

THE MALL AT MILLENIA

Hoja de datos para los medios

The Mall at Millenia figura como el único destino de compras de lujo en Orlando con una amplia selección de finas tiendas tanto para el turista como el comprador local. Mucho más que el típico centro comercial en Florida Central, The Mall at Millenia cuenta con un listado impresionante de tiendas internacionales, entre ellas, Chanel, Louis Vuitton, Gucci, Sephora y H&M, además de varias de las marcas de EE.UU. más buscadas como lo son Apple, Tiffany & Co., Michael Kors, Tory Burch y Abercrombie & Fitch. Aparte de ostentar un diseño único y acabados que acentúan su ambiente de lujo, y más allá de sus tiendas exclusivas y atmósfera singular, The Mall at Millenia también ofrece muchos restaurantes concurridos y cosmopolitas que incluyen: The Capital Grille, The Cheesecake Factory, P.F. Chang's, Brio Tuscan Grille y Earl's Kitchen + Bar.

Ubicación: 4200 Conroy Road | Orlando, FL 32746
(Exit 78 saliendo de la autopista Interstate I-4)
A escasos minutos de la Florida Turnpike, el centro de convenciones Orange County Convention Center, Universal Orlando Resort y SeaWorld; a 10 minutos del centro de la ciudad de Orlando; a 12 minutos del Aeropuerto Internacional de Orlando; a 15 minutos de Walt Disney World Resort; y a 20 minutos de más de 140.000 habitaciones de hotel.

Teléfono: 407. 363.3555

Horario: lunes a sábado: 10 a.m. a 9 p.m.
domingo: 11 a.m. a 7 p.m.
Algunas tiendas especiales, tiendas por departamento cuentan con un horario distinto observado también en días feriados.

Página web: <http://es.mallatmillenia.com/>
English, Español, Português, Deutsch, Mandarin

Sala para medios: <http://es.mallatmillenia.com/media-press>

Blog: [Fashionable News \(Noticias de moda\)](#)

Boletín electrónico: [The Haute List](#)

Medios sociales: www.facebook.com/themallatmillenia
www.instagram.com/themallatmillenia

www.twitter.com/millenitweets
www.youtube.com/user/themallatmillenia
www.tripadvisor.com/attractions (The Mall at Millenia)

Comodidades:

- Servicio de concierge multilingüe y completo
- NUEVO: Servicio de concierge vía texto 407.777.2444 (pueden cobrarse tarifas de data celular)
- Cambio de moneda extranjera
- Servicios oficiales para visitantes **Visit Orlando**
- Oficina de Correo EE.UU. con servicio completo
- Coches y sillas de ruedas de cortesía
- Estaciones gratis para cargar celulares y artefactos electrónicos
- Estaciones de cortesía para cargar vehículos eléctricos
- WiFi sin costo alguno
- Asistentes personales de compras disponibles por cita
- Servicio de sastre en el sitio mismo por cita
- Operadores de Tours personalizados y programas “VIP” de bienvenida
- Cajeros automáticos
- Estacionamiento valet y servicio de taxi
- Áreas para alimentar a bebés
- Tarjetas regalo

Galardones:

- Nombrado el 6º centro comercial generador de mayores ventas en EE.UU. por Green Street Advisors conforme reportado por la revista [Fortune magazine](#) (2014)
- Nombrado el 10º centro de compras de mayor éxito en el mundo por *Shopping Centers Today* (2012)
- Ganador del premio anual de diseño y desarrollo internacional 20th Annual ICSC International Design and Development Award (2004)
- Receptor del galardón IESNYC Lumen Award (2003) de la ciudad de Nueva York - New York City Section, reconocimiento público creado para reconocer a miembros cuyos diseños de iluminación excepcional se distinguen por profesionalismo, ingenio y originalidad que terminen distinguiéndose entre los proyectos de iluminación más innovadores en el mundo.

