

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS
Y PARQUES COMERCIALES

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2025



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

Índice

1	Carta del Presidente	4
2	La AECC	8
	2.1. La Asociación	10
	2.2. Junta Directiva	07
	2.3. Comités de Trabajo	07
	2.4. Equipo	07
3	Nuestros Socios	16
	3.1. Número de socios	19
	3.2. Composición	19
	3.3. Listado de socios	20
4	Actividades AECC 2025	24
	4.1. Actividades AECC	28
	4.2. Representación Institucional	68
	4.3. Publicaciones	70
5	Presencia en los medios	80
6	El sector en el 2025	86
7	Proyectos para 2026	110

Introducción

Nuestra Asociación ha desarrollado un conjunto de actividades orientadas a fortalecer el desempeño de sus miembros, promover el intercambio de conocimiento y contribuir al avance de nuestro sector.

Cada año, al redactar la "Memoria de Actividades" de nuestra Asociación, nos detenemos a reflexionar sobre todo el trabajo realizado, los logros y los desafíos afrontados, así como el esfuerzo y compromiso que nos han acompañado durante todo el ejercicio.

A lo largo de 2025, nuestra Asociación ha desarrollado un conjunto de actividades orientadas a fortalecer el desempeño de sus miembros, promover el intercambio de conocimiento y contribuir al avance de nuestro sector. Estas páginas recogen de manera ordenada y sintética las principales iniciativas llevadas a cabo y nos sirven para destacar nuestra entrega en todo lo que se refiere a innovación, sostenibilidad y crecimiento del sector, y también el interés de nuestros asociados por impulsar el desarrollo de los espacios comerciales en España. La Memoria de Actividades 2025 también refleja el compromiso sostenido de la asociación con la formación continua, la calidad profesional y la participación activa de su comunidad.

Un documento que da cuenta del trabajo realizado gracias al esfuerzo conjunto del equipo administrativo, del Comité Ejecutivo, de la Junta Directiva, de los comités de trabajo y de todas las empresas asociadas, cuyo compromiso ha sido clave para alcanzar los objetivos propuestos.

Es a ellos, a nuestros socios, a quienes queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por su confianza, apoyo y participación activa en las iniciativas que emprendemos. Su compromiso es fundamental para poder seguir creciendo.

Gracias por acompañarnos en este camino y por ser parte de este proyecto común.

El espíritu de grupo
es lo que da a
muchas empresas
una ventaja frente
a sus competidores.

George L. Clements

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

Carta del Presidente



1

Carta del Presidente

«Los centros y parques comerciales son mucho más que lugares de compra: son el punto de encuentro donde se cruzan la vida urbana, la innovación del comercio y la convivencia de las comunidades»

Eduardo Ceballos

Presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales



Un gran año para un sector que sigue creciendo.

Es un honor presentar la memoria de actividades de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales correspondiente al ejercicio 2025. Esta memoria recoge el esfuerzo colectivo de una industria que continúa demostrando su capacidad de adaptación, resiliencia e innovación en un entorno económico y social en constante transformación.

A lo largo de este año, la Asociación ha seguido consolidándose como el punto de encuentro de referencia para inversores, promotores, gestores, comerciantes, consultores y resto de profesionales vinculados a los centros y parques comerciales en España. Nuestro objetivo ha sido, una vez más, acompañar al sector en sus retos presentes y futuros, reforzando el papel de estos espacios como motores de empleo, dinamización urbana y cohesión social.

En el ámbito institucional, hemos intensificado el diálogo con las administraciones públicas y otros agentes del ecosistema económico para defender un marco regulatorio estable, predecible y favorable a la inversión y a la modernización del comercio. Al mismo tiempo, hemos seguido trabajando para visibilizar la aportación de los centros y parques comerciales en términos de empleo, recaudación fiscal, transformación urbana y servicio al ciudadano.

El año 2025 ha estado marcado también por una clara apuesta por la innovación, la sostenibilidad y la digitalización. Muchos de nuestros asociados han impulsado proyectos orientados a mejorar la experiencia del cliente, integrar nuevos formatos comerciales y de ocio, avanzar en eficiencia energética y descarbonización, así como desarrollar soluciones tecnológicas que fortalecen la relación con los visitantes y optimizan la gestión de los activos. La Asociación ha acompañado estas iniciativas mediante jornadas técnicas, grupos de trabajo, estudios, publicaciones y acciones de comunicación sectorial.

Otro de los pilares de nuestra actividad ha sido la formación y el intercambio de conocimiento. Los encuentros profesionales, las jornadas técnicas, las aulas, los iTalks, el Congreso, los premios y la nueva jornada Retail 360 organizados por la Asociación han permitido compartir buenas prácticas, anticipar tendencias y construir una visión común sobre el futuro de los centros y parques comerciales. Todo ello no sería posible sin la implicación activa de nuestros socios y de los expertos que colaboran habitualmente con la Asociación.

A lo largo del año hemos abordado asuntos como la sostenibilidad en el sector, la pujanza del formato parque comercial, la importancia del specialty leasing y las nuevas fórmulas de marketing o la situación geopolítica y su impacto en el retail. Con todos ellos hemos

tratado de responder desde la Asociación a las principales inquietudes de la industria y generar un conocimiento útil para nuestros socios. Por supuesto mención especial merece nuestra XXI edición del Congreso Español de Centros y Parques Comerciales que en esta edición bajo el lema "Creando valor", con más de 1.400 inscritos ha batido su propio récord.

La vida asociativa ha sido intensa en estos doce meses y la respuesta de los socios extraordinaria. Eventos como el Encuentro de Socios, el Bruch de Mujeres del sector, el viaje de estudios o la jornada de cine en familia han contado con una gran afluencia y unas valoraciones muy positivas.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las empresas y profesionales que formáis parte de la Asociación, así como al equipo técnico que, con su dedicación diaria, hace posible el desarrollo de nuestra agenda de trabajo. Vuestra confianza y compromiso son la base sobre la que se construye la fortaleza de esta organización.

Miramos al futuro con ambición y responsabilidad. Sabemos que el consumidor evoluciona, que la competencia se diversifica y que las ciudades afrontan profundas transformaciones. Precisamente por ello, los centros y parques comerciales están llamados a seguir siendo espacios vivos, abiertos, sostenibles e integradores, capaces de combinar comercio, servicios, ocio y experiencias, y de aportar valor a los territorios donde se ubican.

Invito a todos los asociados a seguir participando activamente en la vida de la Asociación y a aprovechar las oportunidades de colaboración, aprendizaje e influencia que ofrece. Solo desde la unión, el diálogo y la visión compartida podremos seguir impulsando un sector fuerte, competitivo y reconocido por su contribución al desarrollo económico y social de España.

Con el convencimiento de que los próximos años seguirán siendo una etapa de oportunidades para nuestra industria, os agradezco de nuevo vuestra confianza y os animo a seguir construyendo juntos el futuro de los centros y parques comerciales.

Atentamente,

Eduardo Ceballos

Presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales

El talento
gana juegos,
pero el trabajo
en equipo gana
campeonatos.

Michael Jordan

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

La AECC



2

La AECC

La fortaleza de la AECC reside en la diversidad y la complementariedad de nuestros socios.

Nuestra Asociación ha desarrollado un conjunto de actividades orientadas a fortalecer el desempeño de sus miembros, promover el intercambio de conocimiento y contribuir al avance de nuestro sector.

2.1 Sobre la AECC

Somos un foro interdisciplinario que reúne a diversos perfiles profesionales vinculados, aunque no necesariamente de forma exclusiva, al sector de los centros y parques comerciales.

Somos la plataforma para mantenerse actualizado sobre tendencias y regulaciones, así como abogar colectivamente por intereses comunes. Contribuimos a potenciar la visibilidad profesional y a facilitar el desarrollo de habilidades clave, contribuyendo al crecimiento y éxito en la trayectoria laboral.

Formar parte de la AECC significa pertenecer a una red activa y representativa, comprometida con la excelencia, la innovación y el crecimiento sostenible de los centros y parques comerciales de España.

2%
Instituciones

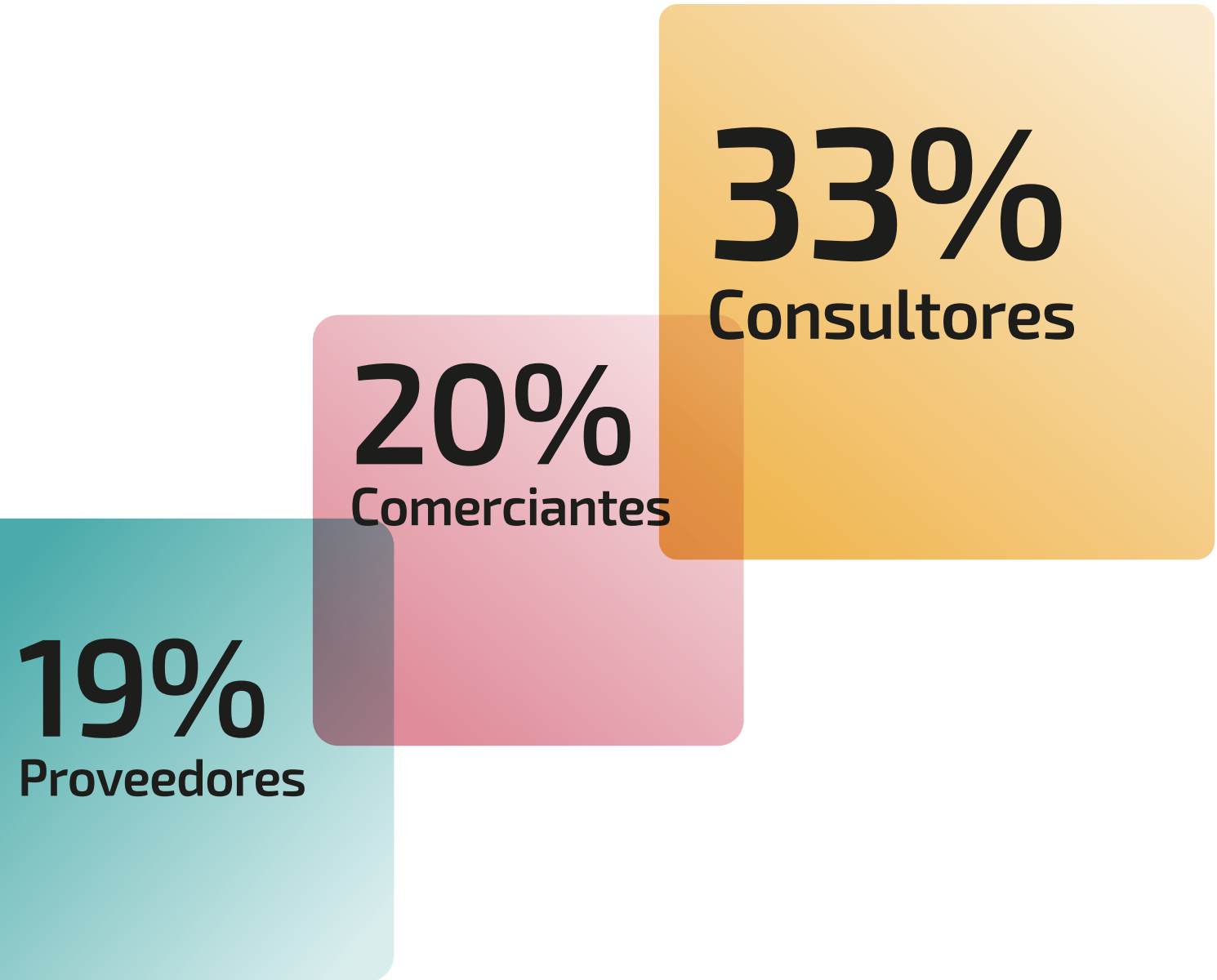
9%
Centros
Comerciales

17%
Inversores
y promotores

UN PUNTO DE ENCUENTRO PARA TODA LA CADENA DE VALOR

Nuestra Asociación integra a toda la cadena de valor del sector, así que nuestra fortaleza reside en la transversalidad. Nuestro socios **REPRESENTAN PERFILES MUY DIVERSOS**: consultores, comerciantes, proveedores de servicios y productos, inversores, propietarios, centros comerciales e instituciones.

Esta diversidad nos posiciona como el espacio común donde se comparten visiones y se impulsa el futuro de forma integradora. Nuestros socios contribuyen a generar una visión global, estratégica y equilibrada, **IMPULSANDO EL DESARROLLO DEL SECTOR DESDE TODAS SUS PERSPECTIVAS.**



33%
Consultores

20%
Comerciantes

19%
Proveedores

Disponer de expertos profesionales dentro de los órganos de gobierno ha sido decisivo para guiar el crecimiento y desarrollo e influencia de la AECC.

2.2. Junta Directiva

Una de las fortalezas de la Asociación, clave para su éxito y sostenibilidad, es el nivel profesional de su equipo directivo. Disponer de expertos profesionales dentro de los órganos de gobierno ha sido decisivo para guiar el crecimiento y desarrollo de la AECC, así como para obtener el grado de influencia que tenemos hoy en día.

Los miembros del Comité Ejecutivo y de la Junta Directiva son expertos profesionales con distintas perspectivas y experiencias, capaces de establecer las estrategias y prioridades que guían el crecimiento y desarrollo de la AECC. Esta diversidad de perfiles consigue que cada uno actúe como puente entre los intereses de los socios y las acciones de la AECC.

Se trata de un equipo comprometido y multidisciplinar que aporta un enfoque estratégico y metodológico a todas las cuestiones que nos inquietan. De ellos parten las estrategias, acciones y planes a futuro de nuestra Asociación.

COMITÉ EJECUTIVO

Presidente

Eduardo Ceballos Fernández

Asset Management Director de NEINVER

Vicepresidente I

José Manuel Llovet Barquero

CEO de Terciario de GRUPO LAR

Vicepresidente II

Cristina Pérez de Zabalza Lorenzana

Head of Retail Leasing Shopping Centre & Retail Park de CUSHMAN & WAKEFIELD ESPAÑA

Vicepresidente III

Javier Marín Santolaya

Director de Desarrollo de ALCAMPO

Vocales

Dolores Bañón Fernández

Senior Advisor

Alfonso Brunet Morales del Arce

CEO de CASTELLANA PROPERTIES

Luis Espadas Cestero

Executive Director. Head of Retail de SAVILLS

Laetitia Ferracci

General Manager Iberia en KLEPIERRE

Carlos Homet Beltrán

Director General de UNIBAIL RODAMCO WESTFIELD SPAIN

Javier Hortelano de la Lastra

Senior Advisor

Mercedes Porro Garat

Directora de Estrategia en KIABI España y Portugal

Paul Santos Robson

Head of Retail Iberia en CBRE

Tesorero

Luis Lázaro Gómez

Managing Director Retail & Logistics y responsable de Grandes Cuentas en MERLIN PROPERTIES

Secretario General

Carlos Solana Zorrilla

Socio de RUBIO LAPORTA & ASOCIADOS, ABOGADOS

Directora

Beatriz Vidal Cordero

Directora de la AECC

VOCALIA JUNTA DIRECTIVA

Alberto Bravo Jiménez

Managing Director, Property Management & Leasing,
Iberia de SONAE SIERRA

Israel Casanova Lafuente

Managing Director de REDEVCO ESPAÑA Y PORTUGAL

Augusto D'Arrochella Lobo

Lead Director Retail Capital Markets Iberia de JLL

Sergio García García

Director General de Retail de GRUPO LAR

Blanca Garret López

Directora Inmobiliario Centros Comerciales de ARCHIGESTIÓN

Jaime Gerbolés de Gáldiz

Director General de CINE YELMO CINÉPOLIS ESPAÑA

Andreas Gillen

CEO Iberia Retail de EUROFUND GROUP

Gonzalo Gómez Garde

Director General en GENTALIA

Justo Martín Sánchez-Bendito

Senior Advisor

Maurice Meulendijk

Head of Asset Management Southern Europe de
NUVEEN REAL ESTATE

Diego Naranjo Sánchez

Director de Expansión en PAUSE & PLAY

Carlos Pestaña Lagunas

Managing Director en WILDSTONE SPAIN

Eva Pich Frutos

Socia Área Derecho Administrativo-Público de
MANUBENS ABOGADOS

Isabel Robles Delgado

Directora de Expansión Inmobiliaria y Desarrollo de Negocio
en ALMAR CONSULTING

Daniel Rodríguez Castejón

Director de Estudios de Mercado de EL CORTE INGLÉS

Alberto Rodríguez Gómez

Director General de CARMILA

José Urrutia del Pozo

Director of Asset Management de RetailCo

Luisa Vasallo May

Directora de Área Inmobiliario y Expansion de INDITEX

Luis Vila Barrón

Partner Managing Director de ÓPTIMA GLOBAL SERVICES

Presidente de Honor

D. Javier García-Renedo Martínez

Socios de Honor

D. Fco. Javier Acebo Sánchez

D. Carlos Cortés Beltrán

D. Arcadio Gil Pujol

D. Fernando Ramos Esteve

D. Gerard Taieb Cassuto

DELEGADOS AECC EN COMUNIDADES AUTÓNOMAS

ANDALUCÍA

Jerónimo Solís Guardiola

Director en PLUS REAL ESTATE

CANARIAS

Blanca Garret López

Directora Inmobiliario Centros Comerciales de ARCHIGESTIÓN

CASTILLA Y LEÓN

Alfonso Colino de Lope

Gerente de ESPACIO LEÓN

CATALUÑA

Víctor García

Public Relations Manager Cataluña & Senior Portfolio de URW

Raúl Monroy Sainz

Director Delegación Barcelona de SCCE

GALICIA

Purificación Berdejo Coca

Gerente de MARINEDA CITY

MURCIA

Roberto Méndez Gayoso

SC Manager NUEVA CONDOMINA en KLEPIERRE

PAÍS VASCO

Santiago Blanco López

Director Regional de Gerencias de GENTALIA

OTRAS DELEGACIONES

Pleno del Consell Local de Comerç del Ayuntamiento de Valencia

Isabel Picazo González

Gerente de CC. EL SALER

Consejo Asesor de la Generalitat de Catalunya en materia de comercio

Víctor García Soriano

Public Relations Manager Cataluña & Senior Portfolio de URW

Consejo Asesor Regional de Comercio de la Región de Murcia

Roberto Méndez Gayoso

SC Manager de NUEVA CONDOMINA en KLEPIERRE

Los comités de trabajo llevan a cabo estudios sobre cuestiones de interés para el sector, identificar y alcanzar consenso sobre asuntos que preocupan y afectan a nuestros socios.

2.3. Comités de trabajo

La AECC cuenta con la colaboración de una amplia representación de sus empresas socias en diferentes grupos de trabajo. Se trata de equipos formados por miembros que se enfocan en áreas específicas y que contribuyen de manera directa a alcanzar los objetivos de la Asociación. Estos grupos han sido creados para abordar temas estratégicos.

Los grupos de trabajo están formados por equipos de profesionales del sector con habilidades, conocimiento y competencias profesionales complementarias. El principal objetivo de estos comités es llevar a cabo estudios específicos, poner en común, analizar y pronunciarse sobre cuestiones de interés para el sector, identificar y alcanzar consenso sobre asuntos que preocupan y afectan a nuestros socios, fijar la normalización de términos y prácticas en la industria, etc.

Su motivación nace de la pasión que sienten por el sector de Centros y Parques Comerciales y de su desinteresada colaboración surgen la mayoría de los productos y servicios que la AECC pone a disposición de los socios.

Mesa de Índices

La mesa de índices, un grupo de trabajo formado por empresas socias de la AECC propietarias o gestoras de carteras de centros comerciales, estructura un marco de estudio que permite analizar, mediante los datos agregados que ellos mismos facilitan, la evolución de afluencia de visitantes y de ventas del sector a través de una muestra amplia, representativa y estable de centros comerciales.

Comité de Asuntos Públicos

Define la estrategia de defensa de los intereses de los socios de la AECC en el espacio político e institucional. Con su gestión contribuye al desarrollo de la capacidad de influencia de la Asociación.

Comité de Comerciantes

Identifica todos aquellos temas de interés para los comerciantes, piezas clave de la mecánica de los Centros Comerciales. El Comité de Comerciantes contribuye a una mayor integración, visibilidad, representatividad y protagonismo de los comerciantes en nuestra Asociación. Además, propone temáticas para abordar en el programa de actividades de la AECC, ayuda a definir perfiles de los participantes en las mesas de debate, colabora en la realización de informes y participa en la definición de actividades.

Comité Técnico

De este grupo de trabajo emanan ideas, propuestas y desarrollos a poner en práctica por parte del equipo de la AECC en sus actividades. De su seno surgen temáticas para abordar en los diferentes eventos de la AECC y propuestas de ponentes, identificación de agentes relevantes en el sector, etc.

Genera contenidos como el Glosario inglés-español de términos de la industria, una publicación muy solicitada por los profesionales de los Centros Comerciales. Se ocupa de elaborar, revisar y actualizar estudios de tendencias, normalización de buenas prácticas, clasificación de tipologías de centros comerciales, etc.

El equipo que impulsa nuestra misión.

2.4. Nuestro Equipo



Beatriz Vidal
Directora
b.vidal@aedecc.com



Milagros Hernández
Marketing y RRPP
m.hernandez@aedecc.com



Ana García
Marketing
a.garcia@aedecc.com



Raquel Alonso
Research
research@aedecc.com



Victoria Prado
Coordinación de Actividades
v.prado@aedecc.com



Pablo Cano
Oficina del Socio
p.cano@aedecc.com

Un equipo de profesionales comprometido, dedicado y entusiasta. Siempre dispuestos para atender a nuestros socios y a cualquier persona que muestre su interés por lo que hacemos y por el sector de los centros y parques comerciales en España.

Contacta con nosotros a través de:

Tel. : +34913084844

asociacion@aedecc.com
www.aedecc.com

La comunicación y relaciones con los medios está en manos de la agencia de comunicación, HARMON, aecc@harmon.es.

Nuestra revista **CENTROS COMERCIALES**, revistacentroscomerciales.com, se edita y comercializa por **IBERINMO**, redaccion@revistacentroscomerciales.com, info@iberinmo.com.

Para todo lo que acontece en esta Asociación, síguenos a través de nuestras cuentas en las redes sociales.



Asociación Española de Centros y Parques Comerciales



@AECCComerciales



@AECCComerciales

El trabajo
bien hecho es
en sí mismo
una recompensa.

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

Nuestros Socios



3

Nuestros Socios

Conectamos todas la miradas del sector. Somos la voz plural que articula el sector integrando a consultores, comerciantes, proveedores, propietarios, inversores, centros e instituciones.

A lo largo de los años la AECC ha sabido atraer aliados estratégicos para sumarse a nuestro proyecto asociativo. Los socios de la AECC forman una comunidad con afán por mejorar y transformarse. Ellos son parte esencial de la concepción e identidad de nuestra Asociación y aportan al bien común cada vez que se reúnen para conversar y escuchar, para compartir experiencias con otros profesionales, debatir y trabajar conjuntamente.

Nuestros miembros lo conforman un conjunto de empresas y profesionales que comparten intereses y preocupaciones. Cada socio tiene claro su papel dentro de nuestra Asociación y su pertenencia a la AECC es pieza fundamental dado que su conocimiento y experiencia enriquecen al conjunto. Desde la AECC nos ocupamos de responder a sus expectativas con nuestra labor diaria, algo que figura en la propia misión de la Asociación.

