de febrero, marzo, junio y octubre, estuvieron asociados a incapacidades médicas derivadas de procedimientos quirúrgicos, que afectaron a cinco (5) trabajadores durante el año. Dichas incapacidades fueron de carácter temporal y debidamente justificadas.

15.10 ROTACIÓN DE PERSONAL

Este indicador permite conocer el % de incidencia con el que, rota el personal en los puestos de trabajo, permitiendo estar en la mejora continua.

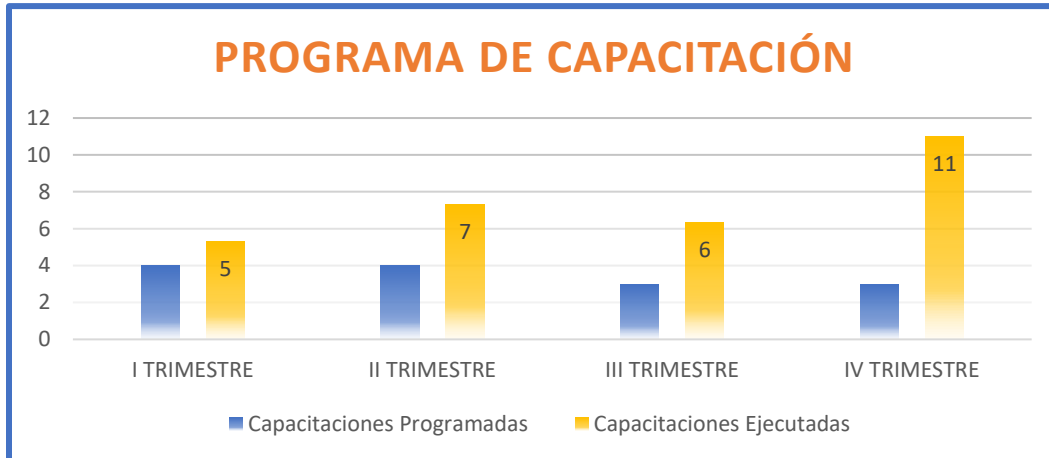


Nota. Fuente. Unicentro - Matriz Medición de Indicadores de Gestión 2025.

Durante la gestión 2025, la rotación de personal se mantuvo en niveles bajos y controlados, evidenciando estabilidad en la planta de trabajadores. Los mayores porcentajes se registraron al inicio del año, dado a la desvinculación del personal que se contrató en diciembre 2024 como apoyo a la temporada decembrina y particularmente en los meses de, marzo y abril se ve un leve crecimiento, sin embargo, estos valores no representaron un impacto significativo en la continuidad operativa.

15.11 Programa de Capacitación

Este indicador permite conocer el cumplimiento de las capacitaciones ejecutadas Vrs las programadas por cada mes, permitiendo así fortalecer el conocimiento de los trabajadores, acorde al plan de capacitación generado para el 2025 por parte del área de Talento Humano y SIG.



Nota. Fuente. Unicentro - Matriz Medición de Indicadores de Gestión 2025.