Inauguración: 18 de octubre de 2002 – *Celebrando 15 años de compras de categoría mundial*

Tiendas: 150 tiendas y ocho restaurantes | 112.000 m² | 5.600 puestos de estacionamiento

Este centro comercial cuenta con reconocidas tiendas de lujo de fama internacional y las marcas de referencia de mayor demanda. The Mall at Millenia ofrece una insuperable colección de boutiques existentes en todo el mundo entre las cuales se destacan: Chanel, Louis Vuitton, Gucci, Bvlgari, Saint Laurent Paris, Cartier, Prada, Salvatore Ferragamo, Breitling, Emporio Armani, Burberry, Jimmy Choo, BOSS Store, Pandora y Lacoste. Además de las tiendas preferidas de EE.UU. que incluyen Apple, Tiffany & Co., Michael Kors, Tory Burch, Kate Spade New York, Hollister & Co., Henri Bendel, Abercrombie & Fitch, MAC, Banana Republic, Anthropologie y Urban Outfitters.

Más de un tercio de las tiendas que figuran aquí no se encuentran duplicadas en el mercado. The Mall at Millenia representa 31 marcas globales provenientes de 11 países y tres continentes.

Restaurantes:

Ocho restaurantes y 12 expendios de comida tipo informal comprenden las opciones gastronómicas ofrecidas. Alrededor de la impactante entrada de vidrio Water Garden de 20 metros de altura se encuentran cuatro prestigiosos restaurantes: The Capital Grille, The Cheesecake Factory, P.F. Chang's China Bistro y Brio Tuscan Grille. En el segundo nivel está Earl's Kitchen + Bar. La entrada Water Garden también lleva a los visitantes a tres restaurantes adicionales – California Pizza Kitchen, Johnny Rockets y Panera Bread, además del Orangerie Cafés que comprende una colección ecléctica de 13 puntos de comidas.

Earl's Kitchen + Bar ha recibido el premio de Mejor Sitio para Comer otorgado por los lectores de la revista *Orlando Magazine* (2017)

- No. 1 - Mejor Restaurante NUEVO
- No. 1 - Mejor Lugar para Copas *Happy Hour*
- No. 2 - Mejor Restaurante
- No. 2 - Mejor Ambiente al Aire Libre
- No. 3 - Brunch

Earls Kitchen + Bar recibió también el galardón Foodie Awards de parte de los lectores del diario *Orlando Sentinel* (2017)

- Mejor Restaurante en General
- Mejor Restaurante Debutante

Arquitectura:

Alrededor del amplio Grand Court, una impresionante área dentro del centro comercial, de ocho pisos de altura con suelo circular de granito, se distinguen 12 pilares de 11 metros de alto encabezados por pantallas de alta resolución LED con capacidad para transmitir 12 canales de sonido envolvente. Sobre estas pantallas se proyectan continuamente las últimas tendencias de vanguardia de la moda en las pasarelas de Nueva York, Londres, París y Milán.

El galardonado diseño en forma de “S” de la estructura de The Mall at Millenia recuerda un invernadero, donde de punta a punta, las claraboyas abovedadas de 18 metros de alto permiten un juego de luz natural complementado por innovadores acentos en vidrio y el uso de fuentes de agua. Aquí el tema arquitectónico se distingue por emplear la forma conocida, clásica y geométrica traducida en elementos humanos del universo, la tierra, el mar y el tiempo. Esta interpretación de exquisito detalle hace que The Mall at Millenia sobresalga como sofisticado diseño que mezcla materiales provenientes del mundo entero.

**Copropiedad/
Representantes:**

[The Forbes Company](#) de Southfield, Michigan es el socio administrador de The Mall at Millenia.