Ser miembro de la AECC otorga credibilidad y fiabilidad a las empresas ante sus clientes; posibilita el aumentar la red de contactos profesionales al fomentar las relaciones con otros actores del mercado en cada una de las actividades organizadas;

potencia la marca personal y de empresa; contribuye a promocionar y difundir los logros profesionales a través de nuestras plataformas de comunicación; da acceso a actividades de formación y cursos; informa de las novedades y tendencias del sector; crea un espacio para compartir y debatir experiencias e ideas que impulsan nuevos proyectos; colabora en la resolución de los problemas comunes de la industria y, en definitiva, aporta grandes beneficios que suman al engrandecimiento del grupo de las empresas socias al tiempo que respaldan y contribuyen a generar una imagen positiva del sector promoviendo los intereses de nuestra industria.

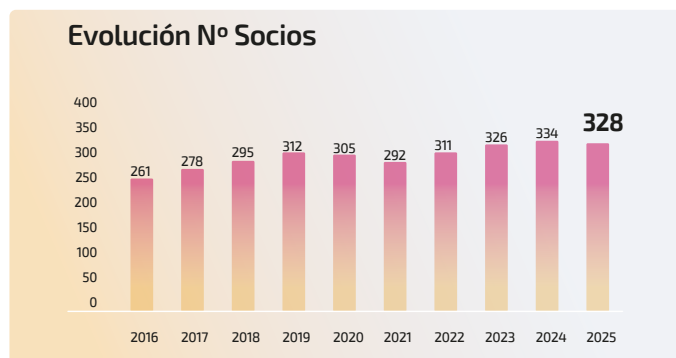
Nuestros socios están detrás de cada uno de nuestros logros. Sin su apoyo, no seríamos quienes somos.

3.1. Número de socios

En 2025, cerramos el año con 328 socios, 6 menos que en 2024, y 102 miembros asociados.

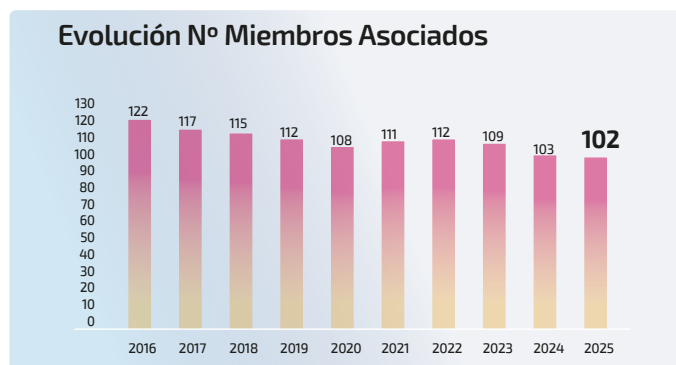
La cada vez mayor participación de las empresas socias en el día a día de la Asociación y la fidelidad de la gran mayoría de nuestros asociados, supone para esta Asociación un gran respaldo y un voto de confianza; una confirmación del buen hacer con que desempeñamos nuestro papel de aglutinador de las empresas del sector y refrendo de nuestro papel de creadores del espacio en el que las empresas del sector pueden compartir y mejorar.

Tras 3 años de crecimiento sostenido, el 2025 ha finalizado con un número total de socios ligeramente inferior (+1,8%) al cierre del año anterior. La ralentización en el alta de asociaciones nuevas (-1,8%) y un crecimiento significativo de las bajas (+2,3%) han hecho que terminemos el año con 328 socios.



31 empresas han considerado unirse a esta comunidad con la idea de encontrar aquí un espacio para potenciar el desarrollo de su actividad, en contraposición, 37 empresas han solicitado su baja en la Asociación durante este año. Las empresas proveedoras son las que muestran un menor grado de fidelidad en la asociación siendo el colectivo más numeroso entre los que entran y salen, terminando sin embargo el año en número muy similar al del año anterior. Sin embargo, el apartado de consultores es el que se ha visto más afectado por las bajas.

Por otro lado, el número de miembros asociados, personal de la empresa socia que percibe, al igual que el representante principal, las ventajas y beneficios que lleva implícito el ser socio de la AECC, se ha mantenido prácticamente inalterable durante este ejercicio, con la baja de una única persona, sumando un total superior al centenar.



3.2. Composición

La composición de la Asociación es un claro reflejo de la diversidad, peso y estructura de las diferentes categorías de empresas que conforman el sector de los Centros y Parques Comerciales en España. A destacar que, en la categoría de Centros Comerciales, incluimos sólo los activos comerciales vinculados a la AECC de forma directa. Sin embargo, podemos decir que mayoritariamente los casi 600 centros y parques comerciales abiertos en este país forman parte de esta Asociación al estar representados por sus propietarios o gestores.

El apartado de consultores, el más abultado, incluye tanto a las grandes gestoras inmobiliarias y consultorías generales, como a las empresas consultoras de una sola especialidad como: abogados, arquitectos, ingenieros, empresas de estudios, agencias de comunicación, etc. Siendo el colectivo más numeroso, es el que ha sufrido este año la mayor caída.

Sin embargo, año tras año aumenta el número de comerciantes vinculados a la AECC y cada día se muestran más involucrados en la actividad asociativa y más participativos en los eventos que organiza la Asociación.

Los proveedores de soluciones de todo tipo, desde empresas de facility management hasta suministradores de equipamiento o proveedores tecnológicos, para los centros y parques comerciales sigue siendo un colectivo numeroso pese al vaivén de las empresas que entran y salen.

El epígrafe de inversores y promotores continúan en fase de crecimiento sostenido con la incorporación de 2 empresas más.

328 socios



3.3. Listado de socios

A 31 de diciembre de 2025.

Centros Comerciales

Centros Comerciales

ALISIOS
BARICENTRO
BREGÁN PARK
C.C. CUATRO CAMINOS
C.C. LA PLAZA DE AYAMONTE
C.C. LAS ARENAS
C.C. L'ILLA
C.C. NEPTUNO
CALEIDO
CARREFOUR COSTASOL
CENTRO COMERCIAL ARCCA
CENTRO COMERCIAL CONSTITUCIÓN 102
CENTRO COMERCIAL MYRTEA
CENTRO COMERCIAL NIVARIA CENTER
CENTRO COMERCIAL OASIZ MADRID
COMERCIANTES DEL PONIENTE-C.C. COPO
DIAGONAL MAR
ESTEPARK
FARO 2
L'EPICENTRE
LAFINCA GRAND CAFÉ
MDSR INVESTMENTS
NUEVO CENTRO
OCIMAX CENTRE D'OCI
OUTLETUI
PARQUE COMERCIAL BAHÍA MAR
PARQUE COMERCIAL VEGA DEL REY
PONTE VELLA CENTRO COMERCIAL Y OCIO
SAN MARTIN MERKATUA

Comerciantes

Comerciantes

4DREAMS
ALCAMPO
ALE-HOP
ALSEA
AMREST
AMUSEMENT YARDS
ARTESIETE CINES
BASIC FIT
BED'S
BELROS
BRICO DÉPÔT
C&A MODAS
CARREFOUR PROPERTY ESPAÑA
CASUAL BRANDS GROUP
CINE YELMO
CINESA
COSTCO
DEICHMANN CALZADOS
DRUNI
EL CORTE INGLÉS
E-LECLERC
EROSKI
EssilorLuxottica
FIVE GUYS
GALAXY PARK
GOIKO
GRUPO RESTALIA
GRUPO SPRINTER Y JD SPORTS
GRUPO TANSLEY
H&M
HERBOLARIO NAVARRO
ILUSIONA
INDITEX
ISKAYPET
JOSÉ LUIS JOYERÍAS
JUGUETTOS
KIABI
KIKO MILANO
LEROY MERLIN
llaollao
MANGO
McDONALD'S
MEDIA MARKT
MERKAL CALZADOS
MISTER MINIT - MINIT COLORS
MK2 CINES SUR
MR. D.I.Y.
OCINE
ODEON MULTICINES
ORANGE
OZONE BOWLING
PAUSE & PLAY
PEPCO
Photo-Me Group
RKS
ROSELIN
SANTALUCIA
SOULD PARK
SPEED PARK
TASTIA GROUP
TECNOTRON
TEDI
TENDAM
THE EAT OUT GROUP
UNIÓN CINE CIUDAD

Consultores

Consultores

aaa AGUIRRE Y ASOCIADOS ARQUITECTOS
ACERTA
ACIEROID
ADS RETAIL
AGENCIA FANDOM
AGUIRRE VENTURA 2000
ARCADIS
ARCHIGESTIÓN
ASAVA
ASJ INGENIERÍA
AXA IM - Real Assets
B+R ARQUITECTOS ASOCIADOS
BACAF REAL ESTATE
BDO OUTSOURCING
BERTOLINO, MARCELO
BNP PARIBAS REAL ESTATE
BROADWAY MALYAN ESPAÑA
BUIGAS
CABANA
CAD&LAN
CARRIÓN GARCÍA DE PARADA, IÑIGO
CARULLA & CO
CBRE
CBRE INVESTMENT MANAGEMENT
CHAPMAN TAYLOR
CIMBRA ARQUITECTOS
COLLIERS
CUSHMAN & WAKEFIELD
DELOITTE
DURAN TRIANO, JOSÉ ANTONIO
EIC CONTROL
EIASO ETL GLOBAL
ERV CONSULTING
Fi Group
Forcadell Sancho, Ramón José
GARRIGUES, ABOGADOS Y ASESORES
TRIBUTARIOS
GENERALPLAN
GENTALIA
GESCOM SERVICES
GHESA Agua & Arte
GLEEDS IBÉRICA
GONZÁLEZ TEJERO, AMÓS M^a
GRANT THORNTON
HAMILTON RETAIL
HARMON
Hernández-Echevarría Monge, Pedro
HILL INTERNATIONAL
HOGAN LOVELLS
HORTELANO DE LA LASTRA, JAVIER
IDEA REAL ESTATE
IKARIA ASESORES EMPRESARIALES
IKEI
IMPUESTALIA
INMOKING
INSE RAIL
IPLAY URBAN DESIGN

JG INGENIEROS
JLL
KNIGHT FRANK ESPAÑA
KREAN
L35 ARQUITECTOS
LAP REAL ESTATE
LAREDO MORENO, IGNACIO
LASALLE INVESTMENT MANAGEMENT
ESPAÑA
LaSBA
LINKMALL
LyC CONSULTORES
MACPHERSON CONSULTORES
MADHOUSE - BRANDS&MALLS
MANUBENS ABOGADOS
MAPESA Inversiones y Expansión
Monereo Alonso, Luis
MVGM
NOMMON
NUEVE CAPITAL
ÓPTIMA GLOBAL SERVICES
ÓPTIMA PROJECT
Palenzuela Gómez, Rafael
PESTAÑA, CARLOS
PLAYING RETAIL
Ponce Piña, Antonio
PRADERA MANAGEMENT SPAIN
PRINCIPAL REAL ESTATE EUROPE
PROPERTY MARKET ANALYSIS
PTA GROUP
PwC
QUICK EXPANSIÓN
RELWAY
RETAIL MIND
RETHINK MARKETING
ROBLES DELGADO, ISABEL
RPE
RUBIO LAPORTA ABOGADOS
SÁNCHEZ DE LAS MATAS, FERNANDO
SAVILLS
SCCE
SEEC
SERVAR GROUP
SHOPHUNTERS
SIGLA
SONAE SIERRA
Sotomayor Jauregui, Federico
SUPERCO GESTION
TAILOR RETAIL MAKERS
TECH-STONE
TRISON NECSUM
URBAN PLANET ENTERTAINMENT
VEGA Y SERRANO
WIT RETAIL

Instituciones

Instituciones

AENA
ARS FUNDACIÓN
COMERTIA
CONSORCIO ZONA FRANCA DE VIGO
FUNDACION VIVIR SIN BARRERAS (FUNVIBA)
PROCOS

Inversores y Promotores

Inversiones y Promotores

abrdrn
ACTIV - GROUP
ADIF - ESTACIONES DE VIAJEROS
ALERCE IBERIAN PROPERTIES
ALTAREA ESPAÑA
ATALAYA SUPERFICIES COMERCIALES
BANCO SANTANDER
BATEX & DUPLEX
BOGARIS
CARMILA
CASTELLANA PROPERTIES SOCIMI
COINTE
DEAL GESTIÓN
DWS
ESTABONA MANAGEMENT
EUROFUND GROUP
FREY INVEST
GENERAL DE GALERÍAS COMERCIALES
GOLDMAN SACHS
GOODMAN REAL ESTATE
GRUPO IBSA
GRUPO LAR
HINES SPAIN
INDOTEK GROUP
INGKA Centres
INMSA
INTU MANAGEMENT SPAIN
KLEPIERRE MANAGEMENT ESPAÑA
KRONOS
López Real Inversiones 21 (LRI21)
MCORE SPAIN
MERCASA
MERIDIA CAPITAL
MERLIN PROPERTIES
MITISKA REIM
MULTI SPAIN MANAGEMENT
NEINVER
NHOOD
Nuveen Real Estate
OMO RETAIL
ORION CAPITAL MANAGERS SPAIN
PARQUE COMERCIAL LA RAMBLA
REALIA PATRIMONIO
REDEVCO
REINVEST
RETAIL CO
RIVOLI ASSET MANAGEMENT
SAMBIL OUTLET
SG INMUEBLES
SILICIUS SOCIMI
SUBA
TEN BRINKE DESARROLLOS
UBS Europe SE – Sucursal en España
URW (Unibail-Rodamco-Westfield)
VERACRUZ PROPERTIES
VIA OUTLETS SPAIN MANAGEMENT

Proveedores

Proveedores

ACCIONA ENERGÍA
ACTECO
Al Findr
AM Experience
AUSSA
BELBEX
BOXCOM AGENCY
CAMALEÓN LED
CICRON CONSTRUCCIONES
CLECE
COLLBAIX, Access Solutions
CONTRATAS Y OBRAS CORE
DOUBLET IBÉRICA
DRIVECO
DYSON SPAIN
ELECOX
ELECTRA
ELEVA AI SOLUTION
ERANOVUM
EXTERIOR PLUS
FASTNED ESPAÑA
FERRCOS
FILLIT
FINSA
GOLDENGREEN.ENERGY
GREENVOLT
GRUPO EULEN
GRUPO IC
GRUPO KUO
HELEXIA
IMAN CORPORATION
IMPLASER
LEDANDGO
LOXAMHUNE
MARAZZI IBERIA
MATIMEX
MULTIANAU
MYTRAFFIC
NBP-CRIADORES DE IDEIAS
NEW CAPITAL 2000
ORIA CONSTRUCCIÓN
Plenitude + Be Charge
PLUG'HEUR
PORCELANOSA GRUPO
POWERDOT ESPAÑA
PRILUX eCONCEPT
RIECOLÓGICA / RIPET
SCHEIDT & BACHMANN IBÉRICA
SECURITAS
Sensormatic
SIGNIFY
SIMON
SKIDATA IBÉRICA
SOPREMA

SYSDIL
TEAM SERVICE FACILITY
TK Elevator
TKH SECURITY
TOLDER CARPAS Y TOLDOS
VANTAGE TOWERS
VECTALIA SERVICIOS
WENEA
WINNER TECHNOLOGY

Avanzar juntos
multiplica el alcance
de cada paso.

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

Actividades 2025



4

Actividades 2025

Movimiento, compromiso y comunidad.

La mayor parte de los recursos de la AECC, tanto económicos como humanos, se destinan a la organización de eventos, presenciales y online, en los que profundizar en temas de actualidad, ponerse al día de las últimas tendencias de la industria, encontrarse y charlar con otros colegas, e incluso aprovechar para dar visibilidad a proyectos y a empresas.

El diseño y la programación de eventos del año varían según los objetivos planteados al inicio del ejercicio y el propósito concreto que se persigue con cada uno de ellos. Las distintas acciones organizadas nos permiten también involucrar a nuestros socios en nuestra actividad y estrechar nuestra relación con ellos, mientras que se favorece el intercambio de conocimiento y la generación de oportunidades de networking.

Esta planificación de actividades es el resultado del trabajo coordinado y continuado del equipo de la Asociación junto a un amplio número de representantes de las empresas socios de la AECC que, de manera altruista han participado en los diferentes grupos de trabajo que han puesto en marcha estos proyectos, dedicando un importante esfuerzo a la definición de temáticas, la selección de ponentes y la configuración de formatos innovadores y eficaces.

Gracias a este trabajo, la agenda de actividades desarrolladas durante este año ha reforzado el papel de la asociación como espacio de referencia, dinamizador del sector y catalizador de nuevas oportunidades de relación, aprendizaje y desarrollo profesional.

Este calendario de actividades resume, cronológicamente, la actividad realizada durante 2025, mientras que las siguientes páginas detallan, ya de manera pormenorizada, cada uno de los eventos, jornadas de trabajo y sesiones formativas llevadas a cabo, a lo que se suman las reuniones institucionales y el desarrollo de estudios y publicaciones.

Todas estas acciones son herramientas de gran utilidad para que los asociados puedan estar al tanto de las novedades del sector y desarrollar su actividad de la manera más eficiente alcanzando así los mejores resultados.

La elevada y creciente participación de los socios confirma el valor de la agenda propuesta y el impacto positivo de las actividades como herramientas para generar conocimiento, debate y oportunidades de colaboración y negocio.



4.1 Actividades AECC

2025



11 de febrero
Aula AECC:
"Situación y perspectivas para la economía española". Sesión online.



19 de febrero
Aula AECC:
"Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT): Luces y sombras de su declaración en España". Sesión online.



6 de marzo
Jornada Temática AECC:
"Los Parques Comerciales caminan hacia un nuevo futuro."
Parc Vallès. Terrassa. Barcelona



8 de abril
Aula AECC:
"GEOPOLÍTICA en un mundo en tensión". Sesión online.



2025

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

25 de febrero
Presentación del Balance del Sector de los Centros y Parques Comerciales de España 2024.
Rueda de Prensa. Madrid.



27 de febrero
Primera reunión de la Junta Directiva de la AECC en 2025.
Madrid.

7 de marzo
Conmemoración del Día Internacional de la Mujer.
Brunch AECC con mujeres del sector de los Centros y Parques Comerciales. Madrid.



27 de marzo
Asamblea General de Socios AECC 2025.
Madrid.



8 al 14 de mayo
Viaje de Estudios AECC 2025.
San Francisco y Los Angeles. California. USA.



28 de mayo
Desayuno AECC: "Specialty Leasing. Cuando el aprovechamiento del espacio se convierte en estrategia clave." Madrid.



4. Actividades 2025



19 de junio
iTalks AECC: "ESG: Creando valor sostenible." Sesión online.

iTalks
AECC



26 de junio
Segunda reunión de la Junta Directiva de la AECC 2025.
Madrid.

JUNIO



26 de junio
Encuentro de Socios AECC 2025.
Madrid.

24 y 25 de septiembre

XXI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales.
Madrid.

creando
valor

XXI CONGRESO ESPAÑOL DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES
24 Y 25 SEPTIEMBRE 2025. MADRID



SEPTIEMBRE

25 de septiembre

Premios AECC 2025
Madrid.

PREMIOS AECC 2025



4 y 5 de noviembre
AECC en Mapic 2025.
Cannes, Francia.

mapic



20 de noviembre
Jornada Retail 360:
"Mall Activation: creación de valor y experiencias." Bonaire, Valencia.

JORNADA
RETAIL 360
AECC

NOVIEMBRE

DICIEMBRE



11 de diciembre
Tercera reunión de la Junta Directiva de la AECC 2025.
Madrid.



13 de diciembre
Cine en Familia AECC.
Cine Yelmo La Vaguada, Madrid.

208
conexiones
totales

**SITUACIÓN Y
PERSPECTIVAS
PARA LA
ECONOMÍA ESPAÑOLA**

**11 FEBRERO, 2025
12:00H**



ponencia impartida por:

DAVID CANO

*Socio Director de AFI, compañía líder en
asesoramiento, consultoría y formación
independiente en economía, finanzas y
tecnología.*



11 de febrero de 2025

aula AECC
**"Situación y perspectivas para la
economía española"**

Sesión on-line

La AECC abrió su calendario formativo con una sesión en streaming dedicada a analizar la evolución económica global y su impacto en el sector retail. **David Cano Martínez**, director general de AFI INVERSIONES GLOBALES, ofreció una visión actualizada del contexto internacional, destacando la resiliencia del crecimiento mundial y el papel de India, China y Estados Unidos como principales motores económicos.

Europa avanza a un ritmo más moderado, mientras que España destaca por su dinamismo, apoyado en consumo, empleo y turismo. El comportamiento de la inflación se perfiló como la variable clave para los meses siguientes y pronosticó que sería condicionante para las decisiones en tipos de interés y financiación.

A pesar del contexto global de incertidumbre, la visión presentada por el ponente invitó a mirar la economía española con confianza. Los asistentes pudieron percibir que España está demostrando una capacidad notable para mantener el crecimiento y sostener el consumo interno, incluso en un entorno internacional complejo. El dinamismo del turismo, la fortaleza del mercado laboral y la estabilidad en la demanda interna confirman que nuestro país avanza con solidez y margen para seguir mejorando.

En resumen, el análisis dejó una sensación clara: **hay razones fundadas para el optimismo y la economía española está mejor posicionada de lo que muchos imaginan para afrontar el futuro inmediato.**

El aula permitió a profesionales conectados desde diferentes puntos del país acceder en directo a un análisis claro, útil y orientado a la toma de decisiones estratégicas en un escenario cambiante.

Como es habitual cuando contamos con especialistas de primer nivel en materia de economía, la sesión despertó un alto interés y registró una participación muy activa por parte de nuestros socios. Al cierre de la ponencia se generó un intercambio amplio y enriquecedor de preguntas y reflexiones, prolongando la jornada más allá del tiempo previsto, resultado directo del nivel de atención y del valor percibido por los asistentes. Esta impresión quedó confirmada en la encuesta de satisfacción posterior, que arrojó resultados sobresalientes y puntuaciones por encima de 4.6 sobre 5 en todos los indicadores evaluados.

137
conexiones
totales

**ZGAT,
LUCES Y SOMBRAS DE SU
DECLARACIÓN EN ESPAÑA**
19 FEBRERO, 2025
12:00H

ponencia impartida por:
EVA PICH
Socia codirectora de
MANUBENS ABOGADOS

aula
AECC

19 de febrero de 2025

aula AECC “Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT): Luces y sombras de su declaración en España”

Sesión on-line

En esta sesión online, moderada y dirigida por **Carlos Solana** —socio de Rubio Laporta Abogados y experto en el área inmobiliaria—, tuvimos la oportunidad de profundizar en el **régimen jurídico de las Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT)** de la mano de **Eva Pitch**, socia de Manubens Abogados y especialista en el asesoramiento a sociedades y entidades públicas.

Durante su intervención, **Eva Pitch abordó tanto las ventajas como los desafíos que plantea la declaración de las ZGAT**, que permiten a los comercios extender sus horarios en periodos de alta demanda turística, generando un impacto positivo sobre la actividad económica y el empleo.

A pesar de sus beneficios, **la aplicación de esta normativa no ha estado exenta de controversia**. Pitch destacó cómo la resistencia de algunas comunidades autónomas y ayuntamientos ha derivado en tensiones competenciales y numerosos litigios judiciales. En este contexto, **el papel del Tribunal Supremo ha sido decisivo a la hora de delimitar con claridad los derechos y obligaciones derivados de esta figura**, apoyando, en diversas sentencias, su efectividad frente a restricciones injustificadas.

