

BIENVENIDOS A VITRINA

Un boletín breve, directo y pensado para leerse entre reuniones. Cada trimestre encontrarás aquí lo que el gremio está construyendo, aprendiendo y proyectando.

El primer trimestre de 2026 dejó una conclusión clara: el centro comercial ya no se mide solo en metros cuadrados. Se mide en experiencias, data y reputación. Así lo estamos abordando.

"El conocimiento que impulsa decisiones."

Vitrina Q1

CÁTEDRA

Formación estratégica para el gremio

Cinco sesiones, cinco disciplinas críticas. El Q1 arrancó con una agenda densa de formación: contexto país, sistemas de ejecución, experiencia, data y reputación digital.



ENERO • CÍRCULO DE EXPERIENCIAS

Perspectiva país para decisiones estratégicas

Abrimos el año con una lectura directa del panorama político y económico. En un entorno donde medidas como los estados de prevención pueden reconfigurar el consumo en cuestión de días, leer el contexto dejó de ser opcional.

Expertos compartieron escenarios posibles y sus efectos sobre la operación de los centros comerciales. El valor del espacio fue práctico: identificar riesgos, anticipar oportunidades y tomar decisiones con la cabeza fría.



ENERO • KICK OFF TRAINING
ACECOGUA

Diseñar el sistema, no perseguir la meta

Francisco Cabrera, experto en gestión comercial, abrió el Programa Training 2026 con una idea potente: las metas no sostienen resultados, los sistemas sí. La sesión planteó cómo construir modelos de gestión que alineen equipos, clarifiquen procesos y permitan adaptarse sin improvisar. Una conversación que aterriza directo en la operación diaria de cada centro comercial.

*"Los resultados sostenibles se construyen con sistemas,
no con buenos propósitos."*

Francisco Cabrera

FEBRERO · DESIGNING XPERIENCES

Del espacio físico al destino emocional

Durante una jornada intensiva, Pablo Torres — Architect of Consumer Experiences — compartió herramientas prácticas para diseñar experiencias que generen conexión real con el visitante.

Trabajamos storytelling espacial, customer journey, footprint, señalización estratégica, comunicación dentro de la experiencia y conexiones sensoriales. Cada bloque vino acompañado de frameworks de implementación y un ejercicio de auditoría para cada proyecto.

La conclusión se escribe sola: la experiencia no ocurre, se diseña.



FEBRERO · ALIANZA BAC

Insights del consumidor 2025

BAC presentó al gremio el cierre del comportamiento de consumo de 2025. Entre los hallazgos: el interior del país gana peso, categorías completas se reacomodan y emergen oportunidades específicas por formato de centro comercial.

Data que convierte la intuición en estrategia y reduce la incertidumbre en la toma de decisiones comerciales.

MARZO · TALLER DDI_LATAM

Reputación algorítmica: el nuevo posicionamiento

Cuando un consumidor pregunta a Google — o a una IA — por un centro comercial, aparece algo. La pregunta es qué. Luis Castellán, Director General de DDI_LATAM, guió al gremio por este nuevo territorio.

El taller introdujo el concepto de GEO (Generative Engine Optimization) y mostró cómo la arquitectura de información de un sitio web influye en lo que la IA decide mostrar. La reputación digital se volvió factor competitivo — y exige gestión activa.



No porque el SEO se muera —no se muere— sino porque deja de ser el árbitro principal. Entran a escena los motores generativos, y con ellos aparece un fenómeno que ya no podemos ignorar: **LA REPUTACIÓN ALGORÍTMICA**.
La reputación algorítmica es esto: lo que una inteligencia artificial entiende, resume y afirma sobre nosotros, cuando alguien le pregunta.
(Y ese “cuando alguien le pregunta” es el nuevo territorio reputacional y de confianza)

RADAR

Tendencias internacionales

Lo que observamos fuera para traducirlo en oportunidad aquí.

Expo Franquicias México

Viajamos a uno de los encuentros más influyentes de la región con un doble propósito: identificar tendencias y posicionar a Guatemala como destino de expansión.

Sostuvimos una reunión con el Presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias para abrir puertas a marcas interesadas en operar en el mercado local. El recorrido confirmó que hay categorías creciendo y conceptos que aún no llegan al país.