Steven Jamieson, CSM, Gerente General

La exitosa carrera de Jamieson abarca más de 30 años e incluye experiencia en gestión de administración de propiedades y tiendas, además de adiestramiento y desarrollo. Jamieson combina una suprema habilidad de liderazgo con un enfoque centrado en el cliente. Antes de unirse a The Forbes Company en el 2002, Jamieson sirvió de gerente general del Orlando Fashion Square, un súper centro comercial regional de 102.000 m2, un puesto que ocupó en 1998. Esta misma posición la asumió en el centro de compras Colonial Mall Myrtle Beach en Carolina del Sur desde 1996 hasta 1998 cuando fue nombrado Gerente del Año de dicho centro por la compañía controladora Colonial Properties Trust. En Texas y Kansas también obtuvo experiencia adicional trabajando en puestos de gestión de centros comerciales.

Steven Jamieson actualmente sirve en la Junta Directiva de Visit Orlando, que es la empresa de marketing de Orlando como destino. Jamieson también ha sido miembro del Comité Ejecutivo de dicha organización y en estos momentos preside el Comité de Auditoría y Supervisión. Además, es el antiguo presidente de la Asociación de Hoteles y Alojamiento de Florida Central (CFHLA), del Consejo de Relaciones entre Aliados y actualmente es miembro de la Comisión de Relaciones Gubernamentales. Jamieson también es integrante de la Comisión de Desarrollo Económico de Metro Orlando y sirve además en su Comité de Finanzas y Auditoría. Steve Jamieson es el antiguo presidente del Club de Rotarios y es miembro del Consejo Internacional de Centros Comerciales (ICSC). En 1993 Jamieson obtuvo la certificación de manos de Development Dimensions International – DDI, organización Dimensiones de Desarrollo Internacional, como instructor de desarrollo y adiestramiento profesional, al igual que una certificación como Gerente de Centros Comerciales (CSM), un reconocimiento otorgado por la ICSC en 1999. En el 2001 recibió su licencia de agente de bienes raíces de Florida.

Brenda Lounsberry, SCMD, Directora de Marketing

Brenda Lounsberry lleva más de 20 años al frente del marketing de centros comerciales. Comenzó su carrera tras licenciarse en promoción de mercancía de modas junto con un trasfondo en ventas al por menor, publicidad y eventos especiales. En el 2004 Lounsberry se mudó a Orlando, Florida para ocupar el puesto de Directora de Marketing de The Mall at Millenia. Brenda Lounsberry

dirige el departamento de marketing y está a cargo de la publicidad, el marketing, el turismo y el servicio al cliente, además de las relaciones que lleva este centro de compras con la comunidad, los comerciantes y las relaciones públicas. The Mall at Millenia se distingue como el décimo centro comercial que genera más ganancias en el mundo gracias a una clientela local fiel y su sólida base de turistas.

Actualmente, Lounsberry preside el Comité de Marketing de Visit Orlando. Es miembro de Visit Florida, de PRSA Central Florida Chapter, y de SKAL International. Brenda Lounsberry es también integrante del Consejo Internacional de Centros Comerciales (ICSC) y recibió la certificación de Directora de Marketing - CMD en 1989 y credenciales de Directora Nivel Principal de Marketing (SCMD) en 2002.

Kauren Sidhu | Directora de Marketing Turístico

Kauren Sidhu ha trabajado en el campo de marketing por más de 15 años. Su experiencia incluye una larga carrera en Universal Orlando Resort donde comenzó en el área de marketing en el Loews Hotel en la propiedad misma. Sidhu estuvo a cargo de la campaña de marketing más grande con cartera de contenido nuevo en la historia de Universal Orlando, la cual incluyó el lanzamiento de atracciones, un desfile diurno, entre otros importantes eventos para el parque. Kauren Sidhu sirvió de Gerente de Proyectos Especiales para el Jefe Principal de Marketing de Universal Orlando trabajando en proyectos de organización de alto nivel y como representante para los parques temáticos internacionales de Universal. Sidhu recibió su licenciatura con honores en Periodismo de la University of Central Florida y su Maestría en Administración de Empresas de Stetson University.

Fotos/Pie de foto: <http://es.mallatmillenia.com/media-press>

Crédito/Foto: Cortesía de The Mall at Millenia, Orlando, Florida