En definitiva, la sesión concluyó con un mensaje claro y positivo: **las ZGAT representan una herramienta estratégica para impulsar el comercio minorista en destinos turísticos, optimizando la rentabilidad del turismo y contribuyendo a la generación de empleo.**

La alta participación en esta actividad pone de manifiesto el interés que suscita esta temática entre nuestros socios, quienes pudieron conocer de primera mano los aspectos legales clave y las vías de actuación ante las limitaciones en la aplicación de las ZGAT.

La temática captó también el interés de la Revista de Centros Comerciales que se hizo eco de la sesión mediante un artículo que ponía en valor esta figura tan ventajosa para el sector.



+36
impactos

10
medios de
comunicación

11
medios
participantes

3
agencias

1
entrevista

La información recopilada sobre 2024 por la Asociación, junto con el análisis realizado puso de manifiesto el notable impulso experimentado por la actividad durante este último ejercicio.

25 de febrero

Rueda de Prensa de presentación del Balance del Sector de los Centros y Parques Comerciales de España 2024

Lugar: Sede de la AECC. Madrid

Una vez más, la AECC reunió en su sede a un nutrido grupo de profesionales de la prensa económica y especializada para dar a conocer la situación del sector de los centros y parques comerciales en España.

Durante el encuentro, Eduardo Ceballos, presidente de la AECC, expuso de manera ordenada y transparente los principales indicadores con los que cerró el sector en 2024. La información recopilada por la Asociación, junto con el análisis realizado a partir de dichos datos puso de manifiesto el notable impulso experimentado por la actividad durante este último ejercicio, tanto en términos de ventas y afluencias como en su posicionamiento como uno de los activos inmobiliarios más atractivos para la inversión, avalado por el volumen de operaciones registradas al cierre del ejercicio y por las previsiones de nuevos desarrollos.

Asimismo, el presidente atendió a las preguntas de los periodistas y participó en diversas entrevistas solicitadas por los medios, lo que permitió que las conclusiones más relevantes y las cifras clave del sector tuvieran una destacada presencia en titulares y reportajes publicados en los días posteriores.

MEDIOS Y AGENCIAS PARTICIPANTES

OBSERVATORIO
INMOBILIARIO

modaes.es

europa press

El Inmobiliario:
mes a mes

EjePrime

THEOBJECTIVE

idealista/news

EFE:

Hi Retail

servimedia

CENTROS
COMERCIALES

info**retail**
Información de Retail España del día a día

brainsre.news

JUST RETAIL

La Junta Directiva de la AECC celebra tres sesiones anuales en las que se analiza la marcha de la Asociación y se definen las directrices estratégicas que orientan el desarrollo de su actividad.



27 de febrero

Primera Reunión de Junta Directiva de la AECC en 2025

Lugar: Sede de la AECC. Madrid

La Junta Directiva de la AECC celebra tres sesiones anuales en las que se analiza la marcha de la Asociación y se definen las directrices estratégicas que orientan el desarrollo de su actividad.

La primera de estas reuniones, celebrada de forma previa a la Asamblea General de Socios, estuvo centrada en la presentación del cierre económico y contable del ejercicio anterior, en la aprobación de los proyectos previstos para el año en curso y en la actualización, conforme a lo establecido en los estatutos, de los distintos cargos de los órganos de gobierno de la AECC.

Los acuerdos alcanzados fueron posteriormente elevados a la Asamblea General para su validación por parte de los socios.



PARC VALLÈS
6 DE MARZO, 2025

LOS PARQUES COMERCIALES

CAMINAN HACIA UN NUEVO FUTURO



80
asistentes

6 de marzo

IV Jornada Temática AECC: "Los Parques Comerciales caminan hacia un nuevo futuro"

LUGAR: Parc Vallès. Terrassa. Barcelona

La IV Jornada Temática de la AECC -un evento pensado para tratar las últimas novedades del sector, los proyectos en marcha y las tendencias futuras-, reunió en Parc Vallès a expertos en arquitectura, retail e inversión para analizar cómo están transformándose los parques comerciales en respuesta a un consumidor que busca comodidad, ocio y experiencias más allá de la compra.

Durante la sesión, se debatió sobre la evolución del diseño —más verde, peatonal y experiencial—, la transformación del *tenant mix* con nuevas tipologías de operadores y el creciente interés inversor en este formato, reforzado por su eficiencia y capacidad de adaptación al entorno omnicanal.

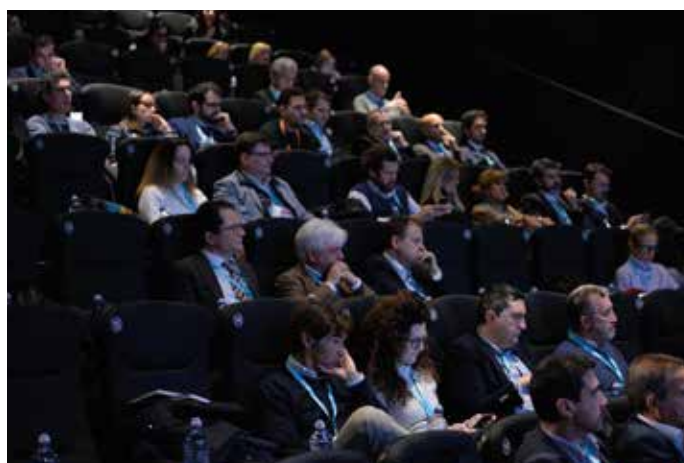
Tras la inauguración de la jornada por el presidente de la AECC, Eduardo Ceballos y representantes institucionales, el evento se articuló a través de varias mesas redondas sobre Innovación, Mix comercial y Foco de atracción para la inversión. Todas ellas temáticas de extraordinario interés para la audiencia, lo que derivó en una larga lista de preguntas del público y en los buenos resultados de la encuesta.

La jornada concluyó con un almuerzo networking y con una visita guiada al parque, donde los asistentes pudieron comprobar sobre el terreno cómo sostenibilidad, integración urbana y propuesta experiencial están definiendo la nueva generación de parques comerciales.

Con la colaboración de:

FREY, PARC VALLÉS Y CINESA

4. Actividades 2025





7 de marzo

Brunch con mujeres del sector para conmemorar el Día Internacional de la Mujer

Lugar: Cenas Adivina. Madrid

Con motivo del Día Internacional de la Mujer, la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) celebró en la sede de Cenas Adivina en **Madrid**, un encuentro destinado a escuchar, visibilizar y proyectar el talento femenino del sector. Un evento ya consolidado en la agenda anual de la asociación, que reunió a **mujeres referentes del sector** para reflexionar sobre la evolución del liderazgo femenino y los retos que aún quedan por delante.

Bajo un formato brunch íntimo y participativo, la jornada se desarrolló con un objetivo claro: **dar voz a las profesionales que hoy construyen el presente del retail y abrir camino a las que vendrán mañana.**

Convocadas por la Directora de la AECC, **Beatriz, Vidal**, en la conversación participaron: **Ruth de Diego Gamarra** · CEO de ASAVA; **Ángeles García Román** · Real Estate Manager Iberia en C&A; **Vanessa Gelado** · Senior Managing Director y Country Head, HINES SPAIN; **Tania Lázaro** · Head of Asset Management Iberia, ABERDEEN; **Soledad López Cerón** · Executive Director of Property Management

en CBRE; **Ágata Romo** · Directora de Marketing en EXTERIOR PLUS y **Asunción Sánchez** · Senior Leasing Manager, ALTAREA ESPAÑA.

La sesión fue conducida por **Silvia Moreno**, fundadora de Cenas Adivina y contó con colaboración de la historiadora **Kina Jaraices**, quienes contextualizaron el encuentro a través de tres figuras clave en la historia de la igualdad: Marie Curie, Artemisia Gentileschi y Clara Campoamor.

Esta jornada no solo celebró logros, sino que reafirmó el compromiso del sector con un futuro más diverso, inclusivo y sostenible. Porque cuando las empresas confían, acompañan y fomentan el crecimiento real, el liderazgo femenino no es un objetivo: es una realidad que se multiplica.

Al finalizar cada invitada recibió un detalle de manos de la AECC con el que la asociación expresa su admiración y reconocimiento a la labor de estas profesionales.



Esta jornada no solo celebró logros, sino que reafirmó el compromiso del sector con un futuro más diverso, inclusivo y sostenible.

EL ENCUENTRO GIRÓ EN TORNO A TRES EJES PRINCIPALES:

Liderazgo femenino desde la autenticidad

Las ponentes coincidieron en que la dirección no responde a un único modelo y que el valor diferencial se encuentra en el talento diverso.

Igualdad estructural más allá del discurso

Se debatió sobre la necesidad de políticas corporativas que acompañen el crecimiento profesional de las mujeres.

Un sector con oportunidades reales

Todas las participantes coincidieron en que el retail y los centros y parques comerciales son un entorno fértil para el talento joven.



La Asamblea constituye el foro en el que se adoptan las decisiones estratégicas más relevantes para la gestión y la orientación futura de la Asociación.

27 de marzo

Asamblea General de Socios AECC

LUGAR: "Sala Eventos" del Centro Comercial Caleido. Madrid

La Asociación reunió a sus socios en la Asamblea General, máximo órgano de decisión de la AECC, celebrada en la "Sala Eventos" del Centro Comercial Caleido, Madrid, situado en el Paseo de la Castellana, muy próximo a su sede.

Durante esta sesión se sometieron a consideración y votación las cuentas correspondientes al ejercicio anterior, el presupuesto del año en curso, el informe de gestión de las actividades desarrolladas, así como la propuesta de actuaciones, nombramientos y otros asuntos que, de acuerdo con los estatutos, requieren la aprobación de la mayoría de los asociados.

La Asamblea constituye, por tanto, el foro en el que se adoptan las decisiones estratégicas más relevantes para la gestión y la orientación futura de la Asociación, garantizando al mismo tiempo la participación de los socios y la adecuada representación de sus intereses.

Tanto antes del inicio de la reunión como al finalizarla, los asistentes pudieron compartir un desayuno que propició el intercambio de impresiones y un espacio de relación más distendido entre los participantes.

The banner features the 'aula AECC' logo on the left. The main title 'GEOPOLÍTICA EN UN MUNDO EN TENSIÓN' is prominently displayed. Below it, the date and time '8 DE ABRIL DE 2025 12:00H' are shown next to a calendar icon. A large orange button with a hand cursor icon says 'INSCRÍBETE'. The speaker's name 'SEBASTIÁN PUIG' is listed, along with his title 'Jefe del Órgano de la Dirección General de Estrategia e Innovación de la Industria de Defensa'. On the right, there is a photograph of Sebastián Puig in a military uniform sitting at a desk.

208
conexiones
totales

8 de abril

aula AECC “GEOPOLÍTICA en un mundo en tensión”

Sesión on-line

Durante la sesión online, liderada y moderada por **Javier Marín**, Director de Desarrollo en Alcampo y vicepresidente III de la AECC, tuvimos el privilegio de contar con la participación de **Sebastián Puig**, Jefe del Órgano de la Dirección General de Estrategia e Innovación de la Industria de Defensa. Puig ofreció a nuestros socios un exhaustivo análisis de la coyuntura geopolítica actual, desglosando las principales tendencias tecnológicas y estratégicas, así como los riesgos emergentes y las oportunidades que se abren para nuestro sector en el complejo escenario de incertidumbre global en el que nos movemos.

Entre las principales recomendaciones derivadas de su intervención, destacan:

- **Integrar la inteligencia artificial de forma segura y estratégica**, priorizando inversiones que maximicen su impacto positivo.
- **Reinventar el modelo de negocio**, apostando por una hibridación efectiva entre lo físico y lo digital. Se propuso utilizar los centros comerciales como hubs logísticos de última milla e incorporar soluciones de IA para personalizar la experiencia del cliente en tiempo real.
- **Transformar los centros comerciales en espacios multifuncionales**, capaces de combinar consumo, cultura, entretenimiento, arte, bienestar e incluso servicios públicos, fortaleciendo así el sentido de comunidad.

Su propuesta de evolución de los centros y parques comerciales hacia auténticos laboratorios de innovación comercial plantea una hoja de ruta clara para afrontar con éxito la revolución tecnológica en curso.

La sesión, marcada por un enfoque positivo y optimista, **ofreció herramientas para convertir el actual entorno de incertidumbre**, intensificado por el nuevo escenario internacional tras la toma de posesión del presidente Trump, **en una ventaja competitiva**. El análisis concluyó con una **visión esperanzadora: un escenario de moderada cooperación global, menor tensión en los precios internacionales y perspectivas de recortes controlados en los tipos de interés durante la segunda mitad de 2025**, lo que permitiría flexibilizar las políticas monetarias sin poner en riesgo la estabilidad de los precios.

La actividad contó con una alta participación y seguimiento por parte de nuestros socios, quienes, al finalizar la exposición, plantearon al ponente cuestiones de gran interés. La encuesta de satisfacción lanzada tras la sesión arrojó resultados excelentes, con valoraciones superiores a 4.75 sobre 5 en todos los aspectos evaluados.

Sebastián autorizó la difusión de la presentación que utilizó durante su intervención, así como la grabación de la sesión. Esta documentación se remitió a todos los inscritos junto a la encuesta de valoración.



Los centros comerciales en California son conocidos por su variedad, innovación y la experiencia de cliente única que ofrecen a los consumidores.

8 al 14 de mayo

Viaje de Estudios SAN FRANCISCO Y LOS ÁNGELES

Formación y conexiones que transforman.

California, fue el destino del "Viaje de Estudios de la AECC en 2025". Con este viaje la AECC ofreció a sus socios la oportunidad de conocer de cerca la realidad de los espacios comerciales más interesantes de las dos principales ciudades del estado, **San Francisco y Los Ángeles**.

Los centros comerciales en California son conocidos por su variedad, innovación y la experiencia de cliente única que ofrecen a los consumidores. Visitar esos espacios comerciales de la mano de la AECC y junto a un nutrido y variado grupo de profesionales hicieron de este viaje una oportunidad extraordinaria que los socios no se podían perder.

La agenda de este viaje contemplaba la visita a los nuevos Food Halls que son tendencia en el país, centros comerciales tradicionales y aquellos que han experimentado importantes reconversiones en sus espacios como la incorporación de viviendas, e incluso la posibilidad de visitar las famosas plataformas logísticas y sedes de las principales empresas tecnológicas asentadas en Silicon Valley.

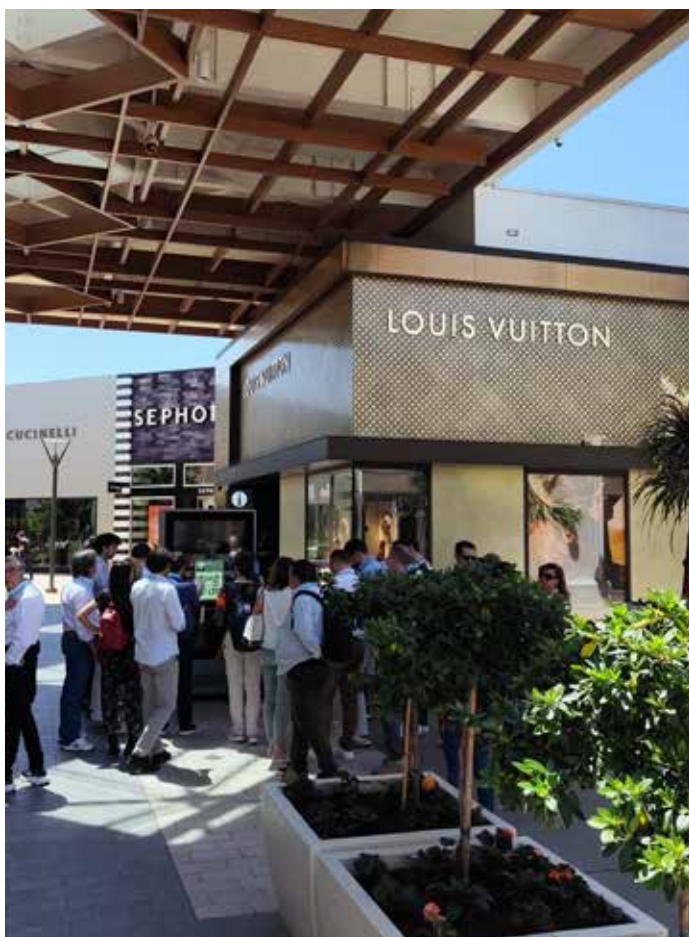


Al viaje se unieron 38 socios acompañados por Beatriz Vidal, directora de la AECC, y Milagros Hernández, responsable de Marketing. Sus cinco días de duración permitieron visitar 17 activos comerciales (centros comerciales, marketplaces y complejos comerciales) a lo que se añadieron algunas visitas culturales que aportaron una mejor comprensión de la actividad del sector en la Costa Oeste de Estados Unidos. Entre las visitas complementarias destacan la presentación de los servicios de la empresa Salesforce para el sector, cuya reunión tuvo lugar en la sede de la empresa en San Francisco ubicada en la emblemática Salesforce Tower, o el paseo por Sausalito, un barrio pintoresco al otro lado del río al que se accede cruzando el icónico Golden Gate.

4. Actividades 2025



Nuestros viajes
internacionales
contribuyen a fortalecer
las relaciones entre socios
y ampliar la visión de
mercado.



Desde una perspectiva comercial, la principal conclusión es la convivencia de marcas de lujo y enseñas de perfil más accesible dentro de un mismo activo, articulada a través de una lógica de mezcla por clusters bien definidos. Este enfoque, aunque eficaz, no supone una ruptura estratégica respecto al modelo europeo, sino más bien una aplicación disciplinada de un esquema ya conocido de segmentación y complementariedad de oferta.

Donde sí se observa una diferencia significativa es en la gestión técnica y operativa. La ventaja competitiva de los centros comerciales californianos no reside tanto en una estrategia distinta, sino en la magnitud de la inversión destinada a mantenimiento, seguridad y limpieza, muy superior a la media europea, lo que se traduce en espacios impecables y altamente atractivos. No obstante, el gran reto sigue siendo la digitalización y el uso inteligente de los datos: la excelencia estética, por sí sola, no puede sustituir una gestión basada en información avanzada y capacidad analítica a largo plazo. Así lo recogía magníficamente **Francisco Martínez Bermejo Senior** Director Retail Property Management Iberia de CBRE en el artículo que redactó para la revista de la Asociación, CENTROS COMERCIALES, donde detalló pormenorizadamente el recorrido de todos los centros que se visitaron a la vez que aportó el contexto social del país, y compartió su propia experiencia y conclusiones como participante en el viaje.

Tanto los resultados de la encuesta anónima realizada entre los asistentes como la valoración recogida por Francisco en su artículo confirman que el viaje de estudios a California fue una experiencia altamente enriquecedora, al ofrecer una visión inspiradora del modelo comercial estadounidense, donde los usos mixtos, integra-

ción de funciones residenciales, comerciales, de oficinas y ocio se despliegan con una madurez y una ambición difíciles de igualar.

Finalmente, cabe añadir que, al amplio recorrido por espacios comerciales, durante el viaje, se incorporaron también visitas a centros de tecnología e innovación, así como a enclaves gastronómicos y culturales, convirtiendo la experiencia en algo verdaderamente completo.

**Viajar para conectar,
aprender y consolidar.**

4. Actividades 2025





93
asistentes

28 de mayo

Desayuno AECC "Specialty Leasing. Cuando el aprovechamiento del espacio se convierte en estrategia clave"

LUGAR: Sala de Eventos de Los Jardines de Caleido. Madrid

El *Specialty Leasing* se ha consolidado como una de las principales herramientas para incrementar la rentabilidad de los activos y reforzar la propuesta de valor de los centros comerciales. Su capacidad para optimizar espacios, dinamizar la oferta y adaptarse a las nuevas formas de consumo lo posiciona como un eje clave dentro de las estrategias de comercialización.

En el encuentro, los principales operadores del sector coincidieron en que las zonas comunes se han convertido en auténticos escenarios de innovación. Conceptos efímeros, pop ups, activaciones de marca, eventos culturales y formatos itinerantes están impulsando nuevas oportunidades de negocio, atrayendo afluencias y reforzando la experiencia del cliente.

Moderada por **Daniel Manzanares**, Head of Brand Events de CUSHMAN & WAKEFIELD, la mesa redonda contó con la participación de **Claudia Cabrera**, Project and SL Manager de CASTELLANA PROPERTIES; **Lola Fernández**, directora de marketing de LA VAGUADA; **Sonia Martínez**, CEO de FLEXIBLE PLACES y **Javier Matey**, Specialty Leasing Manager Spain de NHOOD.



Los expertos subrayaron que la evolución del specialty leasing pasa necesariamente por:

- **Flexibilidad operativa**, permitiendo a las marcas testar productos y estrategias físicas sin asumir compromisos de largo plazo.
- **Integración con marketing y leasing**, generando sinergias que potencien tanto la oferta permanente como la temporal.
- **Uso intensivo de datos**, decisivo para optimizar rotación, anticipar decisiones y medir el impacto real de cada activación.
- **Plataformas digitales**, que facilitan la captación, gestión y formalización de contratos, acelerando procesos y mejorando la eficiencia.

El *Specialty Leasing* se consolida como un elemento estratégico para mantener la competitividad de los centros comerciales en un entorno cambiante. Su capacidad para generar experiencias, atraer nuevas audiencias y maximizar la ocupación lo convierte en un catalizador de innovación y en un pilar fundamental para la sostenibilidad y el crecimiento del sector.

El elevado interés por esta temática quedó reflejado en la amplia asistencia al evento y en las numerosas preguntas que surgieron durante la sesión, dando lugar a una nueva jornada en la que analizar este contenido más en profundidad y desde distintos ángulos.

4. Actividades 2025



19 de junio

iTalk AECC “ESG: Creando valor sostenible”

LUGAR: Sala de conferencias online AECC. Madrid

172
conexiones
totales

Una mesa redonda retransmitida en streaming que reunió a líderes de referencia del sector retail e inmobiliario para analizar el papel estratégico de la sostenibilidad como motor de competitividad y creación de valor. Bajo la moderación de **Jorge Orondo** de CASTELLANA PROPERTIES, el panel contó con la participación de **Fernando Fuente**, Executive Director Valuation Advisory de CBRE, **Amedeo Miranda**, Deputy Head of Store Concept and Construction de MEDIAMARKT, **Bruno Sauer**, CEO de GREEN BUILDING COUNCIL ESPAÑA, **Irene Torá**, Associate Director – ESG Europe Coordinator de GLEEDS, consolidando este foro como un espacio de reflexión avanzado en torno a criterios ESG y su impacto real en el negocio.

El encuentro puso de manifiesto que la incorporación de criterios ESG ya no responde únicamente a exigencias regulatorias: es eficiencia, ahorro y resiliencia empresarial. El sector avanza en descarbonización con la instalación de energías renovables, puntos de recarga eléctrica y certificaciones independientes como BREEAM, que ya evalúa cerca de 200 centros comerciales en España.

Los participantes coincidieron en que la sostenibilidad debe abordarse desde una visión holística que integre a propietarios, operadores, inversores, consultores y administración.

Los expertos subrayaron que la rentabilidad y la sostenibilidad ya no son dimensiones opuestas. Inversiones estratégicas en eficiencia, economía circular, renovables o gestión hídrica repercuten en revalorización, acceso a financiación verde y diferenciación de mercado.

