

Escuela CLICC

Programa de formación profesional de
la Industria de Centros Comerciales.

FORMANDO LOS LÍDERES QUE
**TRANSFORMAN
LA INDUSTRIA**

México



13 al 17
de octubre



**Puebla y
Ciudad de México**

Organizan:



Más información:

coordinacion@cliclataam.org
[/www.clicclataam.org](http://www.clicclataam.org)



13 al 17
de octubre
del 2025

Llega la 2ª edición de la
Escuela CLICC
Modalidad presencial

1. ¿De qué se trata nuestro programa?

La Escuela CLICC es un programa intensivo de formación profesional que ofrece una visión integral de la industria de centros comerciales, abordando temas clave desde la operación hasta la estrategia comercial.

Está estructurado en dos programas, con docentes de alta reputación y un enfoque práctico que prepara a los participantes para tomar decisiones de alto impacto.

2. ¿Por qué elegir la Escuela? Capacitación estratégica

Porque el sector necesita líderes capacitados, actualizados y con criterio. CLICC brinda conocimientos aplicables, networking internacional, herramientas de gestión y certificación que impulsan tu carrera y la rentabilidad de tu centro comercial.



3. ¿Cómo ampliarás tu visión?

Con una metodología basada en casos reales, simulaciones de decisiones gerenciales, análisis de tendencias y la guía de expertos internacionales. Además, los espacios de discusión y networking permiten comparar experiencias y construir soluciones innovadoras.

Duración 5 días de formación intensiva (1 semana)

Modalidad Presencial Grupos selectos por programas

Miembros CLICC*: 1250 USD

No Miembros CLICC: 1600 USD

Certificación Certificado de participación (**80%** mínimo de asistencia)



Cancelación

En caso de no poder asistir a la Escuela, un delegado suplente lo podrá realizar. Se realizará.

un reembolso completo por cancelaciones, si se notifica antes del 20 de agosto de 2025. No se podrán realizar reembolsos emitidos después del 20 de agosto de 2025.

Todas las solicitudes de reembolso deben ser recibidas por la Coordinación CLICC, por escrito.

PROGRAMA: VISIÓN INTEGRAL DE LA INDUSTRIA

El programa está diseñado para brindar una visión completa del funcionamiento y gestión de los centros comerciales, enfocado especialmente en quienes están iniciando su trayectoria en la industria o han asumido recientemente roles con capacidad de decisión.



Dirigido a

Ejecutivos que hayan asumido cargos de liderazgo y desean conocer a detalle los campos de operatividad de un centro comercial, optimizando su retabilidad.



Metodología

- Clases teóricas, análisis de casos reales, ejercicios prácticos y simulacros.
- Trabajo en equipos para fomentar el aprendizaje colaborativo.



Objetivo

Desarrollar competencias clave en gestión, comercialización, arrendamiento y operación de centros comerciales, con un enfoque estratégico, práctico y actualizado.



Resultados esperados

- Comprensión sólida del ecosistema de los centros comerciales.
- Aplicación de buenas prácticas regionales e internacionales.
- Herramientas para la toma de decisiones informadas.
- Conexiones profesionales en un entorno académico especializado.

PROGRAMA: ESTRATEGIA Y DESARROLLO GERENCIAL

Programa orientado a profesionales que buscan profundizar en la planificación comercial desde una perspectiva estratégica. A través de una metodología práctica y colaborativa, los participantes podrán analizar escenarios reales, identificar oportunidades y fortalecer su capacidad de decisión en entornos altamente competitivos.



Público objetivo

- Ejecutivos con cargos en el sector de los centros comerciales con su visión estratégica en áreas como arrendamiento, retail y planeación comercial.



Contenido

Herramientas avanzadas en planificación comercial de centros comerciales.
Estrategias de arrendamiento, mezcla comercial y posicionamiento de marcas.
Análisis de casos reales y aplicación de buenas prácticas internacionales.



