Medellín, febrero de 2026

Señores
LOCATARIOS
CENTROS COMERCIALES GRAN PLAZA

Cordial saludo

Teniendo en cuenta la importancia que tiene para nosotros cada una de las marcas aliadas, en calidad de operadores del portafolio de los centros comerciales Gran Plaza, queremos darles claridad sobre el incremento en las cuotas de administración.

Estos ingresos son los recursos que como operadores del centro comercial utilizamos para cubrir los gastos relacionados con la administración del activo, tales como vigilancia, aseo, mercadeo y servicios públicos de las zonas comunes. Los primeros dos ítems mencionados tienen un gran componente de mano de obra, razón por la cual año a año tienen incrementos superiores al aumento que se fija para el salario mínimo. Adicionalmente, cada uno de ellos es sumamente importante para mantener nuestros Gran Plaza en condiciones óptimas de operación y ofrecer la mejor experiencia para todos los visitantes.

Considerando que hemos adelantado inversiones para mejorar nuestros activos, teniendo en cuenta la reforma que recorta la jornada laboral desde hace un año y dada la coyuntura económica global y nacional, amparados en la potestad que tenemos por contrato para fijar el valor de las cuotas de administración, **hemos realizado esfuerzos para no trasladar el incremento del salario mínimo y logramos ajustar dichos valores a un incremento del 12%** para asegurar la sostenibilidad y el buen funcionamiento de los servicios que ofrecemos.

Esta medida responde a la creciente presión sobre nuestros costos operativos y busca garantizar que podamos seguir manteniendo los altos niveles de calidad y eficiencia que nuestros locatarios y visitantes merecen. Seguiremos trabajando con el mismo compromiso para adaptarnos a los cambios, optimizando recursos y mejorando continuamente para brindar un excelente servicio sin afectar los resultados de nuestros aliados y la experiencia de nuestros clientes.

Frente a su solicitud de ajuste de horarios le informamos que desde el centro comercial no se harán ajustes inicialmente, ya que consideramos que el consumo se mantendrá, especialmente en los estratos 1,2 y 3 que es nuestro público objetivo y se definió como portafolio esperar dicho comportamiento durante los primeros 3 meses del año para analizar los resultados de tráfico y ventas para una toma de decisión analizada y que responda a resultados medibles.

Atentamente,

Tatiana Maria Vallejo de la Roche
Gerente Comercio
Pactia SAS