El iTalk concluyó señalando un mensaje clave: la sostenibilidad será el eje transformador del sector inmobiliario en los próximos años. Para que el avance sea sólido y escalable, es imprescindible sumar esfuerzos, activar la innovación y reforzar el compromiso colectivo.

26 de junio

Segunda reunión de la Junta Directiva de la AECC 2025

LUGAR: Palacete de los Duques de Pastrana

La segunda de las tres sesiones anuales de la Junta Directiva se celebra tradicionalmente en fechas próximas al Encuentro Anual de Socios de la AECC. Esta coincidencia permite enriquecer el análisis con las aportaciones y percepciones recogidas durante dicho encuentro.

Situada en el punto medio del ejercicio y antes del periodo estival, esta reunión se convierte en una oportunidad para evaluar la valoración que los socios realizan de las actividades desarrolladas durante el primer semestre, así como para revisar el calendario de iniciativas previstas para la segunda mitad del año. Este ejercicio de seguimiento facilita, cuando resulta oportuno, la revisión de determinadas decisiones adoptadas a comienzos del ejercicio y permite mantener una supervisión continua de la situación económico-financiera de la Asociación.

La segunda reunión de la Junta Directiva se celebra en fechas próximas al Encuentro Anual de Socios de la AECC, lo que permite enriquecerse con las aportaciones y percepciones recogidas durante dicho encuentro.



273
asistentes

25
firmas
colaboradoras

El Palacete de los Duques de Pastrana fue el lugar escogido para que nuestros socios compartieran experiencias y fortalecieran vínculos.

26 de junio

Encuentro de Socios AECC 2025

LUGAR: Palacete de los Duques de Pastrana

El Palacete de los Duques de Pastrana albergó el Encuentro de Socios AECC 2025. Un palacete español del siglo XIX situado entre las calles de Platería y el paseo de La Habana del barrio de Nueva España. Con un diseño arquitectónico de clara influencia francesa y unos preciosos jardines, se convirtió en el lugar idóneo para la celebración.

Tras la bienvenida a los socios, tuvo lugar un cóctel-cena en el porche y en los jardines del emblemático emplazamiento, el tiempo veraniego acompañó a lo largo de todo el evento que tiene como objetivo principal fomentar el networking entre los socios, fortalecer los lazos entre ellos, dar la bienvenida a las nuevas incorporaciones y aprovechar un ambiente distendido para conversar, compartir experiencias, disfrutar de una cena informal, música en directo, fotografiarse en el photocall o dejarse tentar por nuestro candy bar.

La elevada participación y el ambiente generado durante esta celebración ponen de manifiesto el interés y la consolidación de este encuentro entre los socios. Asimismo, el éxito de la iniciativa fue posible gracias a la implicación de las empresas asociadas, que un año más contribuyeron de forma desinteresada con la donación de obsequios para la tómbola, colaboración que queremos reconocer y agradecer expresamente.

Pase anual de cine gratis, cestas de productos gourmet, artículos electrónicos, vales restauración, cheques regalo, relojes, patinetes, lotes de artículos de decoración, cajas de chuches y hasta una pata de jamón de bellota fueron algunos de los 75 artículos sorteados.

4. Actividades 2025







XXI CONGRESO ESPAÑOL DE CENTROS
Y PARQUES COMERCIALES
24 Y 25 SEPTIEMBRE 2025. MADRID

La XXI Edición del Congreso AECC batió el récord de compromiso: 1.405 profesionales participaron, demostrando así que el Congreso Español de Centros y Parques Comerciales se ha consolidado como el gran punto de encuentro de nuestra industria.

24-25 de septiembre

XXI CONGRESO ESPAÑOL
DE CENTROS Y PARQUES
COMERCIALES.

En esta edición volvimos a celebrar el Congreso en Madrid, en **UZalacain La Finca**.

Durante las dos jornadas que duró la cita más importante del sector, analizamos y debatimos los retos y oportunidades de nuestra industria bajo el lema "**Creando valor**". Un concepto que resume el impacto socioeconómico que generan los centros y parques comerciales: espacios que van más allá de su función comercial para contribuir al bienestar social, generar oportunidades, atraer inversión e impulsar el desarrollo local, siempre con las personas en el centro de todas nuestras estrategias.

Nuestro propósito es que, guiados por este hilo conductor, los asistentes pudieran aprovechar al máximo todo lo que ofrece el Congreso: ponencias magistrales, mesas redondas, feria comercial, espacios de networking y nuestros galardones anuales. Trabajamos intensamente para diseñar un programa completo y atractivo y para garantizar, un evento plenamente accesible que permita la participación de todas las personas. El **Congreso AECC** refleja los valores que nos definen.



EL XXI CONGRESO AECC EN CIFRAS:

25
stands de
expositores

310
comerciantes

527
asistentes
a la cena de
clausura

1.405
asistentes

195
enseñas

14
patrocinadores



UN CONGRESO QUE RENUEVA SU COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Como referentes en la identificación y promoción de las principales tendencias del sector, el XXI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales volvió a contar con la certificación AIS de accesibilidad. Esta distinción nos permite poner en primer plano el conjunto de acciones que empresas y profesionales de nuestro sector desarrollan e incorporan cada día y que reflejan nuestro compromiso con la gestión responsable, la sostenibilidad ambiental, la reducción de la huella de carbono, las buenas prácticas y la inclusión.

Desde 2022, el Congreso de la AECC es el primer evento de nuestro país en obtener esta certificación, un logro que evidencia el esfuerzo conjunto del sector por avanzar hacia una accesibilidad universal real. Nuestro propósito es destacar el trabajo continuo que hace posible que los espacios comerciales sean entornos cómodos, útiles y plenamente accesibles para todas las personas, con independencia de su edad o de posibles limitaciones de movilidad o comprensión.

Desde 2022, el Congreso de la AECC es el primer evento de nuestro país en obtener la certificación AIS, un logro que evidencia el esfuerzo conjunto del sector por avanzar hacia una accesibilidad universal real.





La Fundación para la Accesibilidad ARS, responsable de la certificación de centros y parques comerciales bajo la norma AIS 1/2018 — que incorpora criterios de diversidad funcional física, sensorial y cognitiva— volvió a acompañarnos en todo el proceso de certificación.

Con este enfoque, el diseño del Congreso se planteó desde el principio bajo parámetros de accesibilidad e inclusión, ajustándose en lo posible a las limitaciones estructurales del recinto. Además del asesoramiento de ARS, contamos con la colaboración de Implaser, empresa especializada en señalética y seguridad, que realizó las adaptaciones necesarias para mejorar la autonomía de visitantes y expositores mediante encaminamientos, señalética accesible y aplicaciones de guiado para personas con dificultades auditivas o visuales. La Fundación Funviva también participó, aportando un scooter en la entrada de UZalacáin La Finca en Madrid, recinto en el que se celebró el Congreso, para facilitar la movilidad de quienes lo necesitaran.

Gracias a todo ello, **la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales volvió a celebrar un Congreso verdaderamente inclusivo:** un encuentro preparado para todas las personas, con o sin necesidades específicas, que pudieron desplazarse y participar con la tranquilidad de saber que el espacio contemplaba la diversidad de requerimientos de nuestros visitantes.

LOS COMERCIANTES, MÁS PRESENTES QUE NUNCA

La presencia constante y creciente de comerciantes demuestra que nuestro Congreso se ha convertido en una cita imprescindible en su agenda. Aquí generan relaciones, comparten estrategias e impulsa el desarrollo y la expansión de sus marcas.

A lo largo de 21 ediciones del Congreso, desde la AECC hemos sabido construir un espacio de confianza, contenido de alto nivel y networking efectivo que atrae cada año a un número creciente de comerciantes, marcas y profesionales de la comercialización.



El apoyo institucional nos aporta fuerza y legitimidad.

Pudimos contar, entre otras autoridades, con la Viceconsejera de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid quien subrayó el peso del sector en la creación de empleo y anunció un plan de apoyo al pequeño comercio dotado con 20 millones de euros.

RESPALDO INSTITUCIONAL

La bienvenida institucional estuvo a cargo de **Eduardo Ceballos**, presidente de la AECC, quien dio la bienvenida a los asistentes, agradeció el respaldo de las distintas administraciones y destacó que 2025 está siendo un ejercicio marcado por el crecimiento. A continuación, **Adolfo Ramírez-Escudero**, presidente del Congreso y de CBRE España y LATAM, puso de relieve la importancia de los centros y parques comerciales, tanto por su contribución a la economía como por su papel en la cohesión social.

En nombre del Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, la concejala **Susana Penedo** destacó el dinamismo comercial del municipio, citando como ejemplos la Estación de Pozuelo, La Finca Grand Café, El Zoco y Zielo Shopping. Por su parte, **María del Carmen Tejera**, viceconsejera de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid, subrayó el peso del sector en la creación de empleo y anunció un plan de apoyo al pequeño comercio dotado con 20 millones de euros.

Con estas intervenciones quedó inaugurado oficialmente el evento, que dio paso a un completo programa de ponencias y actividades a lo largo de los dos días de Congreso. Durante este encuentro se reunieron propietarios, gestores, retailers, consultores e inversores para debatir los principales desafíos de una industria que volvió a demostrar su fortaleza y capacidad de adaptación.

En el acto inaugural y en el posterior recorrido por la feria participaron también varios miembros del comité ejecutivo de la AECC. Durante este paseo previo al inicio de las conferencias, la comitiva pudo conocer de primera mano los proyectos más innovadores del sector y la actividad de las empresas expositoras, deteniéndose en distintos stands y mostrando un notable interés por los objetivos y propuestas de cada compañía.

Así también, hubo otras autoridades que no quisieron perderse esta importante cita:

Gobierno de Aragón

Dirección General de Comercio, Ferias y Artesanía:
Directora general **Carmen Herrarte Cajal**,
junto al jefe de Servicio de Ordenación y Promoción Comercial,
Salvador Gómez Márquez.

Comunidad Autónoma de Cantabria

Consejería de Industria, Empleo, Innovación y Comercio:
Director general **Rosendo Ruiz Pérez**.

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

Consejería de Economía, Empresas y Empleo:
Directora general **Ana Isabel Fernández Samper**,
junto a la jefa de Servicio de Comercio, **Gloria Gómez**.

Xunta de Galicia

Consellería de Economía, Industria e Innovación:
Director general **Gabriel Alén**.



Concha Ávila, KIABI. Paco Tormo, SINGULARU. Juan Fernández-Estrada, BLUE BANANA.



Giuseppe Stigliano, TOP VOICE LINKEDIN

Analizamos los diversos aspectos en los que centros y parques comerciales generan valor para todos los agentes de la industria: propietarios, operadores, inversores, clientes, profesionales independientes, consultoras, y resto de la sociedad.

CONFERENCIAS

Gonzalo Gómez Garde, Director General de Gentalia, Presidente de las Conferencias del XXI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales, fue el responsable de estructurar el programa de conferencias de manera que se maximizara el aprendizaje, la interacción y el networking entre los asistentes. Las sesiones de la mañana dieron paso a unas tardes donde la feria comercial fue protagonista absoluta y las reuniones de trabajo se intensificaron.

A lo largo de las conferencias del congreso quisimos analizar los diversos aspectos en los que centros y parques comerciales generan valor para todos los agentes de la industria: los propietarios, los operadores, los inversores, los clientes, los profesionales independientes, las consultoras, así como para el resto de la sociedad que también se ve beneficiada por el sector en términos de empleo, riqueza o urbanismo.

Para ello, en esta edición redujimos el número total de conferencias en beneficio de una selección de ponencias magistrales con ponentes de primer nivel de diversos ámbitos de interés: financiero, político, nuevas tecnologías y consumo. Con este rediseño del programa, al que sumamos una mesa de debate, perseguimos mejorar la conciliación entre los contenidos teóricos y las oportunidades de networking que ofrece la feria.

Y es que este año nuestro propósito era convertir el congreso en un 'hub' de formación y una oportunidad para todos los asistentes de

cara a mantenerse al tanto de las novedades de la industria, así como de las nuevas tendencias macroeconómicas, políticas o sociales. Por ese motivo, el programa de conferencias está pensado para llegar a todos los participantes ofreciéndoles la oportunidad de enriquecerse con la experiencia y conocimiento de los ponentes invitados, que son profesionales de reconocido prestigio y popularidad.

Gerardo López, Director de la cuenta de la AECC en la agencia de comunicación Harmon, actuó como maestro de ceremonias a lo largo de nuestra agenda que abrió con la ponencia inaugural de **Ignacio de la Torre**, Economista Jefe en ARCANO PARTNERS, bajo el título "VISIÓN MACROECONÓMICA GLOBAL EN UN CONTEXTO DE DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA Y GEOPOLÍTICA" en la que abordó los principales desafíos económicos en un entorno de disrupción geopolítica y transformación tecnológica. Centrándose en Europa y en Estados Unidos, analizando sus respuestas ante la incertidumbre económica y política, así como la normalización de la política monetaria. También se examinó la evolución económica de China y cómo enfrenta una de las mayores crisis del siglo XXI. Además, se exploraron las repercusiones económicas de las tensiones internacionales, la reconfiguración de alianzas globales y el impacto de la inteligencia artificial en este contexto de esperado crecimiento reducido. Por último, se destacaron las principales tendencias del mercado inmobiliario español y las estrategias recomendadas para afrontarlas.



Nuestra agenda abrió con la ponencia inaugural de Ignacio de la Torre, Economista Jefe en Arcano Partners, bajo el título "Visión macroeconómica global en un contexto de disrupción tecnológica y geopolítica".

Ignacio de la Torre, ARCANO PARTNERS



Javier Goyeneche, ECOALF



Vicente Vallés, Periodista y escritor. Manuel Muñiz, Rector Internacional de IE.

A continuación, **Javier Goyeneche**, Founder & Chairman de la firma ECOALF, impartió una ponencia magistral titulada "LA MARCA, CREADORA DE VALOR" en la que profundizó en la fortaleza de las marcas y en cómo Ecoalf genera impacto real transformando la crisis del plástico en una oportunidad de negocio. Su experiencia como fundador de la primera marca española B Corp demostró que es posible liderar una nueva economía que regenera el planeta mientras aporta beneficios auténticos a todos los stakeholders.

Los cambios en el comportamiento del consumidor han propiciado que sean muchas las marcas que den sus primeros pasos operando online, continúen su andadura en high street y en la actualidad incluyan los centros y parques comerciales como parte su estrategia de expansión. **Concha Ávila**, Head of Real Estate en KIABI IBERIA, lideró la mesa redonda "DEL ONLINE Y LA CALLE, A LA CONQUISTA DEL CENTRO COMERCIAL." que analizó junto con **Juan Fernández-Estrada**, Co-Founder and Co-CEO at BLUE BANANA y **Paco Tormo**, Cofundador y CEO de SINGULARU, estos y otros factores que están actuando como catalizadores de este cambio estratégico.

Otra de las voces más esperadas fue la de **Giuseppe Stigliano**, Miembro del Consejo Asesor de HBR. Asesor de FORBES y TOP VOICE LINKEDIN, quien nos inspiró con una masterclass sobre la evolución estratégica del omnicanal: no se trata de estar presente en todos los canales, sino de elegir los adecuados según el contexto, la intención del cliente y la coherencia de marca "DEL OMNISCANAL AL OPTISCANAL: REINVENTAR EL CENTRO COMERCIAL EN LA ERA HÍBRIDA."

Los cambios en el comportamiento del consumidor han propiciado que muchas marcas que dan sus primeros pasos operando online, continúen en high street y en la actualidad incluyan los centros y parques comerciales como parte su estrategia de expansión.

4. Actividades 2025

Manuel Muñiz, Rector Internacional de IE y **Vicente Vallés** Periodista y presentador, lideraron una de las ponencias más participativas, **"ESPAÑA EN EL MUNDO Y EL MUNDO EN ESPAÑA: INTERACCIONES GLOBALES Y REALIDADES LOCALES."** Un diálogo fundamentado sobre los principales focos de conflicto con un análisis lúcido y bien documentado acerca de las tensiones que están redefiniendo el mundo. Una lectura clave sobre los nuevos equilibrios de poder, el rol de las grandes potencias y las consecuencias que marcarán el rumbo político, económico y social de los próximos años.

La agenda de conferencias continuó por la tarde en el mismo auditorio con varias presentaciones corporativas, que despertaron un notable interés gracias a la relevancia y calidad de sus contenidos. Así, **ECSP**, en la figura de **Julien Bouyeron**, aprovechó su espacio para hablar sobre el papel de la organización en el entorno de la política europea "THE ROLE OF ECSP IN THE EU POLICY LANDSCAPE" Lobbying for Retail Real Estate: A European Perspective.

Desde **Omo Retail** nos ofrecieron una ponencia sobre el proyecto **Omo Cañaveral Retail Park**, el que será el mayor parque de medianas de la Capital, y compartieron con la audiencia su visión sobre la importancia de la creación de un espacio multidisciplinar que combinara ocio y comercio en una sola parcela. Explicaron su propuesta de integración de las diferentes zonas con el entorno y el respeto a los estándares de sostenibilidad medioambiental.

XVI FERIA COMERCIAL

Con más de 402 m² de superficie expositiva, la feria comercial volvió a consolidarse como un espacio clave de relación y negocio dentro del Congreso, facilitando el contacto directo entre empresas, profesionales y asistentes. Su dinamismo, marcado por un entorno profesional activo y participativo, creó el contexto idóneo para el intercambio de ideas, la generación de sinergias y la detección de nuevas oportunidades comerciales.

En esta edición, 25 compañías del sector apostaron por una presencia activa a través de un stand propio, con el objetivo de reforzar su posicionamiento, aumentar su visibilidad como actores relevantes en el mercado español y dar a conocer sus productos y servicios. La feria les permitió, además, establecer relaciones directas con clientes potenciales, proveedores y socios estratégicos, así como conocer de primera mano las iniciativas de otros expositores y analizar la evolución del entorno competitivo.

La organización y distribución del espacio expositivo, diseñada para garantizar una circulación fluida y una experiencia óptima para los asistentes, contó con la colaboración de **María José García Arias**, Country Leasing Manager en España de SONAE SIERRA y presidenta de la Feria Comercial y Exposición de Tendencias y Diseño de esta edición del Congreso. Su experiencia en leasing y su visión estratégica aportaron un valioso apoyo en la planificación del área expositiva, contribuyendo de forma decisiva al buen desarrollo de la feria.

Desde la Asociación queremos trasladar nuestro agradecimiento a María José, así como a todas las empresas que participaron y confiaron en este espacio como plataforma para el impulso de sus proyectos y relaciones profesionales.

25 compañías del sector apostaron por una presencia activa a través de un stand propio, aumentando su visibilidad como actores relevantes en el mercado español dando a conocer sus productos y servicios.

RELACIÓN DE EXPOSITORES

ACCIONA ENERGÍA
ACIEROID
BOGARIS RETAIL
BROADWAY MALYAN
CAD&LAN
CASTELLANA PROPERTIES
COLLBAIX
ELECOX
GENTALIA
GREENVOLT NEXT HOLDING
GRUPO EULEN
HLRE SOCIMI
MERLIN PROPERTIES
MYTRAFFIC
NEINVER
NHOOD
ÓPTIMA GLOBAL SERVICES (OGS)
POWERDOT
SCCE
SCHEIDT& BACHMANN IBÉRICA
SKIDATA
SONAE SIERRA
SOPREMA IBERIA
TECNOTRON

PREMIOS AECC 2025

La elevada participación de esta edición de los Premios AECC, con 101 candidaturas presentadas, refleja el interés, el dinamismo y el compromiso del sector con la innovación y las buenas prácticas.

PREMIOS AECC 2025

Los Premios AECC se han consolidado como una referencia imprescindible dentro del sector, un punto de aspiración para las empresas y profesionales que trabajan por impulsar la excelencia en la industria. La elevada participación de esta edición, con 101 candidaturas presentadas, refleja el interés, el dinamismo y el compromiso del sector con la innovación y las buenas prácticas.

Estos galardones reconocen la contribución de quienes impulsan nuevos modelos, proyectos y enfoques, fortaleciendo el sentimiento de pertenencia y poniendo en valor el esfuerzo colectivo. Las 12 categorías convocadas abarcan un amplio espectro de iniciativas y especialidades, ofreciendo oportunidades reales para que distintos

perfiles puedan destacar. Obtener un Premio AECC supone prestigio, visibilidad y una sólida proyección para los proyectos ganadores.

La ceremonia de entrega, este año conducida por nuestro querido Fede de Juan, es tradicionalmente uno de los momentos más esperados del Congreso. Trabajamos para que cada edición sea una experiencia cuidada, de alto nivel y alineada con la relevancia de estos galardones. En 2025, el Jurado de los Premios volvió a desempeñar un papel central. Queremos agradecer especialmente su dedicación, el tiempo invertido en el análisis detallado de todas las propuestas y la profesionalidad con la que abordaron el proceso de evaluación.

El panel estuvo integrado por expertos independientes de reconocido prestigio, cada uno especializado en las áreas específicas que se valoraron. Aunque su labor implica inevitablemente un alto grado de exigencia, su rigor, imparcialidad y credibilidad garantizan que los proyectos seleccionados representen verdaderamente la excelencia de nuestro sector.

PRESIDENTE

José Enrique Alvar Lomas

Head of Real Estate en MEDIAMARKT ESPAÑA

VOCALES

Vicente Alemany Climent

Head of Communication, Marketing & Innovation, Asset Services en CUSHMAN & WAKEFIELD

Paloma Díaz Núñez

Sustainability Business Partner Manager en INGKA CENTRES

Laura García Aranda

Responsable de Marketing Retail en MERLIN PROPERTIES

Amós M^a González Tejero

Consultor independiente

Juan Carlos Martín López-Delpán

Head of Expansion Iberia en PEPCO

Auxiliadora Martínez de Salazar Sepúlveda

Directora de Desarrollo de Negocio en LOPEZ REAL INVERSIONES 21

Daniel Pérez Navarro

Director Técnico en LSGI / SCCE

María del Pino Villanueva Sánchez

Directora de Asset Management en ALCAMPO

SECRETARIA DEL JURADO

Beatriz Vidal.

Directora de AECC



Listado de ganadores de los premios AECC 2025

APARTADO SOSTENIBILIDAD – ESG

Mejor Acción de Sostenibilidad e Impacto sobre el Medioambiente

Green Revolution - Plaza Norte 2, presentado por SCEE.

Mejor Acción de Responsabilidad Social e Impacto sobre la Comunidad Local

RÍO Academy, presentado por RÍO Shopping / Ingka Centres España.

Mejor Implantación de una Estrategia ESG Corporativa

El Valor de ser Cero, presentado por MERLIN Properties.

APARTADO CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

Mejor Renovación o Ampliación de Centro Comercial o Parque Comercial

Gran Vía de Vigo, presentado por HLRE Socimi.

Mejor Gran Transformación o Ampliación de Centro Comercial o Parque Comercial

Parque Corredor, presentado por La Comunidad de Propietarios Parque Corredor.

La AECC, a discreción de los miembros de su Comité Ejecutivo, entregó otros dos reconocimientos especiales y de libre designación. Para ello, los candidatos no se postulan ni compiten formalmente pues se trata de una decisión directa del comité ejecutivo, quienes seleccionan a los ganadores según criterios previamente definidos.

En esta ocasión los galardonados fueron:

Premio Jos Galán 2025, que reconoce y pone en valor una trayectoria profesional, un proyecto, un trabajo de investigación o una actuación que haya contribuido significativamente al engrandecimiento del sector de los centros y parques comerciales.