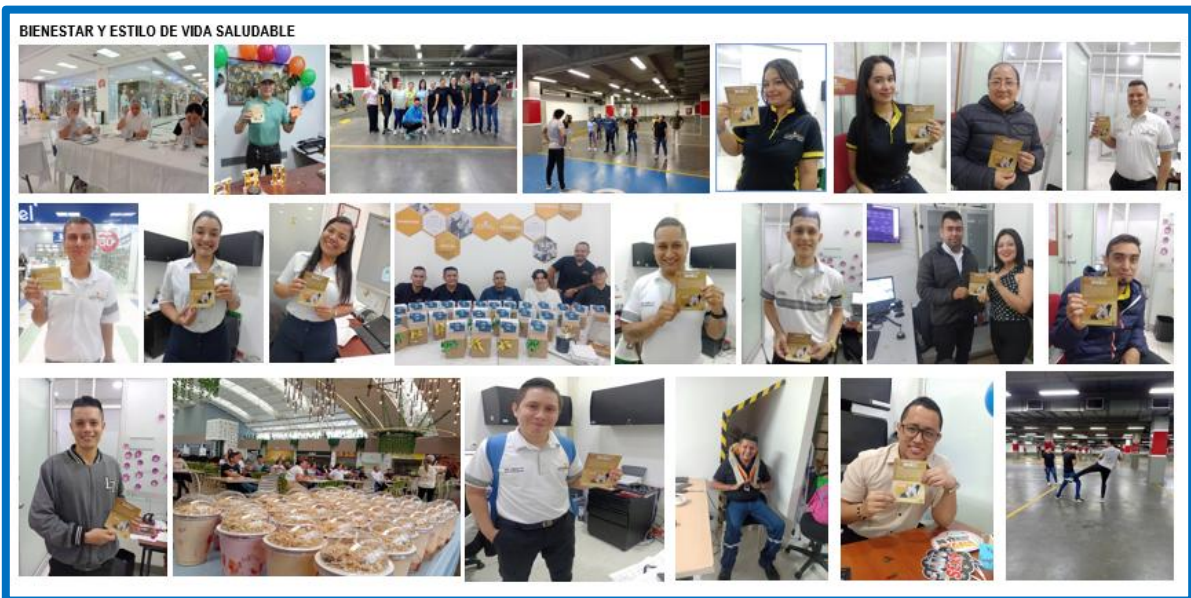
Durante el año 2025, el Programa de Capacitación presentó un desempeño superior a lo planificado en todos los trimestres. Este comportamiento evidencia una alta capacidad de ejecución y una respuesta favorable a las necesidades de formación identificadas durante el periodo.

En términos generales, los resultados demuestran el compromiso institucional con el desarrollo de capacidades y sugieren la conveniencia de ajustar la planificación futura para alinearla de manera más precisa con la demanda real y la capacidad operativa demostrada.

CONCLUSIONES

La gestión del Área de Talento Humano durante la vigencia 2025 permitió consolidar procesos, garantizar el cumplimiento normativo y aportar al fortalecimiento organizacional. Se identifican oportunidades de mejora orientadas al fortalecimiento de la planeación, seguimiento de indicadores y desarrollo del talento humano.

15.12 Registro de las Actividades Ejecutadas Durante la Vigencia 2024





15.13 Plan de Acción 2026

Fortalecer la gestión del talento humano mediante la optimización de procesos, el cumplimiento normativo y el desarrollo integral de los colaboradores.

ACCIONES:

1. Fortalecer el cumplimiento del programa anual de capacitación, asegurando una ejecución mínima del 90%.
2. Implementar acciones de retención del talento y disminución de la rotación.
3. Incrementar el cumplimiento del indicador de evaluaciones de desempeño al 85%.
4. Continuar con la implementación progresiva de la reducción de la jornada laboral conforme a la Ley 2101 de 2021.
5. Fortalecer programas de bienestar y salud mental.
6. Optimizar la gestión de cobro de incapacidades.
7. Actualizar y socializar políticas internas conforme a cambios normativos.
8. Fortalecer los procesos de inducción y reinducción.