Beneficios

- Formación estratégica aplicada al contexto latinoamericano.
- Desarrollo de competencias para una gestión comercial eficiente.
- Conexión con líderes y colegas del sector en un entorno académico especializado.
- Certificación con valor profesional al cumplir el 80% de asistencia.

ESCUELA CLICC 2025

Programa Visión integral de la industria

	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
	LUNES 13	MARTES 14	MIÉRCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17
	Módulo I Desarrollo del negocio	Módulo II Ecosistema en la Actividad	Módulo II Ecosistema en la Actividad	Módulo III Desafíos y Construcción del Futuro	
8:00 AM a 10:00 AM	Definiciones Esenciales 2 Programas Estudio de Mercado Metodología y Análisis 2 Programas	Estructura Financiera del Centro Comercial	Gestión de Riesgos	Laboratorio Gremial de Casos - Decisiones Críticas, 2 Programas	
				Panorama Latam 2 Programas	
10:00 - 10:30 AM	RECESO	RECESO	RECESO	RECESO	
10:30 AM a 12:30 M	Comercialización Estrategica-KPI'S para el mix comercial	Análisis de Mercado Indicadores de segmentación	Generando Valor para el Activo	Cierre de Actividad Académica e integración de conocimiento	
12:30 - 2:00 PM	ALMUERZO	ALMUERZO	ALMUERZO		STUDY TOUR CDMX CIERRE ACTIVIDAD ACADÉMICA E INTEGRACIÓN DE APRENDIZAJES
2:00 PM a 4:00 PM	Usos mixtos como potenciador de un Centro comercial	Marketing y DataBase e IA Conociendo al Cliente	Innovación - Nuevos Modelos de Negocios		
4:00 -4:15PM	RECESO	RECESO	RECESO	STUDY TOUR PUEBLA CIERRE ACTIVIDAD ACADÉMICA E INTEGRACIÓN DE APRENDIZAJES	
4:15 PM a 6:00 PM	Diagnóstico Estratégico del Centro Comercial	Diseño de Experiencia del Cliente	Sostenibilidad y Certificaciones 2 Programas		
		Negociaciones Estratégicas			
6:30 PM	Cóctel de bienvenida.	Salida Centro Histórico de Puebla	Museos de Puebla		

ESCUELA CLICC 2025

Programa Estrategia y Desarrollo Gerencial

	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
	LUNES 13	MARTES 14	MIÉRCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17
	Módulo I Habilidades profesionales para Centros Comerciales	Módulo II Estrategias de Negocio y Oportunidades	Módulo III Oportunidades del Centro Comercial de hoy.	Módulo III Oportunidades del Centro Comercial de hoy.	
8:00 AM a 10:00 AM	Definiciones Esenciales 2 Programas	Leasing Estratégico y Mix Comercial de Alto Rendimiento	Integración de Aprendizajes Financieros	Laboratorio Gremial de Uso de casos - Decisiones Críticas, Gestión de Crisis 2 Programas	STUDY TOUR CDMX CIERRE ACTIVIDAD ACADÉMICA E INTEGRACIÓN DE APRENDIZAJES STUDY TOUR PUEBLA CIERRE ACTIVIDAD ACADÉMICA E INTEGRACIÓN DE APRENDIZAJES
	Estudios de Mercado - Metodología y Análisis 2 Programas			Panorama Latam 2 Programas	
10:00 - 10:30 AM	RECESO	RECESO	RECESO		
10:30 AM a 12:30 PM	Inteligencia de Mercado Avanzada	Finanzas Avanzadas y Proyecciones de Valor	Casos de riesgo en la Operación	Cierre de actividad Académica e integración de Aprendizajes	
12:30 - 2:00 PM	ALMUERZO	ALMUERZO	ALMUERZO		
2:00 PM a 4:00 PM	Liderazgo Corporativo y Gestión de Talento	Análisis de casos en negociaciones	Ampliando la visión del Negocio		
		Modelos de inversión en Centros Comerciales			
4:00 -4:15PM	RECESO	RECESO	RECESO		
4:15 PM a 6:00 PM	El Futuro del Negocio de Centros Comerciales	Reposicionamiento de centros comerciales	Sostenibilidad y Certificaciones 2 Programas		
6:00 PM	Cóctel de bienvenida.	Salida Centro Histórico de Puebla	Museos de Puebla		