Simon Orchard

Premio AECC al Centro Comercial de Trayectoria Sobresaliente 2025, que acredita a un Centro Comercial por su trayectoria continuada de generación de valor, no solo a los clientes, sino también a los comerciantes que lo integran y a los propietarios.

Los candidatos al "Premio AECC al Centro Comercial de Trayectoria SOBRESALIENTE" cuentan con una trayectoria de más de 20 años en los que han sabido evolucionar y adaptarse a su entorno. "

Westfield La Maquinista



APARTADO MARKETING Y COMUNICACIÓN

Mejor Acción de Innovación / Estrategia Digital

Más que puntos,
presentado por Castellana Properties.

Mejor Pequeña Campaña de Marketing

Arturo Soria Plaza - La Gira de Titirimundi,
presentado por MERLIN Properties.

Mejor Gran Campaña de Marketing

La Farga: The House of Madness,
presentado por Agencia Fandom.

APARTADO COMERCIANTES

Mejor Concepto de Restauración

Restaurantes Chalito,
presentado por Chalito Group.

Mejor concepto de Ocio

Cine Yelmo Premium Westfield La Maquinista,
presentado por Cine Yelmo.

Mejor Nueva Incorporación de Marca a Centro o Parque Comercial

Herbolario Navarro,
presentado por Herbolario Navarro.

Mejor Cadena, Franquicia o Comercio Independiente

MediaMarkt,
presentado por MediaMarkt.

Patrocinadores

El XXI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales contó con el respaldo de 14 empresas patrocinadoras.

Estas compañías valoraron positivamente la posibilidad que el Congreso AECC les brinda de fortalecer su presencia de marca y reputación, e incrementar su visibilidad uniendo sus nombres a este evento profesional, el más importante del sector de los centros y parques comerciales de España.

Desde aquí les agradecemos la confianza, el apoyo y la colaboración.

CBRE

castellana
PROPERTIES

DRUNI

BELROSO

AUSSA

HLRE Socimi

MULTI

Sierra
Sonae

savills

omo
Retail

exterior
plus

Fundación
Accesibilidad y
Responsabilidad
Social



IMPLASER

TOLDER
Corporación y Talents

Nuestro agradecimiento a todas las empresas que se postulan a los Premios AECC. ¡Su compromiso y excelencia elevan el prestigio de nuestra Asociación y de nuestros premios!





Nuestro stand volvió a convertirse en un espacio propio para nuestros socios. El lugar ideal para conectar, trabajar y cuidar de ellos en el mayor escaparate internacional del sector.

4-5 de noviembre

AECC en MAPIC

El stand de la AECC en MAPIC volvió a consolidarse como el gran punto de encuentro para nuestros socios durante la feria internacional más importante del sector.

Más de 50 profesionales se reunieron en nuestro espacio para mantener reuniones, compartir experiencias y fortalecer lazos con los principales actores de la industria.

Desde el inicio de la feria, nuestro stand, de 38 m², mantuvo un ambiente vibrante y lleno de actividad, acogiendo tanto a los asistentes inscritos a través de la AECC como a quienes acudieron de manera independiente, pero quisieron reencontrarse con sus colegas y vivir la experiencia AECC en MAPIC.

Como todos los años, la AECC asistió a esta nueva edición con el propósito de acompañar a las empresas socias que decidieron participar en esta cita internacional.

Desde la Asociación se tramitaron casi un 40% más de inscripciones respecto al año anterior. Los participantes se beneficiaron de las ventajas que supone acudir a la feria de la mano de la AECC. Además de conseguir entradas a precios muy ventajosos, tienen la oportunidad de reservar mesa para las reuniones con sus clientes y en el listado de asistentes figuran vinculados al stand de la AECC por lo que cualquier persona que intente localizarlos puede encontrarlos allí.



El stand de la AECC está pensado para nuestros socios. En él encuentran un espacio donde mantener sus reuniones, descansar, compartir y crecer.



20 de noviembre

I JORNADA RETAIL 360

Mall activation: creación de valor y experiencias.

LUGAR: Bonaire. Valencia

116
asistentes

Ha nacido una nueva cita clave dentro del calendario de actividades de la AECC, RETAIL 360, con vocación de permanencia y de carácter anual.

Una jornada de trabajo orientada a profundizar en la gestión, operativa y necesidades reales de los centros y parques comerciales en España. Un espacio pensado para analizar los retos del día a día, desde la adecuación de espacios y la activación de los centros, hasta las nuevas tendencias que impulsan una gestión más eficiente e innovadora.

Dirigido no sólo a los equipos de gestión de los propios activos, sino también a profesionales y empresas vinculadas al sector, como retailers, marcas, agencias de marketing, asset managers y responsables de leasing, aportando una visión integral y colaborativa del negocio.

La primera edición de esta jornada se celebró en el Centro Comercial Bonaire y estuvo conducida por Gerardo López, director de la cuenta de la AECC en la agencia de comunicación HARMON en colaboración con Daniel Manzanares, Miembro del Comité Técnico de la AECC. La bienvenida oficial corrió a cargo de Ángela Pérez, Gerente de BONAIRE y de Cristina Pérez Zabala, Miembro del Comité Ejecutivo de la AECC, quienes subrayaron la oportunidad de crear un espacio estable de conocimiento y reflexión para el sector.

Bajo el título MALL ACTIVATION: creación de valor y experiencias, el encuentro puso el foco en la capacidad del marketing para transformar los centros y parques comerciales, generando

experiencias memorables y activando nuevas vías de valor a través de espacios innovadores y fórmulas de Specialty Leasing.

El programa, sólido y bien estructurado, abrió con la ponencia de Marcela Álvarez Deputy Head of WESTFIELD RISE SPAIN. IE Executive MBA, quien compartió el caso de Westfield Rise, la plataforma impulsada por Unibail Rodamco Westfield que diferencia la actividad publicitaria del Specialty Leasing para dar protagonismo a los datos, la planificación y gestión de medios y las experiencias como motores de retorno y diferenciación.

A partir de ahí, la jornada avanzó con varias mesas redondas en las que se analizaron, desde distintas perspectivas, temas clave para el presente y el futuro del sector: reposicionamiento de activos, nuevos modelos de reconfiguración, cambios en el leasing ante la digitalización y la evolución del consumidor, así como la redefinición del espacio comercial, que deja atrás su rol tradicional para convertirse en un entorno multifuncional, social y experiencial.

El cierre corrió a cargo de Alfredo Egido Project Director en HILL INTERNATIONAL SPAIN, quien presentó en detalle el proceso de reconstrucción y reforma de Bonaire tras la DANA, un ejemplo ilustrativo de resiliencia e innovación aplicada al retail.

La jornada terminó con un almuerzo en el hall de los cines CINESA LUXE BONAIRE, seguido de una visita —libre o técnica— por el centro.

4. Actividades 2025





11 de diciembre Tercera Reunión de la Junta Directiva

La celebración de la última reunión de la Junta Directiva del ejercicio nos permitió realizar un análisis global del año. Con este encuentro se dio por concluido, desde el punto de vista estratégico y operativo, el conjunto de actuaciones desarrolladas por la AECC a lo largo del periodo, lo que ha facilitado evaluar el grado de consecución de los objetivos y metas definidos a comienzos de 2025, revisar las principales iniciativas llevadas a cabo e identificar tanto los logros alcanzados como los aprendizajes obtenidos.

En este contexto, Luis Lázaro, tesorero de la AECC, presentó el balance general, el estado de ingresos, la estimación de cierre del ejercicio y una primera propuesta de presupuesto para 2026. La reunión se celebró en las oficinas de nuestra agencia de comunicación Harmon y tras la misma se invitó a los asistentes a un cóctel con el que celebrar juntos la proximidad de las festividades navideñas.

Nuestro agradecimiento a Harmon por su colaboración.



12 de diciembre Felicitación Navidad AECC

En nuestra felicitación navideña de 2025 agradecemos con un sincero "GRACIAS POR TANTO" a nuestros socios su participación en nuestras actividades a lo largo del año.

Durante 2025 hemos compartido muchos y gratos momentos junto a nuestros socios que han quedado recogidos en imágenes de los mejores instantes compartidos. En un agradable y emotivo vídeo-homenaje a ellos y a su entrega, ¡Un álbum familiar para atesorar recuerdos!, hemos querido reflejar nuestro agradecimiento por ese compromiso que nos hace sentirnos orgullosos de lo que hacemos y nos motiva para seguir avanzando hacia el futuro con una mirada optimista, y con el propósito de seguir mejorando, trabajando y contribuyendo al sector y a la sociedad.



13 de diciembre 4º Concurso de Fotografía AECC

Como en años anteriores, celebramos una nueva edición de nuestro Concurso de Fotografía, una iniciativa que refleja lo que nos define en la AECC: las conversaciones, las ideas, los gestos y los encuentros que nos unen.

Con el objetivo de construir, entre todos, un álbum colectivo que capture la energía, el compromiso y la conexión del sector retail, invitamos a nuestros socios y a sus equipos a compartir en Instagram las mejores imágenes y reels de los eventos celebrados en la asociación, utilizando el hashtag #ConcursoAECC25.

Recordamos que la ganadora de esta edición fue Marina Escalona. Queremos agradecer su participación, así como la implicación de todos los participantes, y felicitarla por el reconocimiento obtenido, que incluye una plaza gratuita para participar en nuestro Viaje de Estudios a China en 2026.



13 de diciembre Cine en familia AECC

Este año volvimos a celebrar uno de los planazos de la AECC, el Cine en Familia, un encuentro en el que nuestros socios y sus familias disfrutaron junto a nosotros de una película en los cines de nuestras cadenas socias.

En esta ocasión, más de 250 grandes y pequeños asistieron a los renovados cines Cine Yelmo de La Vaguada para ver la segunda entrega de Wicked o el tan ansiado éxito de Disney, Zootrópolis 2. Así, niños y mayores, pudieron acompañarnos en un día tan especial en el que, además, aprovechamos para felicitar la Navidad a nuestros socios.

Como no podía ser de otra manera, los invitados degustaron un pack de palomitas y bebida junto con un postre de cine: golosinas cortesía de Belros. La Vaguada también contribuyó repartiendo ilusión con unas bolsas de regalos con los que muchos pequeños añadieron diversión a sus vacaciones.

Agradecemos a Cine Yelmo, La Vaguada y Belros su colaboración.

Nuestra invitación anual a un estreno de cine es una tradición que refuerza los lazos entre socios y familias, más allá del ámbito profesional.

4.2 Representación institucional

Reuniones institucionales y presencia en otros eventos del sector

En esta sección se recogen los eventos en los que la Asociación ha participado a lo largo este año, organizados por terceros. Estas actuaciones reflejan tanto la implicación activa de la Asociación en distintos grupos de trabajo sectoriales como el acompañamiento y apoyo prestado a nuestros socios y a los centros comerciales en iniciativas y actividades organizadas por ellos.

La presencia de la AECC en estos encuentros y eventos responde a su compromiso con la representación, la colaboración y el fortalecimiento del sector, favoreciendo el intercambio de conocimiento, la visibilidad de los centros comerciales y la generación de sinergias entre los distintos agentes implicados.

Reuniones institucionales

6 y 7 de mayo.

Apoyo institucional al evento Spain Real Estate Summit organizado por Iberinmo. Madrid.

30 de julio.

Reunión en la Consejería de de Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid. Madrid.

Eventos organizados por nuestros socios:

20 de enero.

Presentación informe CBRE. Tendencias. Madrid.

12 de febrero.

Carmiday. Madrid.

13 de febrero.

Presentación informe JLL. La revolución del Retail en España y Portugal. Madrid.

18 de junio.

25 Aniversario ACERTA. Madrid.

20 de junio.

Inauguración MR.DIY. Madrid.

30 de octubre .

Reapertura de Cine Yelmo La Vaguada. Madrid.

27 de noviembre.

Evento Podcast 1,99. Madrid.

22 agosto.

Inauguración de Starbucks Santiago Bernabéu. Madrid.

Aperturas, reapertura o aniversarios de Centros y Parques Comerciales:

23 de octubre.

Reinauguración de Marineda City. A Coruña.

23 de octubre.

30 Aniversario de Moraleja Green. Madrid.

12 de noviembre .

30 Aniversario Parque Corredor. Madrid.

18 de noviembre.

Inauguración de NUGA Castellana 200. Madrid.

Varias reuniones en grupos de trabajo de ECSP como el National Council Committee o el Risk and Resilience Work Group.

La presencia de la AECC en estos encuentros y eventos responde a su compromiso con la representación, la colaboración y el fortalecimiento del sector.



4.3 Publicaciones

La AECC es una fuente de datos e información que resulta de gran interés y utilidad tanto para nuestros socios como para medios de comunicación, instituciones y opinión pública en general.

NUEVO DIRECTORIO DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES DE ESPAÑA

Nuestro directorio dio un salto cualitativo en 2025: más datos, más velocidad y más valor para el profesional.



Hemos llevado a cabo una renovación integral que refuerza el papel del Directorio Español de Centros y Parques Comerciales como la herramienta de referencia del sector. Ahora la app es mucho más rápida, más potente, contiene información ampliada, nuevas funcionalidades y una experiencia de uso optimizada. Un salto cualitativo que consolida el compromiso de la AECC con la innovación y con ofrecer a nuestros socios soluciones cada vez más eficientes y conectadas con sus necesidades.

El Directorio, en sus dos formatos, la tradicional versión impresa y la novedosa edición digital, recopila y pone al día los datos de todos los Centros, Parques y Galerías Comerciales de España.

Una herramienta de sencilla y eficiente, para localizar y acceder de manera inmediata a la información detallada de todos los centros. Un básico para los que trabajan en torno a los centros y parques comerciales.

La versión online permite una actualización constante de los datos con las últimas aperturas, cambios de propiedad, renovaciones, ampliaciones o nuevos equipamientos.

Durante el 2025 hemos estado trabajando en una actualización de la versión online que vio la luz en el mes de septiembre coincidiendo con la celebración del Congreso AECC donde fue presentado en sociedad. La nueva versión de esta base de datos de todos los Centros y Parques Comerciales de España en activo, permite un más amplio acceso a los datos, una descarga más eficaz, mejoras en la experiencia de uso de la base de datos digital y un diseño del site más cuidado y actual.

Nuevas modalidades de suscripción posibilitan, además, a aquellos ávidos usuarios que precisen poder realizar búsquedas muy concretas, la obtención de informes filtrados con resultados personalizados.

La actualización constante de la información que permite la versión online así como las posibilidades de personalización de las búsquedas e informes resultantes, hacen que esta modalidad, la digital, sea la preferida por el público pero, para dar gusto a todos nuestros clientes, en 2026 se publicará una nueva versión impresa del Directorio que se pondrá a la venta en el mes de septiembre con la información actualizada a esa fecha.



Evolucionamos para
ofrecer una herramienta
más intuitiva y con nuevas
funcionalidades al servicio
del sector.

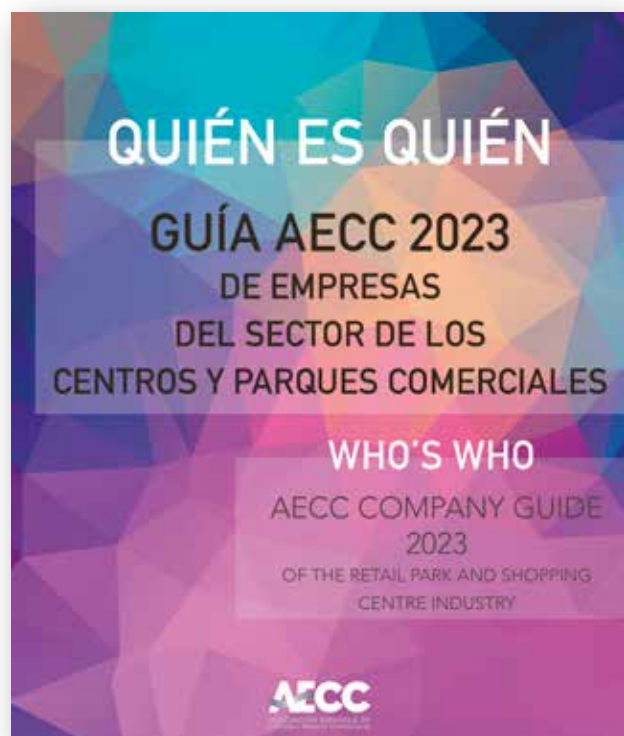


GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADO EN LOS CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

Más de 1.500 definiciones del vocabulario empleado por los profesionales del sector de los centros y parques comerciales.

El Comité Técnico y el Comité de Comerciantes trabajaron en una detallada y completa actualización de esta publicación que incorporó más de 500 términos nuevos vinculados al ocio y restauración, y a la digitalización.

La incorporación de nuevas acepciones, la eliminación de algunos términos en desuso, y el enriquecimiento de este glosario con nuevo vocabulario, dio lugar a un nuevo diccionario bilingüe, español-inglés, de términos del sector que se publicó y puso a la venta en el mes de junio de 2022.



GUÍA QUIEN ES QUIÉN

Para conocer en profundidad un sector y participar activamente en el negocio es importante tener referencias de los agentes más importantes, ese es el valor de esta publicación, identificar a las empresas líderes del sector, y lo que la convierte en una herramienta muy útil.

La guía QUIEN ES QUIEN es la herramienta clave para identificar quiénes son los protagonistas de esta industria, pero también una oportunidad extraordinaria para las empresas que quieran tener una mayor visibilidad, dar a conocer su actividad y/o promocionarse.

En la AECC estamos trabajando en una nueva actualización de esta guía que estará disponible para el próximo otoño coincidiendo con la celebración del Congreso Español de Centros y Parques Comerciales.



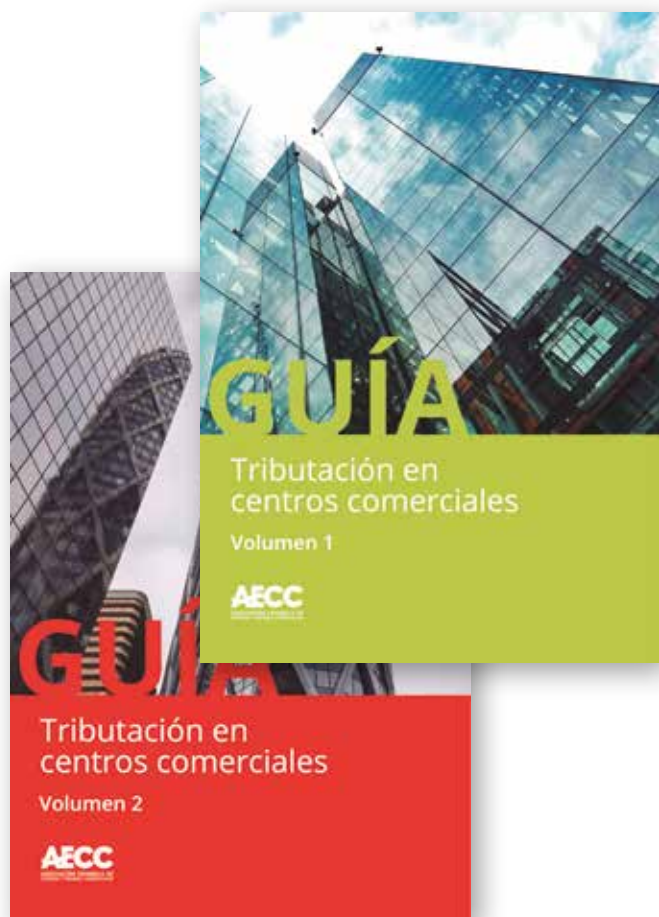
INFORMES DE TENDENCIAS DE CONSUMO

La AECC encargó a la reconocida consultora HAMILTON RETAIL el desarrollo de un informe en el que establecer un barómetro de tendencias del sector que, partiendo de la situación actual de nuestro sector, nos permita medir su evolución a lo largo del tiempo y anticiparnos a los cambios que se avecinan.

Se trata de un trabajo fruto de la reflexión conjunta que nos aporta información que nos permite conocer los retos a los que nos vamos a enfrentar, así como dar respuesta a muchas de las preguntas que nos surgen en el día a día de nuestro trabajo.

Los resultados de este trabajo se han publicado en sendos informes editados en el 2018, el 2019 y el 2022, y que llevan por título "Conviviendo con la era digital. Hacia el retail 4.0", "Análisis de la evolución de los principales hábitos y tendencias de consumo 2019" y "El impacto del Covid 19 en la evolución de los hábitos de compra, valores del consumidor, y en la percepción y desarrollo de los Centros Comerciales".

Estos informes están a disposición de nuestros socios para su descarga gratuita en el Área del Socio de nuestra web.



GUÍA DE TRIBUTACIÓN EN CENTROS COMERCIALES

Consta de dos fascículos en los que se contemplan los aspectos fiscales básicos y más relevantes relacionados con los centros comerciales.

La primera parte está dedicada a las figuras relacionadas con la tributación local: Impuesto sobre Bienes Inmuebles, Impuesto sobre Actividades Económicas, Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras e Impuesto sobre el Incremento del Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana, y ya está disponible para la descarga.

La segunda recoge la imposición indirecta, la tributación autonómica, las tasas locales y la financiación pública asociada a la I+D+i.

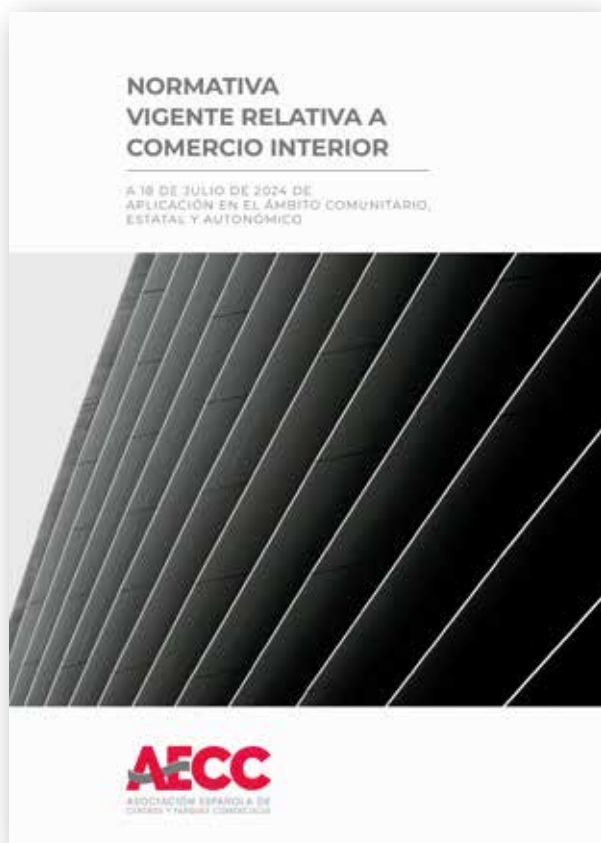
Con la colaboración GRUPO 63, ahora FI GROUP.



IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A LOS CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

Elaborado por EY y publicado en junio de 2018, este informe evalúa la influencia que el comercio electrónico puede tener sobre la industria de los centros comerciales, y busca servir de guía para la evolución futura del sector.

La AECC facilita el acceso a este informe de forma gratuita a sus socios a través de la descarga desde el Área del Socio de la web.