20 AÑOS

**INFORME
JURÍDICO**

2026

16. INFORME DE GESTIÓN DE CARTERA Y SITUACIÓN JURÍDICA

16.1 Resumen de la Cartera al Cierre de 2025

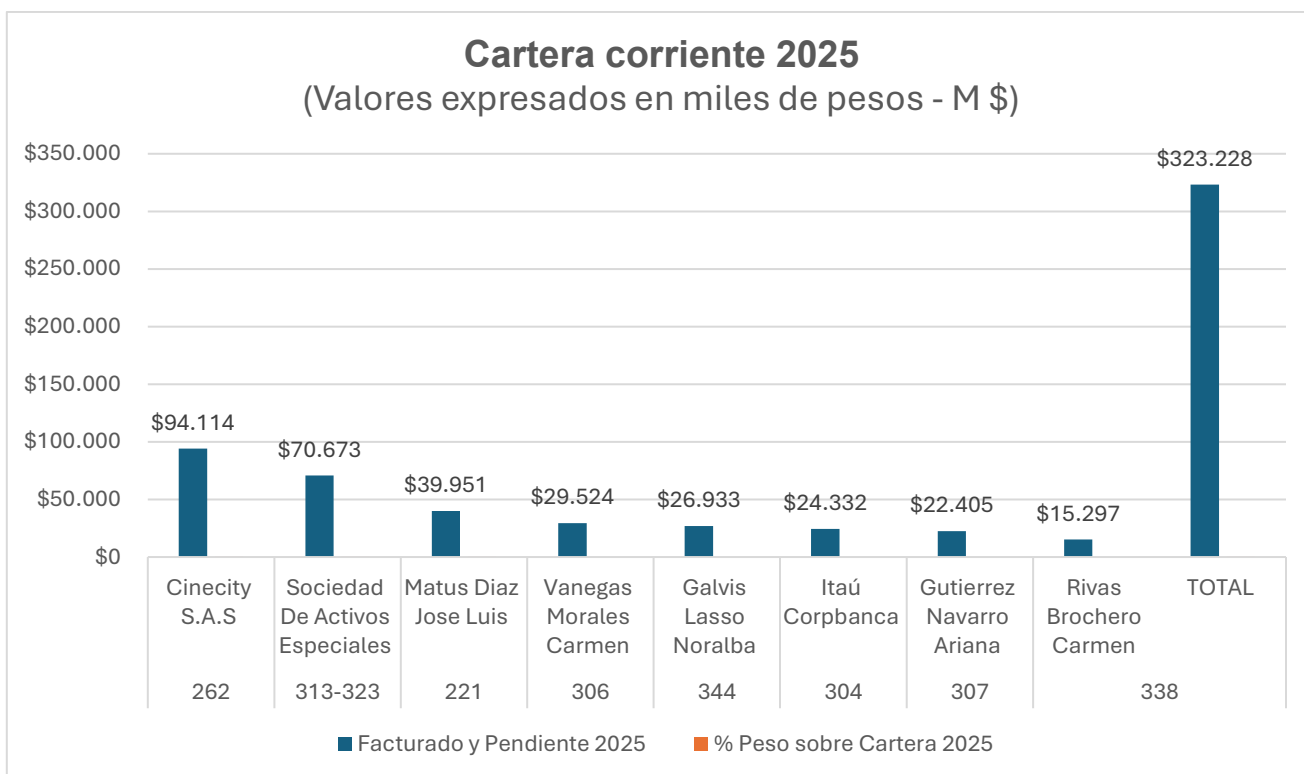
Al finalizar el periodo 2025, la cartera total del Centro Comercial asciende a **\$1.923.546 (en miles)**. La situación es crítica en cuanto a la antigüedad de las deudas:

- **De difícil cobro:** Representa el **92,18%** de la cartera total (\$1.773.047).
- **Concentración:** Solo 8 deudores principales concentran gran parte del monto facturado y no pagado durante 2025, destacando **Cinecity S.A.S.** (Local 262) con un 29% y la **Sociedad de Activos Especiales - SAE** (Locales 313-323) con un 22%.
- **Gestión de Recaudo:** Durante 2025, se logró recaudar el **12,66%** de la cartera de expensas de 2024 y solo el **1,42%** de la cartera calificada como difícil cobro del año anterior.

Principales deudores que no pagaron la facturación correspondiente al año 2025 (cartera corriente), detallando su participación sobre el total facturado y pendiente de dicho periodo (\$323.228 en miles):

Deudores Cartera Corriente 2025
(Valores expresados en miles de pesos - M \$)

Q	Local	Deudor	Facturado y Pendiente 2025	% Peso sobre Cartera 2025
1	262	Cinecity S.A.S	\$ 94.114	29%
2	313-323	Sociedad De Activos Especiales	\$ 70.673	22%
3	221	Matus Díaz Jose Luis	\$ 39.951	12%
4	306	Vanegas Morales Carmen	\$ 29.524	9%
5	344	Galvis Lasso Noralba	\$ 26.933	8%
6	304	Itaú Corpbanca	\$ 24.332	8%
7	307	Gutierrez Navarro Ariana	\$ 22.405	7%
8	338	Rivas Brochero Carmen	\$ 15.297	5%
		TOTAL	\$ 323.228	100%