Programa Visión Integral de la Industria

En este programa, tiene como objetivo general el homologar criterios de gestión integral, actualizar tendencias y establecer bases sólidas en operaciones, comercial/marketing, finanzas, innovación y sostenibilidad.

Día 1 Desarrollo del Negocio

MATERIA



8:00 – 9:00 am

Definiciones Esenciales

Objetivo: Identificar, diferenciar, reconocer y relacionar los conceptos fundamentales para afianzar nociones sólidas del desarrollo organizacional de los Centros Comerciales.

Metodología: Diagnóstico inicial y exposición conceptual guiada.

Subtemas:

1. Identificar los conceptos fundamentales relacionados con la estructura, operación y gestión de los centros comerciales.
2. Diferenciar los tipos de centros comerciales según su clasificación (por tamaño, ubicación, oferta comercial y público objetivo).
3. Reconocer la terminología básica utilizada en la industria (ej. tenant mix, footfall, GLA, ancla, vacancia).
4. Relacionar cada definición con casos prácticos de la industria latinoamericana para asegurar su aplicación en la gestión diaria.
5. Analizar la importancia de unificar criterios conceptuales para facilitar la


Puesta en común: Ejercicios de interpretación de datos de casos reales.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 1 Desarrollo del Negocio

Objetivo del día: Comprender el contexto actual y conceptos claves generales de la industria de centros comerciales, evaluando indicadores y conceptualizando gestiones, orientados a la generación de una óptima estrategia corporativa.

MATERIA

 9:00 – 10:00 am

Estudios de Mercado Metodología y Análisis

Objetivo: Entender el mercado local y regional para decisiones de mix comercial, expansión y posicionamiento.


Metodología: Ejercicio práctico de diseño de estudio de mercado.

Subtemas:

1. Fuentes de datos primarias y secundarias.
2. Estudios de afluencia y hábitos de consumo.
3. Interpretación de indicadores socioeconómicos.
4. Elaboración de un brief de investigación.

Puesta en común: Revisión cruzada de briefs.

MATERIA

 10:00 – 12:00 pm

Comercialización Estratégica- KPI's para el Mix Comercial

Objetivo: Diseñar estrategias para maximizar rentabilidad y adaptarse a cambios del mercado

Metodología: Simulación de portafolio con variables de mercado y perfil de consumidor.

Subtemas:


1. Selección de inquilinos estratégicos
2. Diversificación para resiliencia económica
3. Análisis de vacancias y rentas
4. KPIs por categoría
5. Estrategias de rotación y retención

Puesta en común: revisión grupal del caso de reconfiguración del mix.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 1 Desarrollo del Negocio

MATERIA

 2:00 – 4:00 pm

Usos mixtos cómo potenciar el Centro Comercial

Objetivo: Conocer e integrar prácticas arquitectónicas que estén conforme a las nuevas necesidades del consumidor en términos de adaptación sostenible, desarrollo de entretenimiento y solución de cercanía de espacios.


Metodología: Casuística y ejemplificaciones tipo magistrales.

Subtemas:

1. Formatos
2. Organización
3. ADN del Negocio

Puesta en común: socialización de casos de éxito o no éxito que haya sugerido nuevas estrategias.

MATERIA

 4:00 – 6:00 pm

Diagnostico Estratégico del Centro Comercial

Objetivo: Aplicar lo aprendido para elaborar un diagnóstico inicial de la operación.

Metodología: Taller guiado con plantilla de análisis.