NORMATIVA VIGENTE RELATIVA A COMERCIO INTERIOR

Actualizada a 18 de julio de 2024, la Normativa Vigente relativa a Comercio Interior recoge la normativa de aplicación en el ámbito comunitario estatal y autonómico.

Una publicación que se pone a disposición de nuestros socios de forma gratuita tanto en versión impresa como a través de una descarga online.

Esta recopilación de normativa legal está elaborada por el despacho jurídico Rubio Laporta & Asociados, Abogados.

Actualización
continua



ÍNDICES DE AFLUENCIAS Y VENTAS

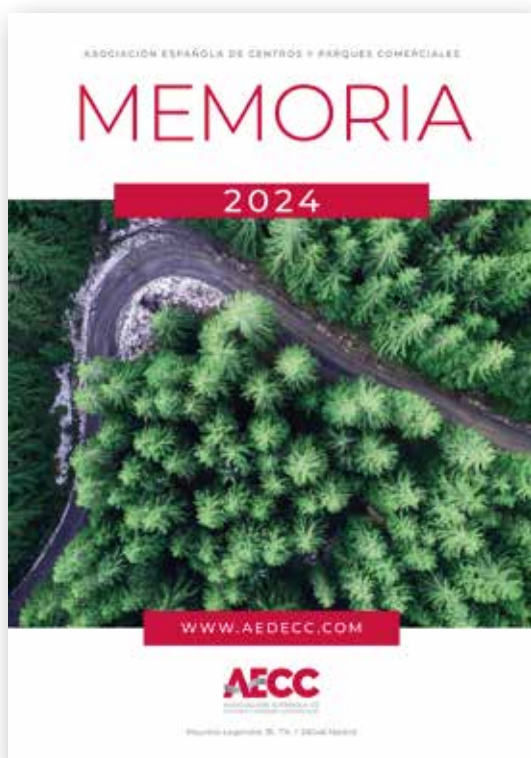
Los Índices de Afluencias y Ventas en los Centros Comerciales de España son unos indicadores que elabora la AECC gracias a la colaboración de una amplia representación de empresas socias gestoras de centros y parques comerciales en España que, poniendo en común sus datos, nos permite, mediante agrupación, calcular este índice general de referencia. Esta información se facilita de manera exclusiva a nuestros socios con una periodicidad trimestral y se pone a disposición para la descarga a través del área privada de socio de la web corporativa.

Actualización
continua



ÍNDICES DE COYUNTURA MENSUALES

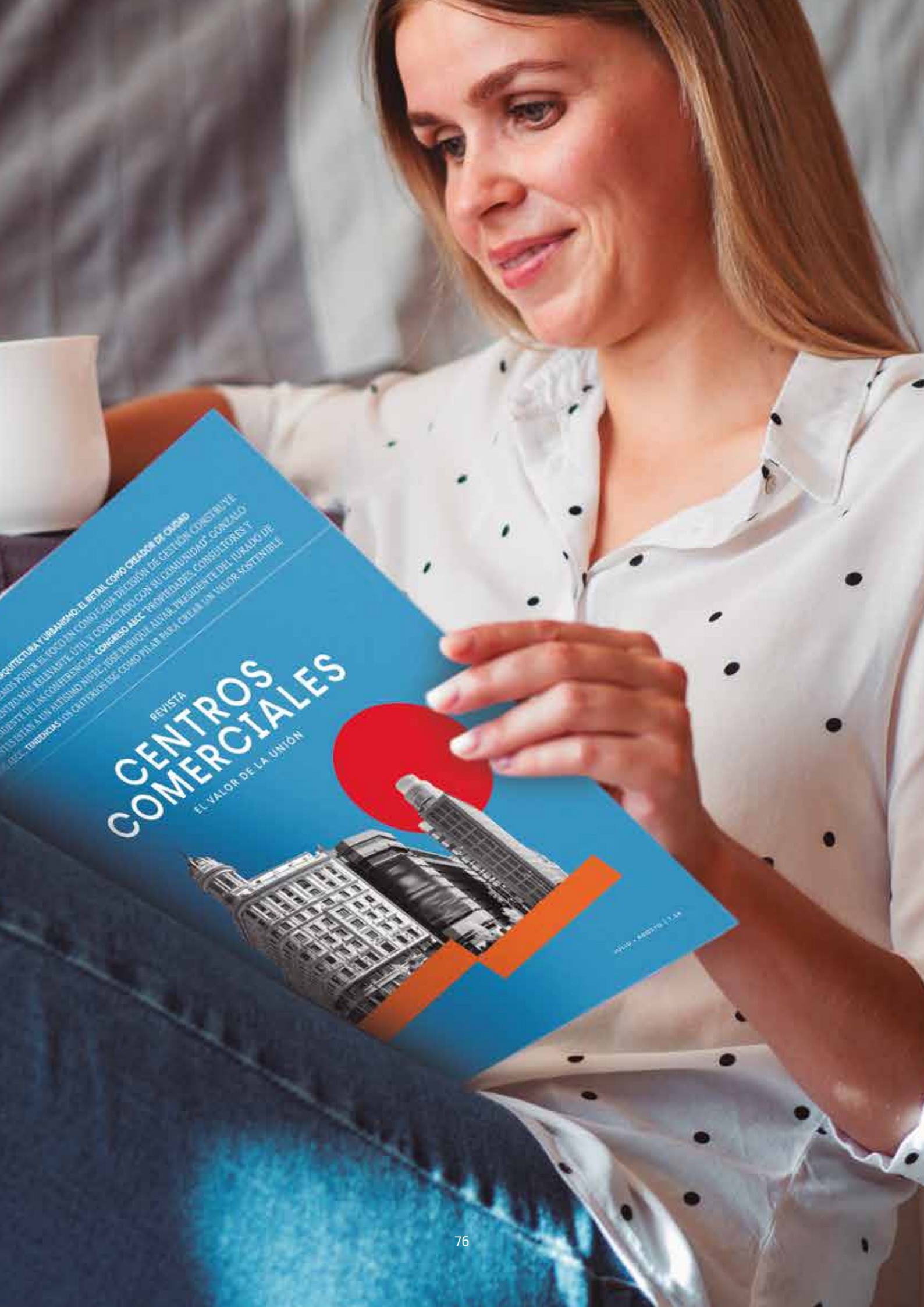
Publicación bimensual de una tabla con diferentes indicadores de coyuntura económica de interés para nuestros socios. Estos índices se publican mensualmente en nuestra revista CENTROS COMERCIALES y en la sección privada de nuestra web corporativa.



MEMORIA DE ACTIVIDADES AECC

Presentada en la Asamblea General de Socios, la Memoria de Actividades de la AECC es el informe anual que recoge todos los eventos, publicaciones y demás acciones realizadas por la AECC durante el ejercicio anterior.

Un ejemplar impreso de esta publicación se hace llegar a todos nuestros socios tras la reunión asamblearia para poner en su conocimiento todo lo que se hace desde esta Asociación y se publica en el site corporativo para la visualización y descarga.



ARQUITECTURA Y URBANISMO: EL RETAL COMO CREADOR DE CIUDAD
LOS PUNOS DEL POCO EN COMPLEJIDAD: DECISIONES DE GESTIÓN CONSTRUYE
CENTRO MÁS RELEVANTE: ÚTIL Y CONECTADO CON SU COMUNIDAD: GONZALO
FUTURO DEL LAS COMERCIALIZAS: CONGRESO ASCC: PROPIEDADES, CONSEJEROS Y
INVESTIDAS: A UN ALTÍSIMO NIVEL: FOSSENBERG: ALVAR: PRESIDENTE DEL JURADO DE
REEL: FOMENTACIÓN: LOS CRITERIOS DEL: COMO PUEDE PARA CREAR UN VALOR SOSTENIBLE

REVISTA
**CENTROS
COMERCIALES**
EL VALOR DE LA UNIÓN



avilic - agosto | 1,54

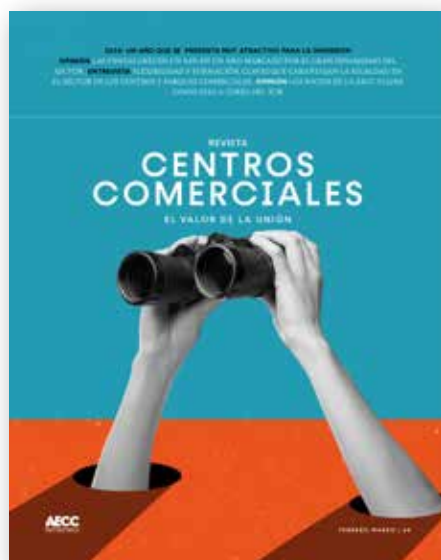
4. Actividades 2025

REVISTA CENTROS COMERCIALES

La revista CENTROS COMERCIALES es la publicación que nos permite trasladar a socios, centros y parques comerciales, instituciones públicas; y empresas y profesionales interesados en el sector, la actualidad de esta industria.

Un canal de comunicación abierto de manera continua con newsletters diarias a través de las que seguir el día a día de nuestros centros y parques comerciales y 6 números impresos con informes, entrevistas, artículos de opinión y noticias de interés.

La revista resulta también una oportunidad extraordinaria para dar visibilidad a nuestros socios, sus proyectos e iniciativas, así como un canal de promoción de sus compañías, productos y servicios.



Desde el equipo editorial de la revista **Centros Comerciales** se organizan una serie de desayunos con profesionales del sector para analizar en profundidad diferentes aspectos de la idiosincrasia de los centros y parques comerciales, en un debate moderado. Antonio Gil y Teresa Montero, del equipo editorial de la revista, son los encargados de moderar las conversaciones que se generan en este formato de reunión.

Durante el 2025 se organizaron 4 desayunos editoriales con estas temáticas y participantes.



4 de marzo **Facility Management en Centros Comerciales**

Desde hace años, la figura del facility manager es clave para optimizar las operaciones diarias que es necesario implementar en un centro comercial para garantizar que todos los servicios se llevan a cabo de una manera eficiente y sostenible.

En este contexto, el FM tiene una gran capacidad para generar valor en los centros, beneficiando a los propietarios, gerentes y operadores, pero también mejorando la experiencia del cliente.

9 participantes

Luis Barajas, director técnico de Gentalia.

Helena de Arcos, leasing director Iberia de Nhood.

Alberto Hermiz, director técnico de Arturo Soria Plaza (Merlin Properties).

Rubén Hernández, gerente de IFMA.

Daniel Marcos Pérez, director comercial y de marketing de Multianau.

Alexis Martín, gerente de intu Xanadú (CBRE).

Lucas Osorio, socio de corporate M&A de Hogan Lovells.

Eduardo Romero, sales manager parking & mobility de Skidata.

Enrique Suárez, director de operaciones de Sonae Sierra.

24 de abril. **Rehabilitación y reposicionamiento: la nueva vida de los centros comerciales**

La rehabilitación y el reposicionamiento de los centros comerciales supone una revalorización del activo para operadores, inversores y clientes, y, en consecuencia, un potencial incremento de las rentas.

Las tendencias de vanguardia, con la adaptación de los espacios, han llegado a los centros para responder a las nuevos gustos y exigencias de los consumidores. Y esto se traduce en un paso adelante hacia la modernidad, sostenibilidad y digitalización.

10 participantes

Andrés Candela, counsel de real estate de Hogan Lovells.

Eduardo Ceballos, presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales. Asset management director en Neinver.

Carlos Galguera, senior asset manager de Sonae Sierra.

Alejandro León, asset management de Redevco.

Sergio Limones, director técnico de La Vaguada.

Caterina Memeo, socia del despacho L35.

Pablo Párraga, director de Property Management y Centros Comerciales de BNP Paribas Real Estate.

Cristina Pérez de Zabalza, vicepresidenta de la AECC.

Head of retail leasing business development en Cushman & Wakefield.

Íñigo Taboada, head of asset management & business development de Óptima Global Services.

Juan José Vélez, gerente de Príncipe Pío.





18 de junio.

El valor de la gestión de los centros y parques comerciales

Eficiencia, sostenibilidad y digitalización son algunas de las claves que crean valor en la gestión de los centros comerciales, en donde cobra especial importancia la toma de decisiones a la hora de invertir en unos activos que cada vez son más exigentes en el marco estratégico y operacional.

12 participantes

Orson Alcocer, socio de real estate de Hogan Lovells.

José María Alonso, director de operaciones de Gentalia.

Enrique Bayón, retail portfolio manager & general de Westfield Parquesur (URW)

Annalaura Benedetti, country manager de MDSR Investments

Juan Carlos Martín, head of expansion retail de Pepco.

Alberto González, co-head of retail property management de Cushman & Wakefield.

Patricia Gross, business development manager Spain de Sonae Sierra.

Álvaro Guerrero, responsable de gestión de centros comerciales de Merlin Properties.

Javier Hortelano, senior advisor & partner de compañías inmobiliarias y miembro del comité de la AECC.

Carolina Pérez-Peña, operations manager de Axis Capital Partners.

Andrés San José, senior technical manager en Grupo Indotek.

Beatriz Vidal, directora de la AECC.



8 de octubre.

Parques comerciales y outlets, modelos de éxito

Los parques comerciales y outlets se han convertido en modelos de éxito de un sector cada vez más dinámico como el retail. El diseño de estos espacios, la diversificación del mix comercial, su atractivo como activos de inversión y la creciente sofisticación en su gestión centraron el debate de los expertos que asistieron a este desayuno editorial.

8 participantes

Andrés Candela, real estate counsel en Logan Lovells.

Eduardo Ceballos, presidente de la AECC.

Luis Espadas, director ejecutivo Retail en Savills.

Rafael Franco, CEO de Batex & Duplex.

Christian Revilla, country manager en Driveco.

Íñigo Rodríguez-Carmona, director de arquitectura en Broadway Malyan.

Joan Rouras, director de leasing y retail en Neinver.

Fernando Suárez Acevedo, subdirector de Bogaris Retail.

Las principales conclusiones de cada una de esas reuniones se trasladaron a sendos números de la revista impresa a fin de compartirlas con los lectores del magazine.

La comunicación efectiva es la clave para construir relaciones y generar impacto.

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

Presencia en los medios



5

Presencia en los medios

Durante el 2025 se realizaron un total de: 373 acciones de comunicación.

EN LOS MEDIOS

La AECC desarrolla una importante labor de comunicación de cara a los medios, tanto sectoriales como económicos de ámbito nacional. A día de hoy, podemos afirmar que el posicionamiento de la AECC frente a los medios de opinión pública ha sido siempre muy importante como fuente de información sobre el sector.

Durante el 2025 se realizaron un total de: 373 acciones de comunicación.

Todas estas acciones dieron como resultado 104 impactos directos en medios de ámbito local y nacional, en formato impreso o digital y tanto en medios sectoriales como generalistas.

Destaca el seguimiento que los medios hicieron de los datos del Balance de situación del Sector que, como cada año, la Asociación compartió con los medios en rueda de prensa a principios de año, y de las noticias relativas a la celebración del XXI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales que la AECC en otoño.

La AECC desarrolla una importante labor de comunicación de cara a los medios, tanto sectoriales como económicos de ámbito nacional. A día de hoy, podemos afirmar que el posicionamiento de la AECC frente a los medios de opinión pública ha sido siempre muy importante como fuente de información sobre el sector.





INMOBILIARIO

“Los centros comerciales ofrecen márgenes atractivos al inversor”

ENTREVISTA **EDUARDO PÉREZ**, Presidente de AECC. El directivo prevé un “ligero” incremento en las afluencias en centros y parques comerciales para 2025 y un aumento de las ventas superior al de las visitas.



¿Qué perspectivas tiene para el sector comercial en 2025?
El sector comercial sigue teniendo un buen futuro, pero con algunos cambios. Se espera un crecimiento de las ventas superior al de las visitas, lo que indica que los centros comerciales siguen siendo atractivos para los inversores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el sector está sufriendo una transformación, con la entrada de nuevos actores y la necesidad de innovar en la oferta y en la experiencia del cliente.

¿Cree que los centros comerciales seguirán siendo un modelo de negocio viable a largo plazo?
Sí, creo que los centros comerciales seguirán siendo un modelo de negocio viable a largo plazo, siempre y cuando se adapten a los cambios del mercado. La clave está en ofrecer una experiencia única y diferenciada, que no se pueda encontrar en ningún otro lugar.

¿Qué retos ve para el sector en los próximos años?
Los retos principales son la competencia por parte de los e-commerce y la necesidad de innovar en la oferta y en la experiencia del cliente. También hay que tener en cuenta el impacto de la sostenibilidad y la necesidad de ser más responsables con el medio ambiente.

¿Qué oportunidades ve para el sector en los próximos años?
Las oportunidades principales son la expansión a nuevos mercados y la innovación en la oferta y en la experiencia del cliente. También hay que tener en cuenta la posibilidad de utilizar la tecnología para mejorar la experiencia del cliente y para optimizar los procesos internos.

“La tasa de nuevas aperturas es perfectamente asumible”

¿Cree que la tasa de nuevas aperturas de centros comerciales es sostenible?
Sí, creo que la tasa de nuevas aperturas es perfectamente asumible, siempre y cuando se haga con responsabilidad y se asegure la calidad de los proyectos. La clave está en encontrar el equilibrio entre la oferta y la demanda, y en asegurarse de que los nuevos centros comerciales aporten valor al mercado.

Los centros y parques comerciales incrementaron sus ventas un 6,1% en la primera mitad del año

• La afluencia aumentó un 3,4% y están previstas diez nuevas aperturas



¿Qué datos clave se han publicado sobre el sector comercial en la primera mitad del año?
Según los datos publicados por la AECC, las ventas en los centros comerciales han aumentado un 6,1% en la primera mitad del año, lo que representa un crecimiento superior al de las visitas. Este dato refleja la capacidad del sector para atraer a los consumidores y generar ventas.

¿Qué factores han contribuido a este crecimiento?
Los factores principales que han contribuido a este crecimiento son la oferta de productos y servicios de calidad, la experiencia del cliente y la innovación en la oferta y en la experiencia del cliente. También hay que tener en cuenta el impacto de la sostenibilidad y la necesidad de ser más responsables con el medio ambiente.

¿Qué perspectivas tiene para el sector comercial en 2025?
El sector comercial sigue teniendo un buen futuro, pero con algunos cambios. Se espera un crecimiento de las ventas superior al de las visitas, lo que indica que los centros comerciales siguen siendo atractivos para los inversores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el sector está sufriendo una transformación, con la entrada de nuevos actores y la necesidad de innovar en la oferta y en la experiencia del cliente.

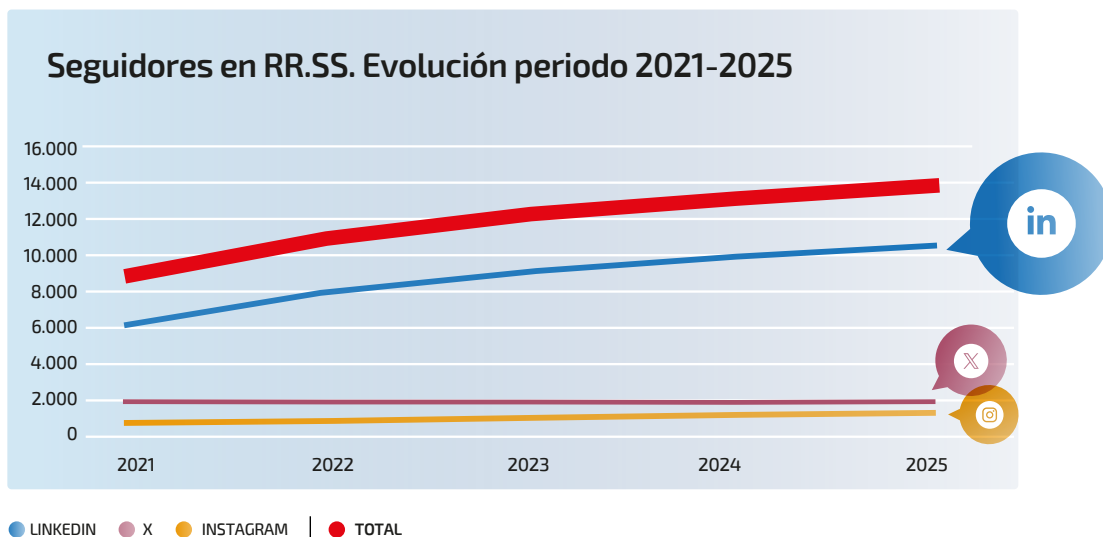
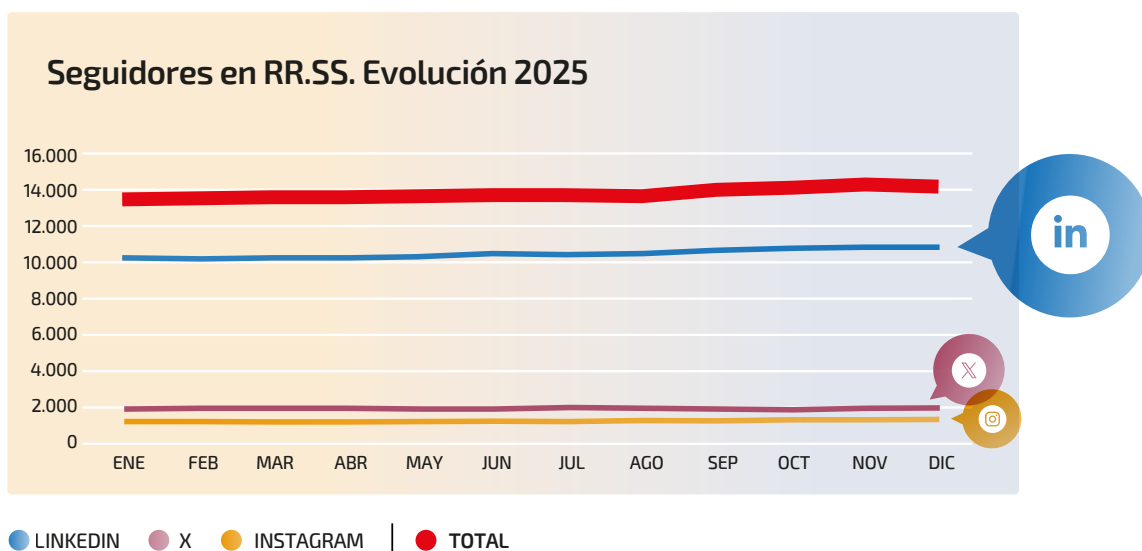
EN LAS REDES

Contribuyendo al posicionamiento de la AECC se encuentran nuestros canales propios en las redes sociales, a los que hemos dedicado una buena parte de nuestra estrategia de comunicación con el objetivo de generar comunidad, entablar un contacto más directo con nuestros socios, a la vez que reforzar los mensajes e información que compartimos en los medios tradicionales.

Terminamos el 2025 con 13.905 seguidores, en la mayoría procedentes de la red social profesional LinkedIn que sigue comportándose como la más activa de las tres en las que la Asociación tiene cuenta abierta. Así, en estos últimos 12 meses nuestra cuenta de LinkedIn ha visto incrementado el número de seguidores en un 6,04% el número de seguidores, llegando a superar los 10.600 seguidores, lo que refuerza su posición

dominante frente a las otras dos redes. Instagram va ganando público de manera sostenida finalizando el año con un 8,56% más de seguidores, mientras que la actividad en nuestro perfil en X se reduce cada día más.

Con más de un centenar de contenidos generados, cerramos el año con 217.295 impresiones en LinkedIn, lo que demuestra que la cuenta de la Asociación en esta red profesional es una referencia para la comunidad de profesionales de la industria de los Centros y Parques Comerciales.