Observaciones

- **Impacto Mensual:** Estos deudores representan un promedio mensual de **\$26.936** que dejó de ingresar a la caja por concepto de expensas comunes durante el año 2025.
- **Concentración:** Tan solo los dos primeros deudores (**Cinecity y SAE**) representan el **51%** del déficit de recaudo corriente del año.

Perfil del Deudor: El **5%** de los copropietarios totales del centro comercial son quienes concentran este monto no pagado en todo el año

16.1 Estado de los Procesos Jurídicos Relevantes

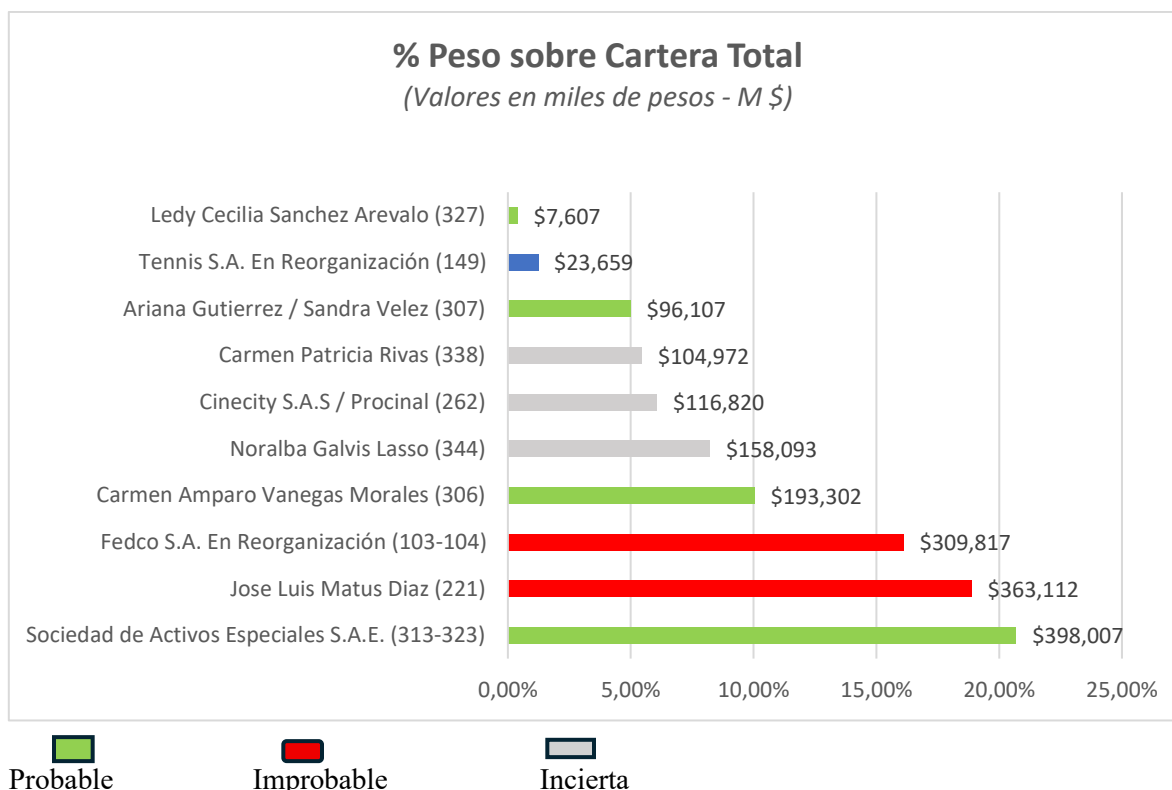
La gestión jurídica se divide actualmente entre dos firmas externas con los siguientes resultados destacados:

A continuación, se presenta la tabla actualizada incluyendo el peso porcentual de cada caso sobre la **cartera total por edades (\$1.923.546 en miles)**, según lo reportado en los estados financieros a diciembre de 2025.