Subtemas:

1. Análisis FODA de la operación.
3. Áreas prioritarias de innovación.


Puesta en común: Presentación breve de hallazgos por grupo.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 2 Ecosistema en Actividad

Objetivo del día: Profundizar en las mejores prácticas para maximizar ingresos, optimizar el mix comercial y construir experiencias que fortalezcan la relación con clientes internos y externos.

MATERIA

 8:00 – 10:00 am

Estructura Financiera de un Centro Comercial

Objetivo: Optimizar ingresos y controlar costos para garantizar la rentabilidad a largo plazo.


Metodología: Análisis de caso financiero real, revisión de proyecciones y construcción de un modelo de rentabilidad con variables de ingresos y gastos.

Subtemas:

1. Modelos de arrendamiento: fijo, variable y mixto, y cuándo aplicar cada uno.
2. CAPEX vs. OPEX: definición, ejemplos y diferenciación para planificación eficiente.
3. Recuperación de gastos comunes (CAM): cálculo, componentes y percepción de equidad.
4. Evaluación de proyectos de inversión: ROI y payback period.
5. Herramientas de control presupuestario: dashboards, alertas y forecasting.

Puesta en común: Ajustes estratégicos de costos y tarifas a partir del caso trabajado.

MATERIA

 10:30 – 12:30 m

Análisis de Mercado Indicadores de Segmentación

Objetivo: Comprender, calcular y aplicar indicadores clave para evaluar el desempeño y detectar oportunidades de mercado.

Metodología: Learning by Doing con construcción de dashboard en vivo.

Subtemas:


1. Indicadores financieros, operativos y de tráfico.
2. Segmentación de mercado: cliente interno y externo.
3. Integración de datos de CRM para decisiones estratégicas.
4. Herramientas de análisis y visualización de datos.
5. Metodologías y fuentes para estudios de mercado.

Puesta en común: Ejercicios de interpretación de datos de casos reales.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 2 Ecosistema en Actividad

MATERIA

 2:00 – 4:00 pm

Marketing , DataBase e IA

Objetivo: Implementar estrategias de segmentación y fidelización basadas en datos.

Metodología: Data Lab integrando CRM y redes sociales.

Subtemas:

1. Cliente interno vs. cliente externo.
2. Segmentación avanzada y perfiles.
3. Analítica predictiva y modelos de propensión.
4. Uso estratégico del CRM.
5. Personalización y medición de campañas.

Puesta en común: Presentación de insight extraído del CRM.



Programa Visión Integral de la Industria

Día 2 Ecosistema en Actividad

MATERIA

 4:15 - 5:15 pm

Diseño de experiencia del Cliente

Objetivo: Crear experiencias memorables y medibles que generen lealtad.

Metodología: Customer Journey Mapping con casos de referencia.

Subtemas:

1. Recorridos y puntos de contacto.
2. Activaciones y eventos experienciales.
3. Experiencia multisensorial.
4. Indicadores de satisfacción y NPS.
5. Integración digital.

Puesta en común: Presentación del journey map o sugerencia del docente.

MATERIA

 5:15 - 6:00 pm

Negociaciones Estratégicas

Objetivo: Diseñar y aplicar cláusulas contractuales que protejan los intereses del centro comercial y fortalezcan la relación con los arrendatarios.

Metodología: Taller de análisis de contratos reales con ejemplos de cláusulas efectivas y problemáticas.

Subtemas:

1. Cláusulas críticas: penalizaciones, renovaciones, exclusividades, rescisión anticipada.
2. Tipos de contrato según formato: strip malls, centros de conveniencia, lifestyle centers, regionales.
3. Prevención de conflictos: mecanismos de resolución temprana y comunicación preventiva.
4. Buenas prácticas de redacción y actualización contractual.


Puesta en común: Preguntas y respuestas.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 3 Ecosistema en Actividad

Objetivo del día: Profundizar en las mejores prácticas para maximizar ingresos, optimizar el mix comercial y construir experiencias que fortalezcan la relación con clientes internos y externos.

