

MEMORIA DE LABORES



ACECOGUA
ASOCIACIÓN DE CENTROS COMERCIALES DE GUATEMALA

UN ENCUENTRO QUE SUPERÓ TODAS LAS EXPECTATIVAS

3^{er.} CONGRESO
de Centros Comerciales
de Latinoamérica 2025

SEDE GUATEMALA

El 3er Congreso Latinoamericano de Centros Comerciales se consolidó como un verdadero hito global para la industria. Cuatro días de conferencias, networking y experiencias únicas en Guatemala lograron reunir a líderes de 22 países, más de 40 speakers internacionales, 45 empresas en la Expo Comercial y cientos de asistentes que compartieron ideas, aprendizajes y visiones de futuro.

El impacto fue contundente: un alcance sin precedentes, conexiones estratégicas que cruzaron fronteras y una agenda académica que inspiró a toda la región. CLICC 2025 no solo fue un evento, fue un movimiento que reafirmó el poder del retail como motor de innovación, desarrollo y comunidad en Latinoamérica.



“

El número de centros comerciales es uno de los más importantes indicadores para medir el crecimiento y la actividad económica de un país.

Adriana Gribel
CEO Tenco Shopping Centers.



“

Si queremos ser atractivos para un cliente en constante movimiento, necesitamos generar experiencias que lo detengan, lo cautiven y lo conecten.

Jeremy McMullin
President, Partner
and Lead Creator
DESIGNCORP
International.



“

La Inteligencia Artificial, los influencers y el cringe en redes sociales forman parte de una innovación de impacto en el marketing digital.

Diego del Río
Socio We Loud Agency.



“

Innovar requiere una alta tolerancia al fracaso, es la única forma de experimentar, aprender y construir comunidad.

Ramiro Alfaro
CEO Spectrum.



“

Fortalecer el futuro de los centros comerciales con enfoque en competitividad y sostenibilidad exige anticipar riesgos y convertirlos en oportunidades.

Jose María Beneyto
Presidente del Instituto
Gobernanza y Sociedad.



“

Cuando todo cambia con un clic, innovar aprovechando la tecnología es la clave para crecer.

JJ Delgado
PhD Cum Laude Economía
digital, LinkedIn Top Voice,
exAmazon y actual Director
General de MOVE Estrella
Galicia Digital.



Pioneros del cambio:

la visión que redefine la industria del retail en Latinoamérica

Hablar del retail en América Latina es hablar de un sector que, lejos de apagarse frente al avance del comercio electrónico, se reinventa con más fuerza y creatividad. El conversatorio “*Pioneros del Cambio: Proyectos que redefinen la industria en América Latina*” dejó en claro que los centros comerciales siguen siendo protagonistas en la construcción de comunidades, la dinamización económica y la transformación urbana.

Líderes de gran trayectoria como Mario Groisman, Ramiro Alfaro, José Ignacio Menéndez Priante, David Toledo, Juan José Calle, Eduardo Pérez Marchant y Cristina Moshenek compartieron experiencias y aprendizajes que están marcando la pauta en la región para coincidir en que el éxito del retail latinoamericano descansa sobre tres pilares esenciales:

1. La visión de largo plazo, que permite trascender coyunturas políticas y económicas.

2. La transformación de los centros comerciales, que ya no son únicamente espacios de compra, sino modernas plazas donde convergen gastronomía, entretenimiento, cultura, oficinas, vivienda y hasta parques.

3. El consumidor en el centro, recordando que la innovación debe responder a necesidades reales y emocionales de las personas.

Esto es evidente por ejemplo en la metamorfosis de Puerto Madero en Argentina, un terreno abandonado que, gracias a la visión y constancia, se convirtió en un motor urbano y económico. También lo demuestra cómo Parque Arauco Kennedy en Chile es hoy un ícono de usos mixtos, donde retail, gastronomía, oficinas y multifamily conviven en un ecosistema moderno que trasciende la idea tradicional de centro comercial.

La reflexión final es contundente: **Latinoamérica no solo compete, sino que marca tendencia a nivel global**. Desde outlets en Colombia que dinamizan el consumo, hasta proyectos de lujo en Chile y Argentina, la región demuestra resiliencia y capacidad de innovación. Más allá de los metros cuadrados construidos, el verdadero legado de los líderes del retail está en la huella que dejan en las comunidades y en las ciudades que ayudan a transformar.

Sin duda el retail latinoamericano no es solo comercio: es visión de futuro, es transformación social y urbana, y es, sobre todo, un espacio donde se construye comunidad.





El futuro digital:

cómo seguir creciendo en la era del clic

Por JJ Delgado

Vivimos en una economía donde el marketing tradicional ha dejado de ser suficiente. Hoy, si queremos crecer, debemos aprender a conectar de manera emocional con nuestras audiencias. Ya no basta con gritar más fuerte: hay que generar relevancia real.