Resumen de Cartera y Situación Jurídica

(Valores en miles de pesos - M \$)

Deudor (Local)	Estado del Proceso	Valor de la Cartera (Capital + Intereses)	% Peso sobre Cartera Total	Probabilidad de Recaudo
Sociedad de Activos Especiales S.A.E. (313-323)	Pendiente de fijación de fecha para audiencia de conciliación.	\$398.007 (\$281.260 de capital + \$116.747 de intereses)	20,69%	Probable
Jose Luis Matus Diaz (221)	Inmueble a disposición de la DIAN por proceso de cobro coactivo.	\$363.112 (\$288.377 de capital + \$74.735 de intereses)	18,88%	Improbable
Fedco S.A. En Reorganización (103-104)	Proceso de insolvencia; el Centro Comercial es acreedor de 5ª clase.	\$ 309.817	16,11%	Improbable
Carmen Amparo Vanegas Morales (306)	El juzgado ordenó seguir adelante con la ejecución el 17 de junio de 2025.	\$193.302 (\$128.396 de capital + \$64.906 de intereses)	10,05%	Probable
Noralba Galvis Lasso (344)	Pendiente de resolución sobre el recurso contra la actualización del avalúo comercial.	\$158.093 (\$110.765 de capital + \$47.328 de intereses)	8,22%	No asegurada a corto o largo plazo
Cinecity S.A.S / Procinal (262)	Notificada en octubre de 2025; se solicitó sentencia.	\$116.820 (\$104.036 de capital + \$12.784 de intereses)	6,07%	Incierta por reorganización
Carmen Patricia Rivas (338)	Solicitado el secuestro de la cuota parte del inmueble; pendiente de resolución.	\$104.972 (\$78.049 de capital + \$26.923 de intereses)	5,46%	Incierta (local embargado por otro juzgado)
Ariana Gutiérrez / Sandra Velez (307)	El juzgado ordenó seguir la ejecución (sentencia) en septiembre de 2025.	\$96.107 (\$76.006 de capital total + \$20.101 de intereses)	5,00%	Probable
Tennis S.A. En Reorganización (149)	Empresa en proceso de reorganización.	\$ 23.659	1,23%	Sin reporte jurídico detallado
Ledy Cecilia Sánchez Arévalo (327)	Acuerdo de pago vigente y cumpliendo al día.	\$ 7.607	0,40%	Posible según cumplimiento



Nota sobre la Cartera Total: El cálculo porcentual se basa en la **Cartera Total por Edades de \$1.923.546** reportada al cierre de 2025. Los casos aquí listados representan aproximadamente el **92,11%** de la cartera total, coincidiendo con el análisis financiero que indica que el **92,18%** de la cartera es de difícil cobro.

Notas Adicionales:

- **Itaú Colombia S.A. (Locales 106 y 304):** Se reformó la demanda para incluir ambos locales y se solicitó secuestro y sentencia. Aunque no figura en la tabla principal de valores totales de difícil cobro, su facturación no pagada en 2025 asciende a **\$24.332**.
- **Inversiones Apla S.A.S. (Local 305):** Existe un acuerdo de pago realizado en mayo de 2025 que se viene cumpliendo satisfactoriamente.
- **Deterioro de Cartera:** Del total de cuentas de difícil cobro (\$1.773.046), el centro comercial ha reconocido un deterioro de valor del **53,45%** (\$947.636)

Principales Obstáculos para el Recaudo

- ✓ **Demoras Judiciales:** Los despachos presentan retrasos significativos en el trámite de memoriales y actuaciones, lo que impide dar fechas exactas de recaudo.
- ✓ **Insolvencia y Reorganización:** Varios deudores (Fedco, Procinal/Cinecity) se encuentran bajo procesos de la Superintendencia de Sociedades, lo que supedita el pago a la prelación de créditos y acuerdos específicos.