MATERIA

 8:00 – 10:00 am

Gestión de Riesgos

Objetivo: Comprender cómo las decisiones financieras y legales se interrelacionan en la operación y el crecimiento, ayudando a prever riesgos concernientes a las propias decisiones que incluyan todas las áreas del Centro Comercial.


Metodología: Role play de planeación, en donde existan escenarios de riesgo operacional predefinidos, para proponer soluciones contundentes y efectivas.

Subtemas:

1. Impacto de las cláusulas contractuales en ingresos proyectados.
2. Efecto del incumplimiento contractual en el flujo de caja.
3. Estrategias para negociar condiciones rentables sin generar fricciones.

Puesta en común: Evaluación de tácticas y resultados de cada negociación.

MATERIA

 10:30 – 12:30 pm

Generar Valor para el Activo

Objetivo: Medir y maximizar el retorno de las decisiones operativas para dar valor al activo.

Metodología: Análisis de casos y puesta en común de casos de éxito, así como fracaso. Contraste de casuística. Sugerencia del docente.

Subtemas:


1. Evaluación CAPEX vs OPEX en proyectos operativos.
2. Outsourcing estratégico.
3. Planes de mantenimiento y servicios.
4. Optimización de gastos comunes y percepción de valor.

Puesta en común: Plan de mejora operativa con proyección financiera.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 3 Ecosistema en Actividad

MATERIA

 2:00 – 4:00 pm

Innovación Nuevos Modelos de Negocios

Objetivo: Explorar y evaluar modelos disruptivos y su viabilidad en la región.


Metodología: Escenario planning y simulación de inversión.

Subtemas:

1. Retail as a Service (RaaS).
2. Espacios híbridos
3. Alianzas estratégicas con marcas y operadores.
4. Nuevos formatos de anclaje y experiencia.

Puesta en común: Evaluación grupal de escenarios con impacto financiero.

MATERIA

 4:15 – 6:00 pm

Sostenibilidad y Certificaciones

Objetivo: Integrar criterios ESG para atraer inversionistas y mejorar rentabilidad.

Metodología: Taller de diagnóstico rápido y plan de implementación.

Subtemas:

1. Eficiencia energética y ahorro operativo.
2. Economía circular y gestión de residuos.
3. Certificaciones internacionales y valor de marca.
4. Proyectos comunitarios como estrategia de fidelización.


Puesta en común: Presentación de planes por grupo.

Programa Visión Integral de la Industria

Día 4 Desafíos y Construcción del Futuro

Objetivo del día: Optimizar la rentabilidad y sostenibilidad del centro comercial mediante la integración de cada una de los elementos que componen su operación diaria, contando con herramientas que favorezcan la toma de decisiones y reduzcan riesgos.

MATERIA

 8:00 – 9:00 am

Laboratorio Gremial de Casos Decisiones Críticas, Gestión de Crisis y Vocería

Objetivo: Analizar y proponer soluciones a situaciones reales enfrentadas por centros comerciales en la región.

Metodología:


- Presentación breve de casos reales (10 min c/u).
- Trabajo en grupos con preguntas guía (problema raíz, alternativas, riesgos, KPIs).
- Puesta en común y debate abierto.

Ejemplos de casos que podrían considerarse:

1. Alta vacancia y presión por renegociar contratos.
2. Sobrecostos en remodelación (CAPEX).
3. Ajuste del esquema CAM para mejorar competitividad.

Puesta en común: Conclusiones y mejores prácticas para el gremio.

MATERIA

 9:00 – 10:30 am

Panorama Latinoamericano

Objetivo: Identificar y analizar las fuerzas que moldean la industria, desde cambios en el consumo hasta innovación tecnológica y sostenibilidad.

Metodología: Case-Based Discussion con análisis de benchmarks internacionales (ICSC, ULI, MAPIC) y contextualización para América Latina.