Terminamos
el año 2025 con
13.905
seguidores en RR.SS.,
en su gran mayoría
de LinkedIn.

Resumen anual de las
principales magnitudes
de la industria.
Nuestra radiografía
del año.

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

El sector en 2025



6

El Sector en 2025

A pesar de una "guerra arancelaria" con EE. UU., que lastró las exportaciones de bienes, España creció más del doble que la media de la eurozona.

6.1 Contexto Económico

La economía española experimentó un crecimiento sólido del PIB del 2,8% en 2025, un crecimiento menor respecto a 2024 (3,5%) pero superando las previsiones iniciales en un entorno de incertidumbre global.

Claves del Crecimiento en 2025:

Impulso Interno

La demanda interna (consumo de los hogares e inversión) ha sido el principal motor, impulsada por la creación de empleo y la recuperación del poder adquisitivo.

Aceleración Final

La actividad económica mostró mayor vigor al cierre del año, con un crecimiento del 0,8% en el cuarto trimestre de 2025.

Resiliencia

A pesar de una "guerra arancelaria" con EE. UU. que lastró las exportaciones de bienes, España creció más del doble que la media de la eurozona.

Y tres han sido los motores principales:

1. **Un turismo en cifras récord** y una hostelería impulsados con una inusitada fuerza tras la pandemia pese a subir mucho los precios.
2. Por otro, la **fortísima llegada de inmigrantes**, que ha compensado la disminución de la población autóctona por el envejecimiento, cubriendo las necesidades de vacantes.
3. Y por último: **el consumo público**, que ha seguido escalando.

Ejemplo de ello son, en primer lugar, los datos de los siguientes indicadores macroeconómicos.

La economía española cerró 2025 con un crecimiento robusto del 2,8%.

Producto interior bruto tasa anual

La economía española cerró 2025 con un crecimiento robusto del 2,8% (en términos de volumen), impulsado por la demanda interna, el empleo y el consumo de los hogares. El PIB a precios corrientes alcanzó los 1,685 billones de euros, un 5,7% más que en 2024, evidenciando un alto ritmo de actividad a pesar de un ligero frenazo respecto al año anterior.

Detalles clave del PIB en 2025:

Crecimiento

El 2,8% anual supera la media de la eurozona (1,5%), consolidando a España como líder en crecimiento entre los principales socios europeos.

Comportamiento

Se observó una aceleración en el último trimestre, con un crecimiento del 0,8% trimestral y un 2,6% interanual en el cuarto trimestre.

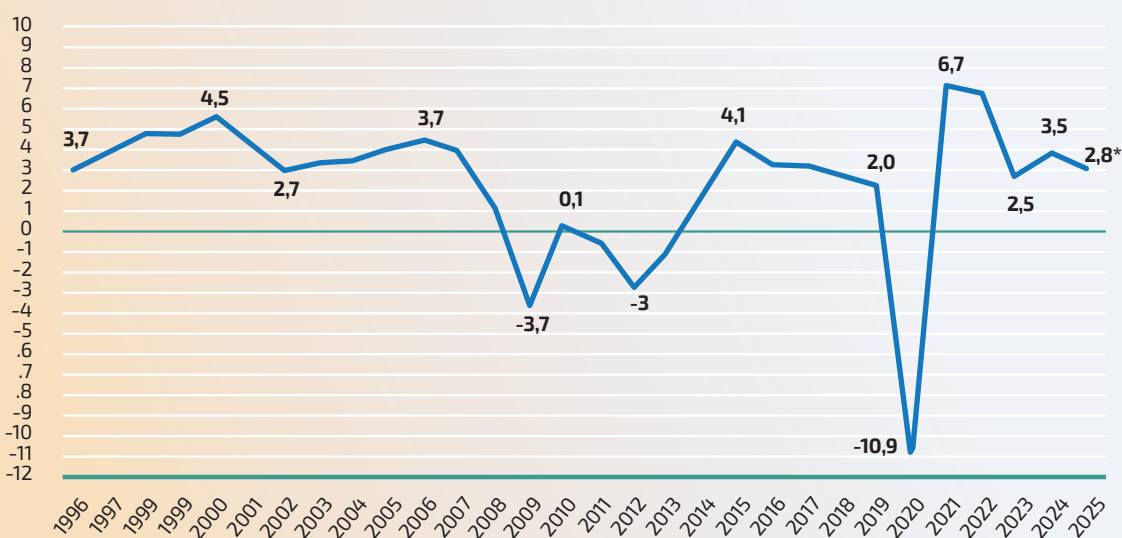
PIB per cápita

Se situó en torno a los 34.190 € en 2025.

Deuda Pública

El cierre de 2025 situó la deuda en el 100,8% del PIB.

PRODUCTO INTERIOR BRUTO. TASA ANUAL



Fuente: INE

(EA) Estimación Avance

El gasto en consumo de los hogares en España crece un 3,3% en 2025, impulsado por la mejora en la renta disponible y el empleo.

Consumo hogares y PIB trimestral

El gasto en consumo de los hogares en España crece un 3,3% en 2025, impulsado por la mejora en la renta disponible y el empleo, superando el ritmo de crecimiento de 2024. A pesar de esta expansión, los hogares siguen moderando sus gastos, destinando el 43,6% de sus ingresos a vivienda, alimentación y energía. Destacan los aumentos en bienes duraderos, especialmente automóviles, así como en turismo y tecnología.

Principales tendencias de gasto 2025

Aumento del Consumo Privado:

Se espera un crecimiento sólido del 3,3% en 2025, mostrando resiliencia tras un crecimiento del 3,1% en 2024.

Estructura del Gasto

Los gastos en la vivienda, la cesta de la compra y el consumo energético absorben el 43,6% de los ingresos de las familias, alcanzando el nivel más alto de los últimos tres años.

Sectores Destacados

El automóvil lidera el aumento en bienes duraderos con una subida en las matriculaciones del 14,9%. También hay un fuerte impulso en el gasto en turismo, tecnología y mejoras del hogar (4.334 € de media por persona).

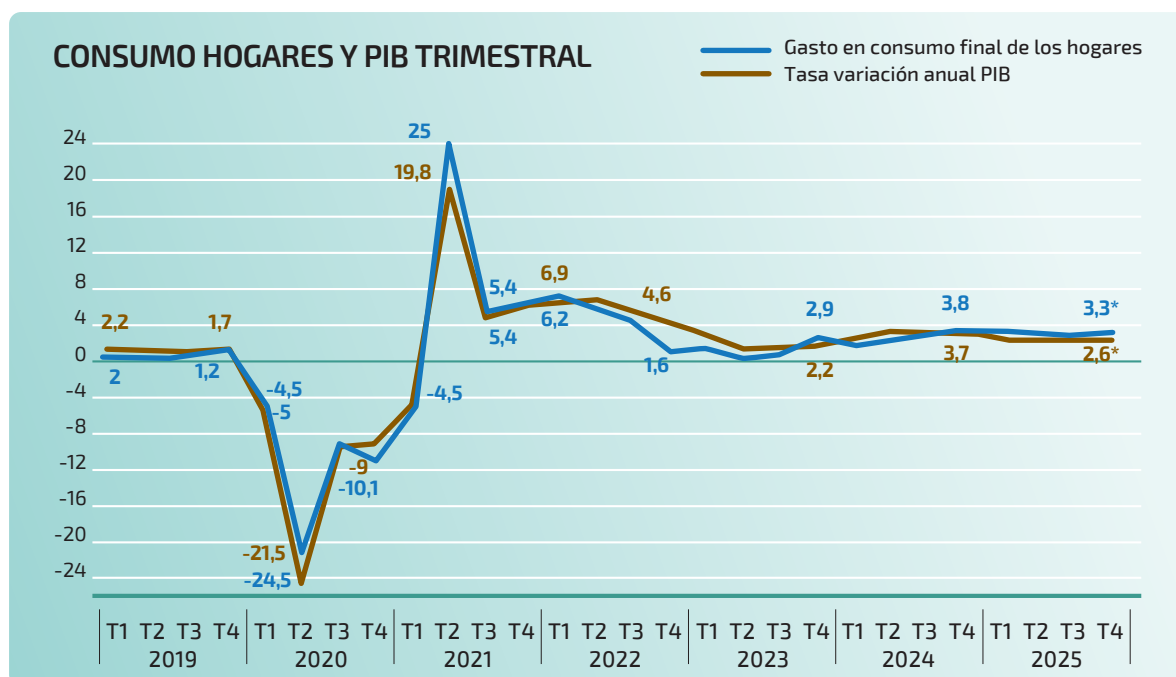
Gasto Energético

El consumo eléctrico medio se sitúa cerca de los 3.500 kWh anuales, con un coste diario estimado en 1,31 € según el TarifaLuzHora.

"Vuelta al cole" y Ocio

El gasto medio en la vuelta al cole se sitúa en 425€.

El sector minorista mantiene su fortaleza con las grandes cadenas captando el 41% de la preferencia del consumidor, mientras el comercio de proximidad gana fuerza.



Fuente: INE

(*) Datos avanzados

La renta disponible
bruta fue superada
por el gasto en
consumo.

Tasa ahorro hogares trimestral

La tasa de ahorro de los hogares en España se situó en el 4,6% de su renta bruta disponible en el tercer trimestre (T3) de 2025 (datos originales sin ajuste estacional), según el INE. Este dato representa una caída significativa de -1,4 puntos porcentuales en variación interanual respecto al mismo trimestre de 2024.

Detalles clave del 3T 2025:

Caída del ahorro

El ahorro bruto generado fue de 11.084 millones de euros, una disminución interanual del -20,37%.

Renta y Consumo

La renta disponible bruta creció un 4,19% interanual (242.683 millones €), pero fue superada por el gasto en consumo.

Tasa desestacionalizada:

Si se eliminan los efectos estacionales, la tasa se situó en el 12%.

Contexto

Se trata de la tasa más baja desde el primer trimestre de 2023.

Evolución trimestral (2025):

T1 2025

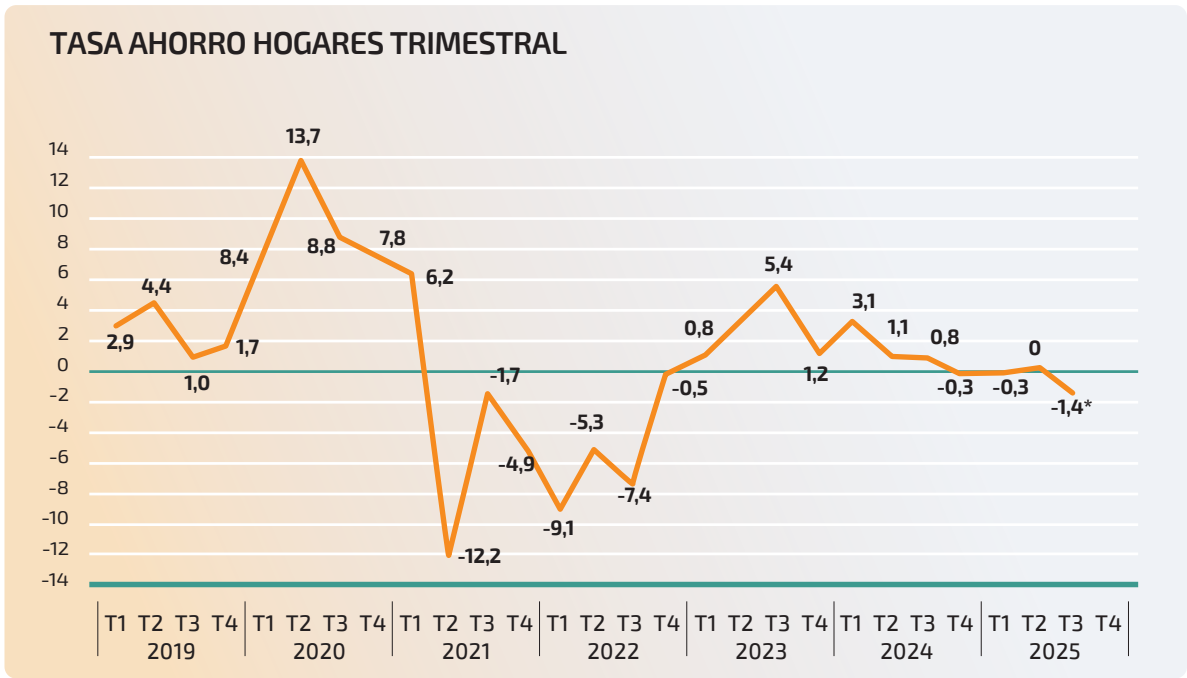
Se registró un retroceso inicial en el ahorro.

T2 2025

La tasa se situó en el 12,4% (con ajuste estacional), reflejando una capacidad de financiación de 38.463 millones de euros.

T3 2025

La tasa cae al 4,6% (original), marcando el nivel más bajo en dos años y reflejando una moderación en la capacidad de ahorro.



Fuente: INE

(*) Datos avanzados

Los grupos que más destacaron en el descenso de la tasa anual fueron el Transporte y el Ocio y Cultura.

IPC anual

Los grupos que más destacaron por su influencia en el descenso de la tasa anual fueron:

Transporte

Cuya tasa anual disminuyó medio punto, hasta el 1,8%. Este descenso fue debido a la bajada de los precios de los carburantes y lubricantes para vehículos personales, frente a la subida en diciembre de 2024.

Ocio y Cultura

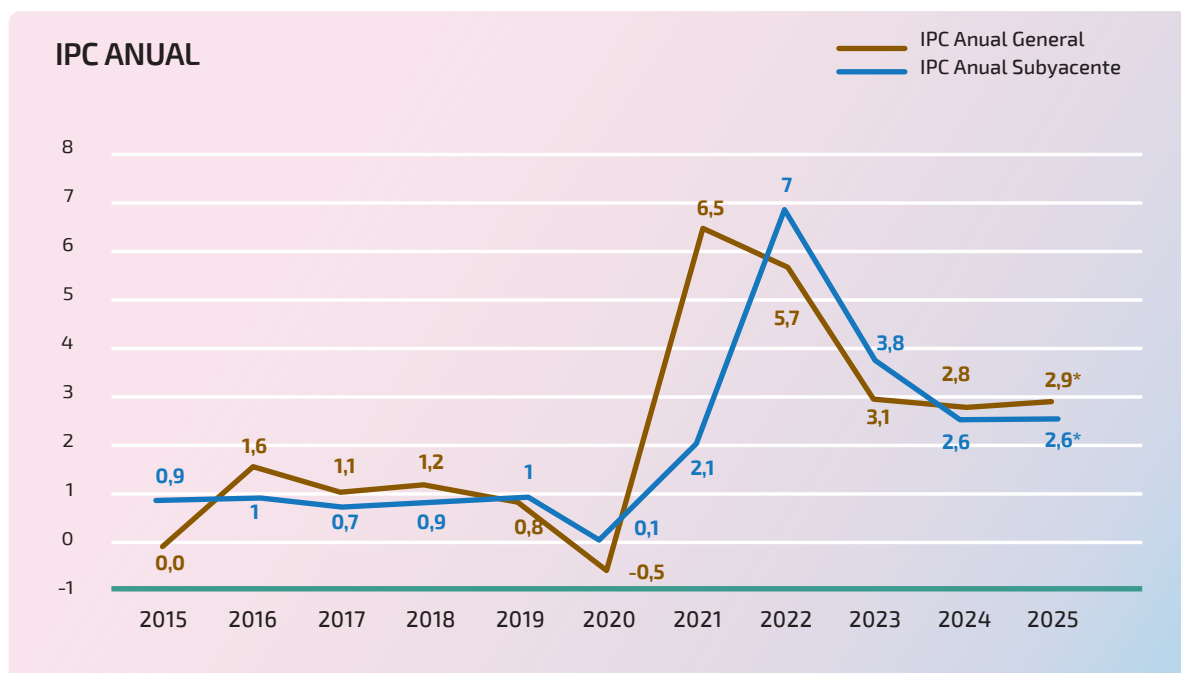
Situó su variación anual en el 0,5%, lo que supuso siete décimas por debajo de la del mes pasado. Este comportamiento se debió a los precios de los paquetes turísticos, cuya subida fue menor que en diciembre del año anterior; y a los precios de los servicios recreativos y deportivos, que bajaron mientras que en el mismo mes de 2024 subieron.

Entre los grupos con influencia positiva destacó:

Alimentos y bebidas no alcohólicas

Cuya tasa anual aumentó dos décimas, hasta el 3,0%. Este comportamiento se debió, principalmente, a la subida de los precios de las legumbres y hortalizas y de los aceites y grasas, frente a la bajada en diciembre de 2024.

La tasa de variación anual de la inflación subyacente (índice general sin alimentos no elaborados ni productos energéticos) se situó en el 2,6%, la misma que en el mes anterior.



Fuente: INE

(*) Datos avanzados

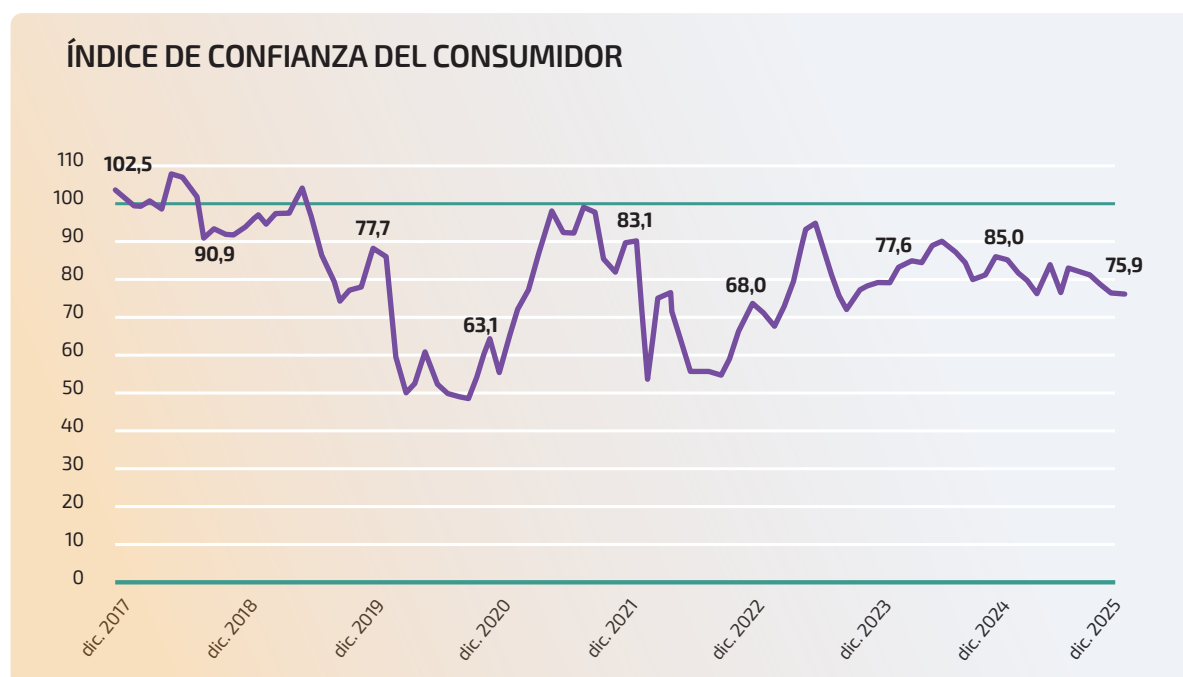
El índice de confianza del consumidor del mes de diciembre se sitúa en 75,9 puntos.

Índice de confianza del consumidor

El ICC del mes de diciembre se sitúa en 75,9 puntos, lo que representa 0,1 puntos menos que el dato del mes de noviembre.

Este mínimo descenso intermensual del índice se debe al comportamiento de sus dos componentes: por un lado, la valoración de la situación actual baja 0,1 puntos y, por otro, la valoración de las expectativas de futuro se mantiene exactamente igual que en el mes de noviembre. Este descenso del ICC en términos relativos es del 0,1% y es resultado de la bajada de un 0,2% en la valoración de la situación actual y de la valoración de las expectativas de futuro que en este mes de diciembre tampoco tiene diferencia relativa respecto a noviembre.

En relación con el mes de diciembre del año anterior, la evolución interanual del ICC es negativa y desciende 9,1 puntos. Esta bajada se produce por el descenso de 7,7 puntos en la valoración de la situación actual en el último año y a la caída de 10,5 puntos en las expectativas de futuro respecto a diciembre de 2025. En términos porcentuales, la disminución interanual del ICC es del 10,7% desde el mes de diciembre del pasado año, como resultado del descenso del 9,8% en la valoración de la situación actual y de la bajada del 11,5% en la valoración de las expectativas, en los últimos doce meses.



Fuente: CIS

El mercado laboral cerró el 2025 con datos históricos, con la tasa de paro por debajo del 10% por primera vez desde 2008.

Mercado laboral: Tasa de desempleo

El mercado laboral en España cerró el año 2025 con datos históricos, situando la tasa de paro por debajo de la barrera del 10% por primera vez desde 2008. El año finalizó con una consolidación del empleo y una reducción significativa del desempleo, alcanzando máximos de población activa.

Puntos claves del paro en España en 2025:

Tasa de paro

Cerró 2025 en un 9,93%, una disminución de medio punto porcentual respecto a 2024 y el menor nivel en 18 años.

Volumen de parados

El año 2025 terminó con 2.477.100 personas desempleadas. Durante el año, el número de desempleados bajó en 118.400 personas.

Ocupación

Se alcanzó un récord histórico de ocupación, superando los 22,4 millones de personas trabajando (22.463.300) al cierre del cuarto trimestre de 2025.

Evolución interanual

A lo largo de 2025, se sumaron más de 600.000 nuevos empleos.

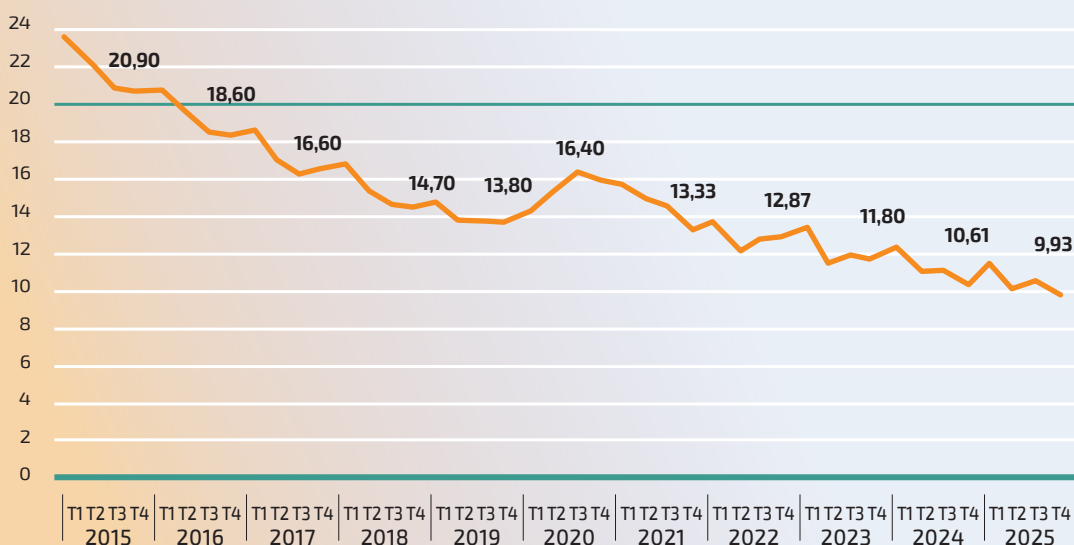
Paro juvenil

La tasa de paro juvenil, aunque bajó a mínimos desde la crisis financiera, se mantuvo elevada en torno al 23% en el cuarto trimestre de 2025.