Lo vemos cada día. Google, YouTube, Amazon y otros gigantes tecnológicos transformaron la forma en que los consumidores toman decisiones. Un simple rumor o movimiento estratégico puede cambiar por completo una industria. Casos como el crecimiento exponencial de YouTube, la disrupción que provocó Amazon en el retail, o cómo marcas como KitKat y la NBA se reinventaron, nos demuestran que los motores de la conexión son tres: la atención, la emoción y el contexto.

Para sobrevivir y crecer en esta nueva economía, propongo tres claves:

- Captar la atención en un mundo saturado de estímulos.
- Conectar con el subconsciente, porque la mayoría de decisiones de compra no son racionales.
- Integrarse al contexto de las personas, vinculando productos con momentos cotidianos.

Lo mejor es que la innovación ya no depende de grandes presupuestos, sino de grandes mentalidades. Hoy, cualquier organización puede competir gracias a la accesibilidad tecnológica.

El futuro se trata de innovar. Y la innovación no será de unos pocos, porque todos tenemos la capacidad de hacerlo. La diferencia estará en cómo enfrentemos la primera caída y, sobre todo, en la capacidad que tengamos de levantarnos más fuertes.

El mall ya no quiere ser solo retail:

centros comerciales como ciudades bajo techo

Juan José Calle (Jockey Plaza) y Víctor Fernández (Merlin Properties)

Durante años los centros comerciales fueron vistos como espacios transaccionales, lugares para comprar lo que necesitábamos. Hoy, sin embargo, esa visión se ha transformado. Los centros dejaron de ser únicamente lugares de compra para convertirse en auténticos “hubs de vida”, espacios que condensan ocio, cultura, servicios, gastronomía y comunidad.

El cambio vino impulsado por el e-commerce, que liberó al consumidor de la obligación de ir físicamente a comprar. Eso obligó a los centros comerciales a atraer por nuevas motivaciones: la experiencia, la socialización y el ocio. No es casualidad que hoy hablemos de “centros de... lo que sea”, porque han retomado el rol histórico de la plaza pública como espacio de encuentro.

El comercio digital, por su parte, también encontró límites. Las devoluciones —la llamada “logística inversa”— generan fricciones que se suavizan al llevarlas de vuelta a la tienda física. Este contacto cara a cara abre la puerta a nuevas compras y convierte al espacio físico en el corazón de la experiencia emocional del consumidor. Incluso las marcas nativas digitales están apostando por tiendas físicas para construir conexión emocional y potenciar sus ventas online.

Los centros comerciales se han convertido en activos urbanos. En ciudades latinoamericanas, donde escasean los espacios públicos seguros y limpios, cumplen un rol comunitario vital: son “espacios privados de uso público”. El ejemplo de Jockey Plaza en Perú, concebido como una ciudad de 26 hectáreas, lo demuestra: un espacio donde seguridad, limpieza, tecnología, cultura y respeto se combinan para promover la felicidad del ciudadano. Un centro bien gestionado eleva su entorno, mientras que uno en declive puede arrastrar consigo a la zona en la que se inserta.

El modelo también evoluciona hacia lo híbrido: vivienda, coworking, oficinas y salud conviven dentro o junto a los centros, respondiendo al deseo de vivir, trabajar y disfrutar en un mismo lugar. El proyecto “X Madrid” de Merlin Properties en España es un ejemplo de diferenciación: ofrece experiencias extremas —desde buceo en piscinas de 20 metros hasta surf y escalada— atrayendo visitantes de largas distancias y demostrando que la clave está en encontrar el alma propia de cada centro.

En Guatemala, la industria presenta un nivel sobresaliente. Según Víctor Fernández, los centros comerciales guatemaltecos no solo son comparables, sino que en muchos casos superan los estándares europeos o incluso de Dubai. Su fortaleza radica en un consumidor que busca seguridad y socialización dentro del centro, en promotores con visión de largo plazo y en retailers innovadores que reinventan sus modelos (como el sastre que ahora integra delicatessen y cafetería). El gran reto: la infraestructura pública, especialmente el tráfico, que limita la expansión de sus áreas de influencia.

El futuro del retail, concluyeron los expertos, no tiene un modelo único. Cada centro debe adaptarse a su contexto, evolucionar con su consumidor y sorprenderlo de manera constante. El aprendizaje es claro: el centro comercial exitoso será aquel que entienda al cliente como motor del cambio, lo sorprenda y le dé razones para regresar.

Con consumidores ávidos de experiencias, inversionistas visionarios y retailers con capacidad de innovación, el panorama en Guatemala y en Latinoamérica no podría ser más prometedor.



Premios CLICC:

PREMIOS
CLICC
2025

Reconociendo la innovación y el impacto en la industria de centros comerciales de Latinoamérica

Desde su creación, los Premios CLICC se han consolidado como una iniciativa de la Cámara Latinoamericana de Centros Comerciales (CLICC) que reconoce las mejores prácticas, proyectos innovadores y acciones con impacto que fortalecen la competitividad y sostenibilidad del sector en la región.

Más allá de ser un galardón, los Premios CLICC son un estímulo para que los centros comerciales de Latinoamérica continúen evolucionando como motores económicos, espacios de encuentro comunitario y referentes de innovación en un mundo en constante transformación.