Subtemas:

1. Panorama macroeconómico y su impacto en el retail.
2. Evolución del mix comercial y experiencia del consumidor.
3. Transformación digital y omnicanalidad.
4. Tendencias de sostenibilidad y criterios ESG.
5. Casos globales y regionales que marcan tendencia.

Puesta en común: Identificación y presentación de una tendencia clave que pueda impactar la operación.

Estrategia y Desarrollo Gerencial

Elevar la capacidad de los directivos para tomar decisiones estratégicas de alto impacto, integrando gestión operativa, visión comercial, estrategia financiera y tendencias globales, con el fin de maximizar rentabilidad, resiliencia y valor patrimonial.

Día 1 Habilidades de profesionales para Centros Comerciales

MATERIA

 8:00 – 9:00 am

Definiciones Esenciales

Objetivo: Identificar, diferenciar, reconocer y relacionar los conceptos fundamentales para afianzar nociones sólidas del desarrollo organizacional de los Centros Comerciales.

Metodología: Diagnóstico inicial y exposición conceptual guiada.

Subtemas:

1. Identificar los conceptos fundamentales relacionados con la estructura, operación y gestión de los centros comerciales.
2. Diferenciar los tipos de centros comerciales según su clasificación (por tamaño, ubicación, oferta comercial y público objetivo).
3. Reconocer la terminología básica utilizada en la industria (ej. tenant mix, footfall, GLA, ancla, vacancia).
4. Relacionar cada definición con casos prácticos de la industria latinoamericana para asegurar su aplicación en la gestión diaria.
5. Analizar la importancia de unificar criterios conceptuales para facilitar la


Puesta en común: Ejercicios de interpretación de datos de casos reales.

Estrategia y Desarrollo Gerencial

Día 1 Habilidades de profesionales para Centros Comerciales

Objetivo del día: Desarrollar en los líderes de centros comerciales una visión estratégica, interpretar las tendencias que lo transforman y fortalecer su liderazgo corporativo.

MATERIA

 9:00 – 10:00 pm

Estudios de Mercado Metodología y Análisis

Objetivo: Entender el mercado local y regional para decisiones de mix comercial, expansión y posicionamiento.


Metodología: Ejercicio práctico de diseño de estudio de mercado.

Subtemas:

1. Fuentes de datos primarias y secundarias.
2. Estudios de afluencia y hábitos de consumo.
3. Interpretación de indicadores socioeconómicos.
4. Elaboración de un brief de investigación.

Puesta en común: Revisión cruzada de briefs.

MATERIA

 10:30 – 12:30 pm

Inteligencia de Mercado Avanzada

Objetivo: Utilizar datos y metodologías para proyectar escenarios y tomar decisiones estratégicas de negociación.

Metodología: Taller con herramientas de visualización y proyección.

Subtemas:


1. Integración de fuentes internas y externas.
2. Proyecciones de tráfico y ventas con datos mixtos.
3. Identificación de oportunidades de expansión o reposicionamiento.
4. Uso de datos no convencionales para decisiones de inversión.

Puesta en común: Presentación de una recomendación estratégica basada en datos.

Estrategia y Desarrollo Gerencial

Día 1 Habilidades de profesionales para Centros Comerciales

MATERIA

 2:00 - 4:00 pm

Liderazgo Corporativo y Gestión del Talento Humano

Objetivo: Fortalecer la cultura organizacional para ejecución efectiva de la estrategia.

Metodología: Taller de diagnóstico y plan de desarrollo de talento.

Subtemas:

1. Cultura orientada a resultados.
2. Planes de sucesión y retención de talento clave.
3. Liderazgo adaptativo en entornos complejos.

Puesta en común: Presentación de planes de talento.

MATERIA

 4:15 - 6:00 pm

El Futuro del Negocio de los Centros Comercial

Objetivo: Escuchar y debatir con expertos regionales sobre el rumbo de la industria.

Metodología: Panel con líderes de fondos, desarrolladores y operadores.