- ✓ **Concurrencia de Embargos:** En casos como el Local 338, existen embargos previos de otros juzgados que dificultan la ejecución de la sentencia del Centro Comercial.

17. Análisis Detallado de los Casos:

17.1 Procesos a favor en poder del Abogado Oscar Jaimes.

17.1.2 Propietaria: NORALBA GALVIS LASSO (51.825.550)

Radicado: 500014189002-2022-00121-00

Local #344.

- Mediante auto del 02 de septiembre de 2025, el Juez ordena actualizar el avalúo comercial presentado el 20 de febrero de 2024 del inmueble embargado y secuestrado, por haber transcurrido más de un año de vigencia.
- Se presentó recurso de reposición atacando el auto en mención, donde se le señala al Juez que si el avalúo venció no fue por causas atribuibles al Centro Comercial, sino, al Despacho judicial por no dar trámite oportuno al mismo.
- Se encuentra al Despacho del Juez para resolver.
- Por medio del presente cobro judicial se puede recaudar lo perseguido, sin embargo, es importante señalar que en un proceso judicial así existan medidas cautelares decretadas y practicadas, no se puede asegurar el éxito del mismo a corto o largo plazo; dado que en el curso del proceso puede surgir diferentes circunstancias, tales como insolvencia económica del demandado, demandas laborales, demandas de alimentos, cobros coactivos por el Municipio, organismos de Tránsito o incluso de la Dian.
- Aunado con lo anterior, debemos tener en cuenta que la mayoría de los Despachos judiciales son muy demorados para dar trámite a los memoriales y a las actuaciones procesales, por esa razón no se puede dar una fecha aproximada de cuando se recaudará el dinero.

17.1. 3 Fedco S.A en Reorganización (890.109.640-3)

Radicado: 500013153001-2022-00257-00

Locales #103 y 104.

- El proceso está en suspenso, por el acuerdo de pago vigente.
- Por medio del presente cobro judicial es difícil recaudar lo perseguido y la ejecución de la sentencia es incierta, viéndolo desde el punto de vista jurídico, debido a la reorganización empresarial en que se encuentra la demandada, teniendo en cuenta que todos los bienes de FEDCO se encuentran embargados y a disposición de la SuperSociedades; sin embargo, se hizo acuerdo de pago con la demandada y a la fecha vienen cumpliendo con los pagos, pero quedamos sujetos al cumplimiento de un contrato de arriendo con un tercero, que en este caso es NAUTICA.

17.1.4 propietaria: Ledy Cecilia Sánchez Arévalo (60.297.263)

Radicado: 500014003005-2023-00791-00

Local #327.

- Entró en acuerdo de pago en agosto de 2024 y a la fecha vienen cumpliendo. Proceso en suspenso mientras se verifique el cumplimiento del acuerdo.
- Por medio del presente cobro judicial se puede recaudar lo perseguido, sin embargo, es importante señalar que en un proceso judicial así existan medidas cautelares decretadas y practicadas, no se puede asegurar el éxito del mismo a corto o largo plazo; dado que en el curso del proceso puede surgir diferentes circunstancias, tales como insolvencia económica del demandado, demandas laborales, demandas de alimentos, cobros coactivos por el Municipio, organismos de Tránsito o incluso de la Dian.
- Aunado con lo anterior, debemos tener en cuenta que la mayoría de los Despachos judiciales son muy demorados para dar trámite a los memoriales y a las actuaciones procesales, por esa razón no se puede dar una fecha aproximada de cuando se recaudará el dinero.

17.1.5 Propietaria: ITAÚ COLOMBIA S.A.

Radicado: 500014003006-2025-00125-00

Locales # 106 y 304.