En cada edición, se reconocen diferentes categorías que abarcan desde marketing institucional hasta acciones en sostenibilidad (ESG), gestión social, innovación y experiencias únicas para los usuarios. De esta forma, se visibiliza el trabajo de empresas que, con visión y compromiso, marcan la pauta del retail en la región.

Guatemala brilla en los Premios CLICC

En 2024, dos centros comerciales guatemaltecos destacaron con galardones internacionales:



Pradera Vistares fue premiado con el Premio CLICC Plata en la categoría Acciones con Impacto Social (ESG).



Parque Las Américas recibió el Premio CLICC Bronce en la categoría Marketing Institucional.

Este 2025, nuevamente Guatemala demuestra liderazgo y excelencia en la industria:



Ciudad Cayalá obtuvo el Premio CLICC Bronce en Marketing Institucional, reconociendo sus estrategias consistentes que fortalecen su posicionamiento y relación con la comunidad.



Plaza Telares fue galardonada con el Premio CLICC Plata en Acciones con Impacto Social (ESG), gracias a su compromiso con la sostenibilidad y proyectos que generan un efecto positivo en su entorno.

Estos logros reflejan la visión y la capacidad de los centros comerciales guatemaltecos para ser referentes en Latinoamérica, impulsando innovación, sostenibilidad y marketing estratégico de talla mundial.



¡Felicidades a los ganadores 2024 y 2025 por inspirar a toda la industria con proyectos que dejan huella!



CLICC 2025

EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3^{er.} CONGRESO
de Centros Comerciales
de Latinoamérica 2025

SEDE GUATEMALA



7:36 p. m. · 30 jul. 2025 · 138 Visualizaciones



9:52 a. m. · 6 ago. 2025 · 135 Visualizaciones

Este fue el evento del año para el retail latinoamericano. Con una cobertura mediática integral que abarcó prensa escrita, digital, televisión y radio. Desde la conferencia de prensa de presentación hasta la apertura del Congreso, los voceros —**Luis Villela, Astrid Perdomo, Carlos Betancourt**, entre otros— participaron en numerosas entrevistas, logrando presencia en más de una docena de medios, entre ellos **TV Azteca, Guatevisión, Espacio Libre, Prensa Libre, Nuestro Diario, República y Soy502**. El alcance de cobertura total fue de **más de nueve millones de personas**.



CASTILLO HERMANOS

FONTABELLA



CONDADO
CONCEPCIÓN

interplaza
xela



Desarrollamos Guatemala y dignificamos la vida de la población.

+ (502) 2413 2600 y + (502) 2413 2601

www.metroproyectos.com



INNOVACIÓN Y
transformación financiera para
**EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL**



Contamos con las mejores **soluciones de pago**
para centros comerciales, plazas y negocios.

POS BAC



Aceptamos todas las
tarjetas de crédito y
débito del mercado.



Cobros ágiles
y rápidos.



Acreditamiento de
los fondos seguro
e inmediato.



Integraciones
personalizadas.

Préstamos BAC para:

Más información aquí

- Fortalecer el capital de trabajo de tu negocio.
- Crecer, competir y ampliar los activos de tu empresa.
- Hacer remodelaciones en tus instalaciones o bodegas.



Conoce más aquí

BAC

CREATING
HAPPINESS

mk
ILLUMINATION





Con más de 10 años de experiencia en proyectos audiovisuales con Pantallas LED, SISTASA se ha convertido en un referente regional en soluciones de comunicación digital. A través de una clara visión e innovación constante, hemos desarrollado más de 500 proyectos en 28 ciudades de 11 países, integrando pantallas LED, audio profesional y contenido para transformar espacios en experiencias únicas. De auditorios en Estados Unidos, Bolivia, México y Ecuador, a centros comerciales y espacios urbanos en Guatemala, Colombia y Costa Rica, seguimos proyectando el futuro junto a un equipo altamente capacitado que garantiza la excelencia en cada instalación.

sistasa
DESIGNS THE FUTURE

 **NAVITTA**

Desarrollamos soluciones novedosas que transforman positivamente la vida y generan un impacto positivo en nuestro ambiente.

 navitta  navittagt  www.navitta.com



peri
CIUDAD GUATEMALA



PLAZA Telares
ANTIGUA GUATEMALA



Paseo Andaria
CHIMALTENANGO



PLAZA CEMACO
CIUDAD GUATEMALA



plaza CENTRAL
SAN LUCAS

3^{er.} CONGRESO de Centros Comerciales de Latinoamérica 2025

SEDE GUATEMALA

ORGANIZAN



Gracias a nuestros patrocinadores,
verdaderos aliados que con su visión
y compromiso hicieron posible
que CLICC 2025 brillara
como un encuentro global
de innovación y transformación.

PATROCINADORES DIAMANTE



PATROCINADORES PLATINIUM



PATROCINADORES GOLD



SILVER



ALIADOS ESTRATÉGICOS / APOYA



ESPACIO LIBRE