Puesta en común: Síntesis de insights estratégicos.

Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 2 Estrategias de Negocio y Oportunidades Financieras

Objetivo del día: Fortalecer competencias para la toma de decisiones, mediante el estudio de modelos de leasing, estructuras financieras y casos de negociación que aporten criterios para optimizar la rentabilidad y el reposicionamiento de los centros comerciales.

MATERIA



8:00 – 10:00 am

Leasing Estratégico y Mix Comercial de Alto Rendimiento

Objetivo: Configurar un portafolio óptimo según perfil de mercado y metas financieras.

Metodología: Simulación de portafolio con objetivos de ROI y diversificación.

Subtemas:

1. Selección y mezcla de inquilinos para resiliencia y rentabilidad.
2. Análisis de rentabilidad por m² y categoría.
3. Estrategias de rotación y retención.
4. Ajustes a ciclo económico y tendencias de consumo.

Puesta en común: Presentación de reconfiguración del mix con impacto proyectado.

MATERIA



10:30 – 12:00 m

Finanzas Avanzadas y Proyecciones de Valor

Objetivo: Proyectar y maximizar el valor del activo a través de decisiones financieras estratégicas.

Metodología: Análisis de casos y modelado financiero.

Subtemas:


1. Proyecciones de flujo de caja y valoración de activos.
2. Estrategias de financiamiento y refinanciamiento.
3. Análisis de sensibilidad ante cambios de mercado.
4. Indicadores para inversionistas.

Puesta en común: Presentación de plan financiero a 5 años.

Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 2 Estrategias de Negocio y Oportunidades Financieras

MATERIA

 2:00 – 3:00 pm

Análisis Casos de Negociación

Objetivo: Proteger intereses del activo y maximizar flexibilidad y rentabilidad como herramienta para solución de problemas.


Metodología: Taller con contratos reales y role play de negociación.

Subtemas:

1. Cláusulas críticas en contextos volátiles.
2. Modelos de renta variable y mixta.
3. Negociación con anclas, franquicias y operadores internacionales.
4. Casos de resolución de conflictos.

Puesta en común: Identificación de cláusulas estratégicas y de riesgo.

MATERIA

 3:00 – 4:00 pm

Modelos de inversión en Centros Comerciales

Objetivo: Comprender cómo la estructura de capital influye en la gestión y el valor del activo.

Metodología: Exposición con análisis de casos.

Subtemas:

1. FIBRAs en México y su impacto en la profesionalización de la gestión.
2. Comparativa con REITs en EE. UU. y fondos en Europa.
3. Fondos de inversión privados en Latinoamérica.
4. Efecto de la estructura de capital en decisiones operativas y comerciales.


Puesta en común: Debate sobre oportunidades y riesgos de cada modelo.



Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 2 Estrategias de Negocio y Oportunidades Financieras

MATERIA

 4:15 - 6:00 pm

Reposicionamiento de los Centros Comerciales

Objetivo: Identificar oportunidades para el reposicionamiento de zonas del Centro Comercial con mayor oportunidad comercial, de tráfico o entretenimiento.

Metodología: Casuística y ejemplificaciones tipo magistrales, tipo benchmarking

Subtemas:

- 1) Diagnósticos y análisis de zonas
- 2) Tendencias de reposicionamiento
- 3) Evaluar experiencia de usuario
- 4) Opciones de reposicionamiento


Puesta en común: Ejemplos propios y discusión grupal

Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 3 Oportunidades del Centro Comercial del Hoy

Objetivo del día: Maximizar ingresos y valor de portafolio mediante estrategias comerciales, de mercadeo, facilidades de entretenimiento, negociación avanzada y alineación con inversionistas.

MATERIA

 8:00 – 10:00 am


Integración de Aprendizajes Financieros

Objetivo: Consolidar lo aprendido en un plan aplicable a su centro comercial.

Metodología: Presentación de casos reales con datos sobre finanzas en proyectos complejos.