- Se reformó la demanda, en la que se incluyó la deuda del local 106, por ser también de propiedad de ITAÚ COLOMBIA S.A.
- Se solicitó secuestro del inmueble, teniendo en cuenta que el mismo está debidamente embargado y se solicitó sentencia.
- Se encuentra al Despacho del Juez para resolver.
- Por medio del presente cobro judicial se puede recaudar lo perseguido, sin embargo, es importante señalar que en un proceso judicial así existan medidas cautelares decretadas y practicadas, no se puede asegurar el éxito del mismo a corto o largo plazo; dado que en el curso del proceso puede surgir diferentes circunstancias, tales como insolvencia económica del demandado, demandas laborales, demandas de alimentos, cobros coactivos por el Municipio, organismos de Tránsito o incluso de la Dian.
- Aunado con lo anterior, debemos tener en cuenta que la mayoría de los Despachos judiciales son muy demorados para dar trámite a los memoriales y a las actuaciones procesales, por esa razón no se puede dar una fecha aproximada de cuando se recaudará el dinero

17.1.6 Propietaria: PROCINAL BOGOTA LIMITADA.

Radicado: 500014003004-2025-00500-00

Local # 262.

- Mediante auto de fecha 10 de octubre de 2025, el Juzgado corrigió y modificó el auto de mandamiento de pago de fecha 02 de septiembre de 2025 contra la demandada y se procedió a enviar el citatorio de notificación.
- Se notificó debidamente a la demandada en octubre de 2025 y se solicitó sentencia.
- Por medio del presente cobro judicial es difícil recaudar lo perseguido y la ejecución de la sentencia es incierta, viéndolo desde el punto de vista jurídico, debido a la reorganización empresarial en que se encuentra la demandada, teniendo en cuenta que todos los bienes de PROCINAL se encuentran

embargados y a disposición de la SuperSociedades; sin embargo, los procesos jurídicos anteriores, se ha logrado el recaudo por medio de acuerdo de pago.

- Aunado con lo anterior, debemos tener en cuenta que la mayoría de los Despachos judiciales son muy demorados para dar trámite a los memoriales y a las actuaciones procesales, por esa razón no se puede dar una fecha aproximada de cuando se recaudará el dinero.

17.1.7 Propietaria: INVERSIONES APLA S.A.S.

Radicado: 500014003011-2025-00502-00

Local # 305.

- El Juzgado libró mandamiento de pago y decreto embargo del local el día 15 de julio de 2025.
- Se realizó acuerdo de pago con el deudor el día 22 de mayo de 2025, y a la fecha viene dando cumplimiento al mismo.
- Por medio del presente cobro judicial se puede recaudar lo perseguido, sin embargo, es importante señalar que en un proceso judicial así existan medidas cautelares decretadas y practicadas, no se puede asegurar el éxito del mismo a corto o largo plazo; dado que en el curso del proceso puede surgir diferentes circunstancias, tales como insolvencia económica del demandado, demandas laborales, demandas de alimentos, cobros coactivos por el Municipio, organismos de Tránsito o incluso de la Dian.
- Aunado con lo anterior, debemos tener en cuenta que la mayoría de los Despachos judiciales son muy demorados para dar trámite a los memoriales y a las actuaciones procesales, por esa razón no se puede dar una fecha aproximada de cuando se recaudará el dinero.

17.1.8 Propietaria: CARMEN PATRICIA RIVAS (51.589.075)

Radicado: 500014003001-2019-00788-00

Local #338

- El 13 de junio de 2025, el Juez decretó embargo de una cuota parte de un lote en cabeza de la demandada; se radicó los oficios en la ORIP.
- El 06 de octubre de 2025, se solicitó el secuestro del inmueble, teniendo en cuenta que quedó debidamente embargada la cuota parte.
- Se encuentra al Despacho del Juez para resolver.
- Por medio del presente cobro judicial es difícil recaudar lo perseguido y la ejecución de la sentencia es incierta, teniendo en cuenta que el local comercial sobre el cual adeuda las expensas se encuentra embargado por otro Juzgado. Se le encontró una cuota parte en cabeza de la señora y se solicitó embargo de la misma, está pendiente verificar si se registró la medida, esperemos que la demandada NO haya vendido la cuota parte, debido a la demora en el Juzgado.