Guatemala figura cada vez con mayor claridad en los planes regionales de expansión. Nuestro trabajo es acelerar ese proceso.

TRIBUNA

Presencia sectorial

Cuando el gremio se sienta en la mesa, el centro comercial deja de ser decorado y pasa a ser protagonista.

EXPO REAL ESTATE

El centro comercial en el desarrollo inmobiliario

Edgar Monroy, Vicepresidente de la Junta Directiva de ACECOGUA, abrió el evento que reúne a desarrolladores, inversionistas y actores clave del sector. Desde el gremio acompañamos estos escenarios para reafirmar el rol estratégico del retail organizado en la evolución urbana del país.



PANEL

Más que Retail: el nuevo rol del centro comercial

En el panel llevamos dos ideas ancla. Primera: los centros comerciales son nodos de desarrollo territorial que ordenan consumo, servicios y logística en cada región. Segunda: Guatemala cuenta con proyectos de clase mundial con capacidad real de atraer inversión.

La conversación estratégica sobre el futuro del retail regional ya incluye al gremio. Y llegamos con argumentos.



GOBIERNO GREMIAL

Asamblea Anual y nueva Junta Directiva

El 17 de marzo celebramos la Asamblea Anual Ordinaria: resultados, líneas de trabajo y relevo de liderazgo para el bienio 2026–2028.

La Asamblea reafirmó el rumbo del gremio: seguir fortaleciendo la industria de centros comerciales en Guatemala desde la formación, la información estratégica y la articulación sectorial. En el mismo espacio se eligió la nueva Junta Directiva.

PRESIDENTE
VICEPRESIDENTE
SECRETARIO
TESORERA
VOCAL I
VOCAL II
VOCAL III

Juan Francisco Castillo
Edgar Monroy
Jean Francois Dubois
Mónica Covarrubias
Salvador Frech
Mario Rubio
Andrés Zachrisson



HORIZONTE REGIONAL

CLICC · Integración latinoamericana

"85 proyectos de centros comerciales. Una industria que genera empleo formal, inversión y competitividad urbana."

ACECOGUA en cifras

Guatemala asume la Vicepresidencia de CLICC por segundo año consecutivo. La Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales ratificó por unanimidad la representación guatemalteca.

La Asamblea General de CLICC aprobó las planchas del nuevo Consejo Directivo 2026. Por segundo año consecutivo, ACECOGUA asume la Vicepresidencia, en reconocimiento al trabajo activo del gremio en la integración regional y el intercambio de conocimiento.

La representación abre espacio para compartir prácticas, anticipar tendencias y fortalecer el posicionamiento del centro comercial latinoamericano como pieza clave del desarrollo urbano.

CONSEJO DIRECTIVO CLICC · 2026

PRESIDENTE

José Antonio Contreras Rivas · ACCEP · Perú

VICEPRESIDENTA

Astrid Perdomo de Arriola · ACECOGUA · Guatemala

MIEMBROS PRINCIPALES

Glauco Humai · ABRASCE · Brasil

Bonny Sánchez · APACECOM

José Miranda · ACECOP Administración

Santiago Blaksley · CASC · Argentina

Bruno Zavala Intriago · CCC · Ecuador

AL CIERRE

El gremio en movimiento

El Q1 confirma una dirección: un gremio que se prepara, observa, se conecta y se adelanta.

La industria de centros comerciales se transforma con la misma velocidad que el consumidor; nuestra respuesta es una agenda enfocada en entender, aplicar y compartir. Desde ACECOGUA seguimos impulsando una industria más preparada, conectada y estratégica. Una que contribuye al crecimiento económico, al empleo formal y al desarrollo de ciudades más competitivas.

"La información se convierte en valor cuando se transforma en acción."

Vitrina

LO QUE VIENE

Q2 2026

NEXUS EXPO, NEXUS PREMIOS, Nuevos Círculos de Experiencias, talleres especializados y la agenda de integración regional.

¡No te pierdas la próxima edición de Vitrina!



**3 de junio
Guatemala**

Tikal Futura
Hotel & Convention
Center

Inscríbete ahora en: [acecogua.com.gt](https://www.acecogua.com.gt)



2208-1116



info@acecogua.com