Puesta en común: Casos colectivos.

MATERIA

 10:30 – 12:30 pm

Casos de riesgo en la operación

Objetivo: Comprender cómo las decisiones operativas pueden incidir en la continuidad de operación del Centro Comercial.

Metodología: Revisión planes de operación que se alinean a cubrir los riesgos de operación de un centro comercial.

Subtemas:

1. Gestión operativa integral
2. Mantenimiento y sostenibilidad operativa.
3. Gestión de seguridad y riesgos físicos
4. Innovación tecnológica en gestión de operaciones y riesgos
5. Recomendaciones generales.

Puesta en común: Ejemplos propios y discusión grupal

Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 3 Oportunidades del Centro Comercial del Hoy

MATERIA

 2:00 – 4:00 pm

Ampliando la Visión al Negocio.

Objetivo: Revisar desde la alineación estratégica, los posibles temas, escenario y oportunidades que inciden a futuro en el comportamiento del mercado, inversión y operación.


Metodología: Planeación por escenarios y defensa de propuesta.

Subtemas:

1. Inteligencia y modelos avanzados de negociación
2. Usos mixtos
3. Tecnología
4. Gastronomía
5. IA
6. E commerce

Puesta en común: Mesa de conversación sugerida por docente.

MATERIA

 4:00 – 6:00 pm

Sostenibilidad y Certificaciones

Objetivo: Integrar criterios ESG para atraer inversionistas y mejorar rentabilidad.

Metodología: Taller de diagnóstico rápido y plan de implementación.

Subtemas:

1. Eficiencia energética y ahorro operativo.
2. Economía circular y gestión de residuos.
3. Certificaciones internacionales y valor de marca.
4. Proyectos comunitarios como estrategia de fidelización.


Puesta en común: Presentación de planes por grupo.

Dirección Estratégica y Visión de Negocio para Líderes de Centros Comerciales

Día 4 Oportunidades del Centro Comercial de hoy.

Objetivo del día: Maximizar ingresos y valor de portafolio mediante estrategias comerciales, de mercadeo, facilidades de entretenimiento, negociación avanzada y alineación con inversionistas

MATERIA

 8:00 – 9:00 am

Laboratorio Gremial de Uso de casos Decisiones Críticas, Gestión de Crisis.

Objetivo: Analizar y proponer soluciones a situaciones reales enfrentadas por centros comerciales en la región.


Metodología:

- Presentación breve de casos reales (10 min c/u).
- Trabajo en grupos con preguntas guía (problema raíz, alternativas, riesgos, KPIs).
- Puesta en común y debate abierto.

Sub temas:

1. Formatos
2. Organización
3. ADN del Negocio

MATERIA

 9:10 – 10:30 pm

Estrategia Panorama Latinoamericana y Tendencias del Retail

Objetivo: Identificar y analizar las fuerzas que moldean la industria, desde cambios en el consumo hasta innovación tecnológica y sostenibilidad.

Metodología: Case-Based Discussion con análisis de benchmarks internacionales (ICSC, ULI, MAPIC) y contextualización para América Latina.

Subtemas:

1. Panorama macroeconómico y su impacto en el retail.
2. Evolución del mix comercial y experiencia del consumidor.
3. Transformación digital y omnicanalidad.
4. Tendencias de sostenibilidad y criterios ESG.
5. Casos globales y regionales que marcan tendencia.

Puesta en común: Identificación y presentación de una tendencia clave que pueda impactar la operación.

Escuela CLICC

Programa de formación profesional de
la Industria de Centros Comerciales.



Puebla y
ciudad de México



Valor Miembro
CLICC 1250 USD



13 al 17 de octubre



Valor No Miembro
CLICC 1600 USD



INSCRIPCIONES:
clicclatam.org/eventos/escuelaclicc/

Organizan:



Más información:

coordinacion@clicclatam.org
[/www.clicclatam.org](http://www.clicclatam.org)