17.2 Procesos en poder del abogado Rafael Enrique Plazas

17.2.1 Demandados: CARMEN AMPARO VANEGAS MORALES Y OTRO:

No. LOCAL: 306

Proceso: Ejecutivo

Juzgado: 2 Civil Municipal de Villavicencio

Radicado: 50001400300220210075700

- Etapa del proceso, 21/01/2022 Libra mandamiento de pago y decreta medida cautelar – 24/05/2022 Allega citación por decreto positiva – Las demandadas están debidamente notificadas. El Juzgado por medio de auto de fecha 17 de junio de 2025, ordena seguir adelante la ejecución. Pendiente se ordene el secuestro del inmueble.
- Probabilidad de recaudo: probable - Hay posibilidades de recuperar, teniendo en cuenta el avalúo del inmueble.

17.2.2 Demandados: SOCIEDAD ACTIVOS ESPECIALES S.A.E.

No. LOCALES: 313-323

Proceso: Ejecutivo

Juzgado: 3 Civil Municipal de Villavicencio

Radicado: 50001400300320210083200

- Etapa del proceso: 08/11/2021 Libra mandamiento de pago – 26/10/2022 Auto tiene notificado por conducta concluyente – La demandada fue notificada propuso excepciones de fondo. Pendiente que el Juzgado fije fecha de audiencia de conciliación. La sociedad presentó acuerdo de pago el cual no fue aceptado por la administración.
- Probabilidad de recaudo: probable - Hay posibilidades de recuperar, teniendo en cuenta el avalúo del inmueble. Proceso demorado en virtud que la parte demandada propuso excepciones.

1. 17.2.3 Demandados: SANDRA PATRICIA VELEZ CARDONA / ARIANA CAROLINA GUTIERREZ NAVARRO

No. LOCAL: 307

Proceso: Ejecutivo

Juzgado: 7 Civil Municipal de Villavicencio

Radicado: 50001400300720220018800

- Etapa del proceso: 16 de septiembre de 2025 por medio de auto el Juzgado ordena seguir adelante la ejecución (Sentencia). 30/10/2025 Se presentó liquidación de crédito.
- Probabilidad de recaudo: probable - Hay posibilidades de recuperar, teniendo en cuenta el avalúo del inmueble.

17.2.3 Demandados: SOCIEDAD ACTIVOS ESPECIALES S.A.E.

No. LOCAL: 323

Proceso: Ejecutivo

Juzgado: 8 Civil Municipal de Villavicencio

Radicado: 50001400300820210082900

- Etapa del proceso: 15/10/2021 Libra mandamiento de pago – 01/03/2023 Juzgado ordenó seguir adelante la ejecución – 13/03/2023 se presentó liquidación de crédito. Como quiera que, según información de cartera, el inmueble fue arrendado a un tercero por la SAE, conforme a lo estipulado en el artículo 29 de la Ley 675-01, se puede elaborar factura electrónica al tercero, quien solo está obligado a pagar las cuotas que se causen a partir del contrato de arrendamiento.

- Probabilidad de recaudo: probable – Hay posibilidades de recuperar, teniendo en cuenta el avalúo del inmueble.

17.2.4 Demandados: JOSE LUIS MATUS DIAZ

No. LOCAL: 221

Proceso: Ejecutivo - Acumulado

Juzgado: 4 Civil del Circuito de Villavicencio

Radicado: 50001310300420060023300

- Etapa del proceso: 02/12/2016 Libra mandamiento de pago – El inmueble esté embargado por cobro coactivo y fue puesto a disposición de la DIAN
Probabilidad de recaudo: improbable – Porque el proceso fue enviado a la Dian.

17.2.5 Demandados: FEDCO

No. LOCAL: 103 Y 104

Proceso: Insolvencia

Superintendencia de Sociedades

- Etapa del proceso: a la fecha no ha habido acuerdo dentro de este proceso – El Centro Comercial Unicentro P.H. aparece reconocido como acreedor de 5ª clase.
- Probabilidad de recaudo: improbable – Porque se inició proceso de insolvencia ante la SuperSociedades.

18 Demandas en contra del centro comercial:

A la fecha no se tienen procesos en contra de la copropiedad Unicentro Villavicencio.