Contexto europeo

España ha dejado de ser el país con mayor tasa de paro de la Unión Europea, cediendo ese puesto a Finlandia.

EPA. TASA DE PARO 2015-2025



Fuente: INE

Los datos reflejan no solo un aumento en el número de visitantes, sino también una mayor calidad del gasto turístico.

Impacto del turismo en ventas

El turismo en España en 2025 ha marcado un hito histórico, consolidándose como un año récord con un impacto económico sin precedentes. Los datos reflejan no solo un aumento en el número de visitantes, sino también una mayor calidad del gasto turístico.

España recibió un total de 96,8 millones de turistas internacionales en 2025, un incremento del 3,2% respecto a 2024.

El gasto acumulado de los turistas internacionales alcanzó los 134.712 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 6,8% frente al año anterior.

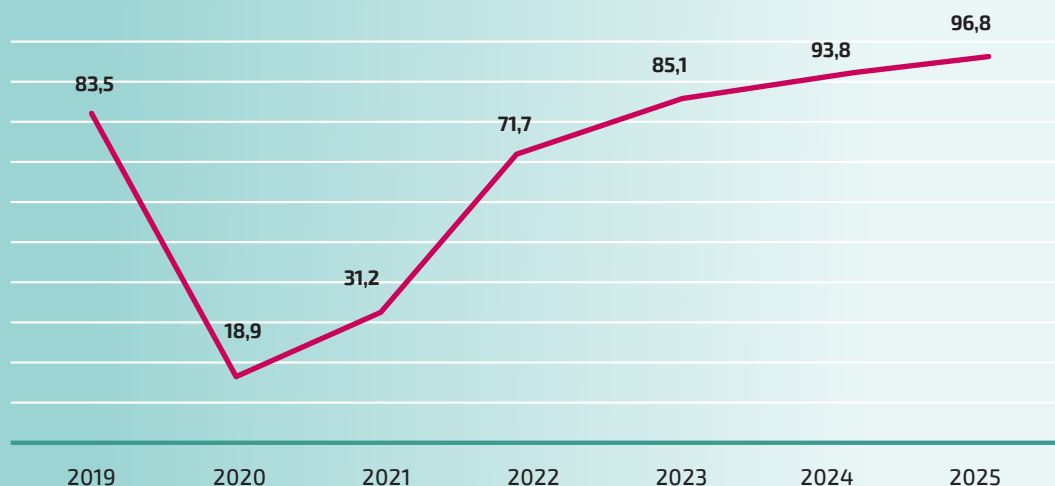
Se observó un crecimiento moderado tras el fuerte auge post-pandemia, estabilizando el sector con una aportación económica que superó los 218.000 millones de euros.

El gasto por turista creció más rápido que el número de visitantes, lo que indica una estrategia exitosa hacia un turismo de mayor calidad y mayor poder adquisitivo.

Se ha reducido la dependencia estricta de los meses de verano, con un crecimiento notable en los meses "valle" o de temporada media.

El Reino Unido se mantiene como el principal mercado, seguido de Francia y Alemania. Se destaca un aumento de visitantes de larga distancia, incluyendo Estados Unidos y Latinoamérica.

MILLONES DE TURISTAS INTERNACIONALES EN ESPAÑA



Fuente: INE

(*) Datos avanzados

Somos motor económico,
creando más de 890.000
empleos, de los cuales el 46%
son empleos directos.

6.2 Datos sector

Entrando ya en datos de nuestro sector, hay que decir que los 592 centros y parques comerciales que hay a cierre de 2025 en España, suponen 16,9 millones de metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA) e integran a más de 32.800 comerciantes.

Resulta relevante destacar que nuestra industria es motor de empleo, dado que crean más de 890.000 empleos, de los cuales el 46% son empleos directos.

Es imán de capital, dado que queda demostrada la capacidad para atraer inversión extranjera. Y es efecto multiplicador, por cada euro invertido se genera un retorno significativo en la cadena de valor y el consumo interno de España.

Somos un sector motor de integración, formamos un ecosistema diverso que impulsa al sector inversor.

Somos pilar de diversidad: los centros comerciales son plataformas de convivencia donde coexisten todos los formatos de negocio. El 85% de los locales son pequeños comercios (superficie menor a 300m2 de SBA).

58.524

Millones € de
ventas

1.955

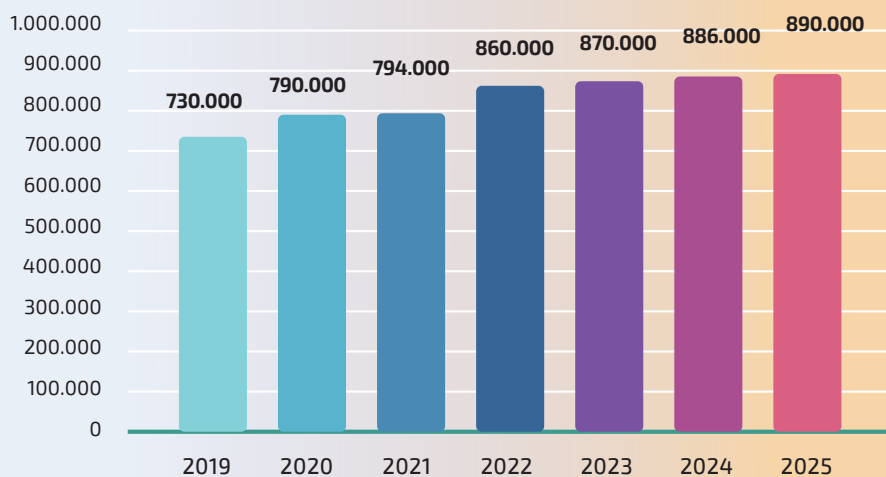
Millones de
visitas

+2,4% vs. 2024

+6% vs. 2024

**CRECIMIENTO
DE LAS VENTAS
KPIs 2025**

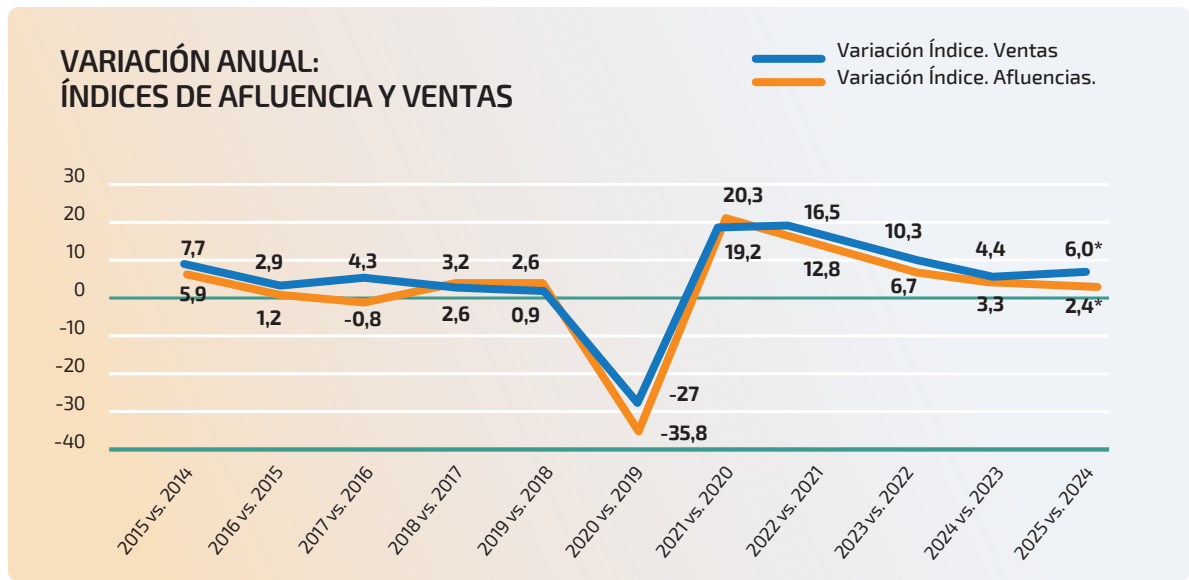
CREACION DE EMPLEOS (EN NÚMERO DE PERSONAS)



Fuente: AECC

Ventas y afluencias

Podemos ver cómo las ventas han tenido un gran crecimiento este año alcanzando un incremento del 6% respecto a 2024. Las afluencias alcanzan un aumento del 2,4% respecto a 2024.

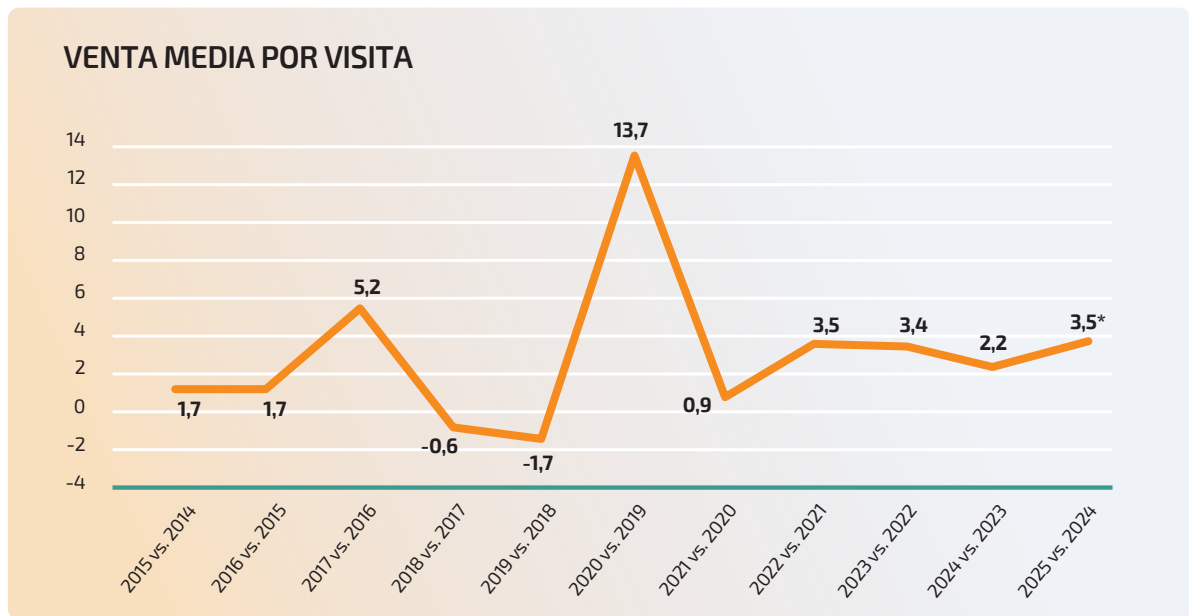


Fuente: AECC

(*) Datos avanzados

Venta media por visita

La venta media por visita sigue en crecimiento, en 2023 creció un 3,4%, en 2024 versus 2023 sigue creciendo con un 2,2%, y ahora en 2025 versus 2024 crece un 3,5%.



Fuente: AECC

(*) Datos avanzados

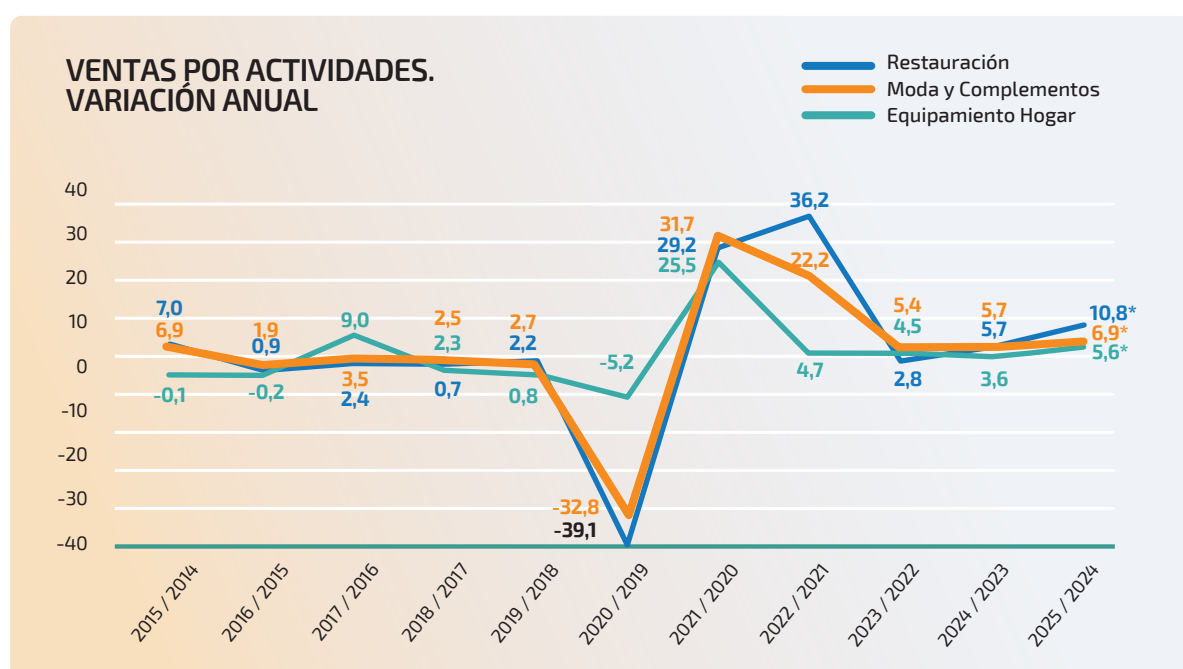
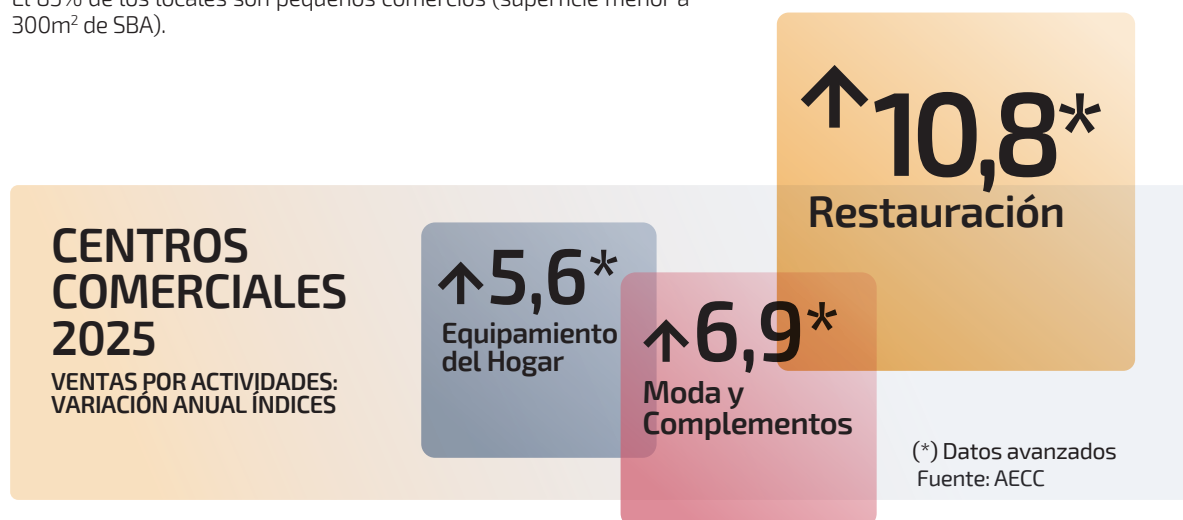
Somos un sector motor de integración, formamos un ecosistema diverso que impulsa al sector inversor.

Ventas por actividades: evolución anual

La actividad de Moda y Complementos creció un +6,9% respecto a 2024, el equipamiento del hogar creció respecto a 2024 un +5,6% y la restauración ha crecido durante 2025 respecto a 2024 un +10,8%.

Somos un sector motor de integración, formamos un ecosistema diverso que impulsa al sector inversor.

Somos pilar de diversidad: los centros comerciales son plataformas de convivencia donde coexisten todos los formatos de negocio. El 85% de los locales son pequeños comercios (superficie menor a 300m² de SBA).

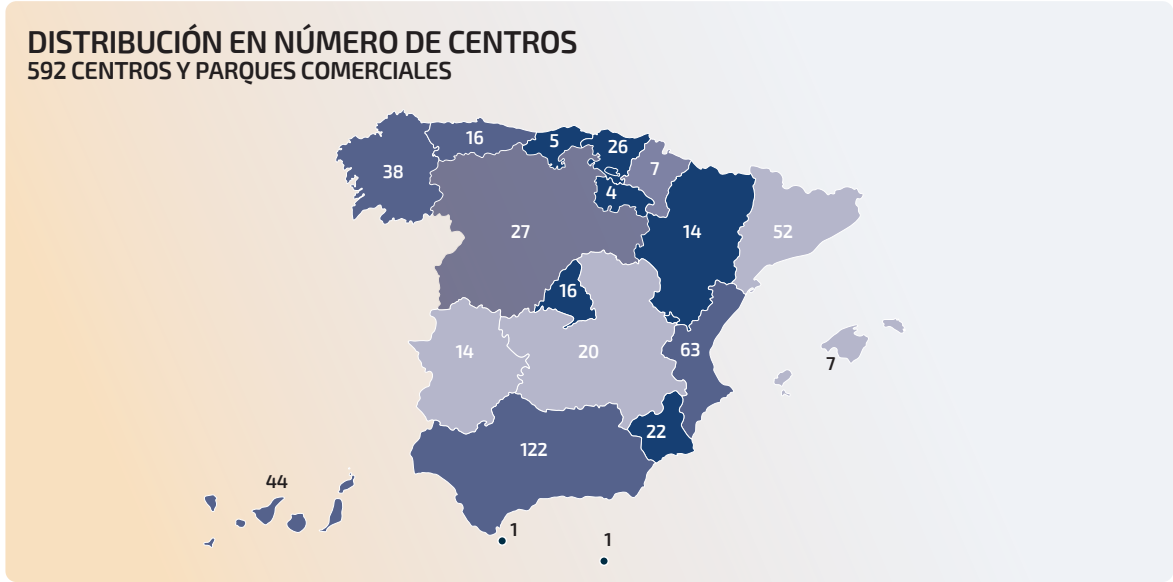


Fuente: AECC

(*) Datos avanzados

Numero de Centros por Comunidades Autónomas

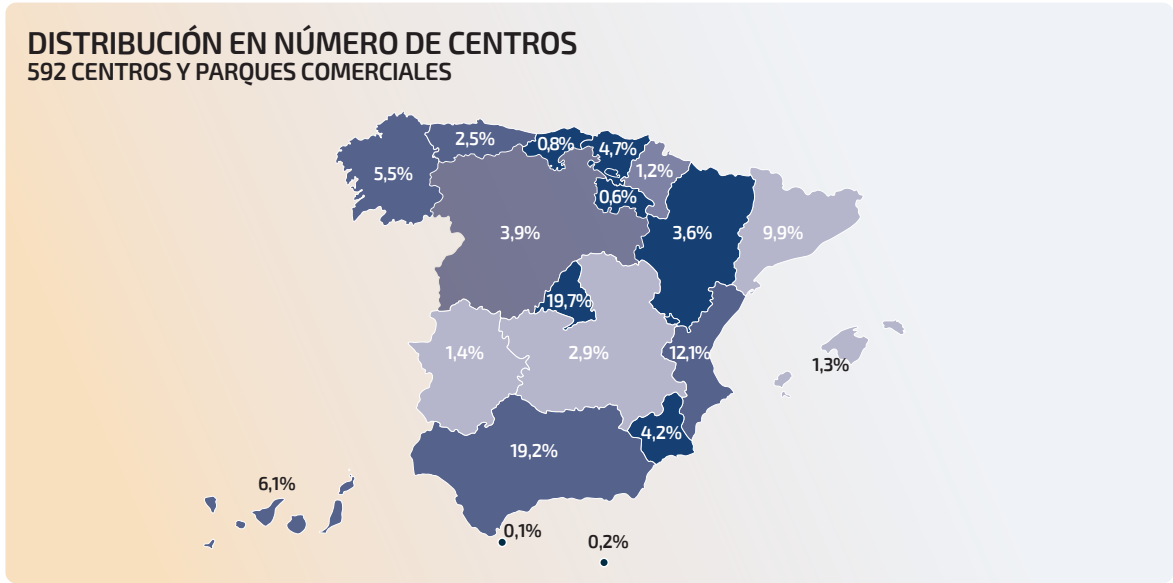
La Comunidad Autónoma con mayor número de centros es Andalucía, seguida de la Comunidad de Madrid, y la Comunidad Valenciana.



Fuente: AECC

Porcentaje de SBA total por CC.AA.

Las Comunidades Autónomas que tienen mayor peso en su superficie alquilable bruta sobre el total de España son: Comunidad de Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana.

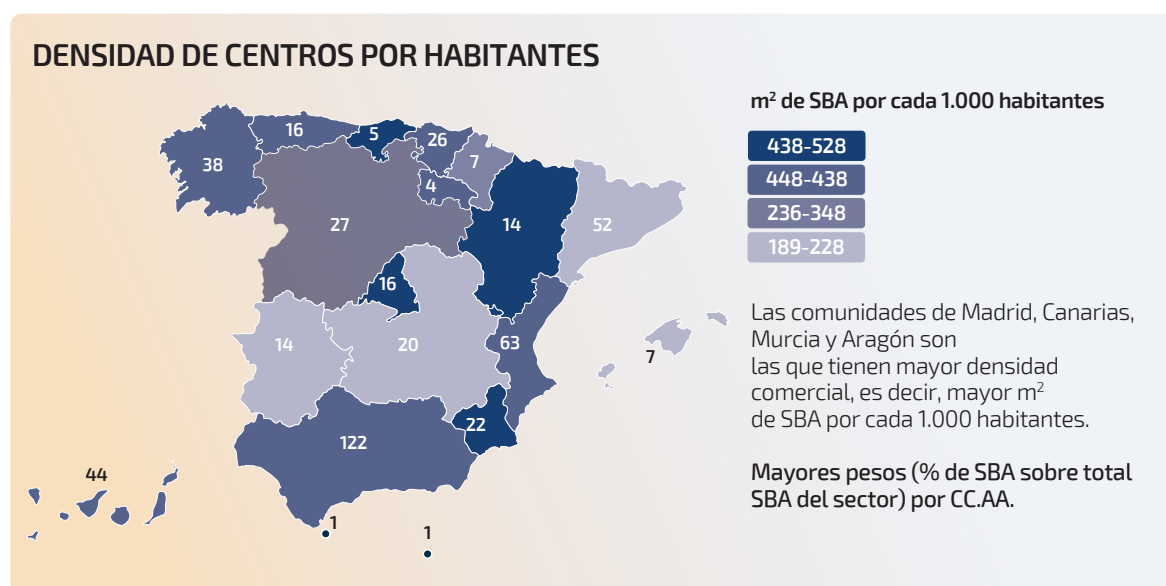


Fuente: AECC

Las comunidades de Madrid, Canarias, Murcia y Aragón son las que tienen mayor densidad comercial.

Densidad de centros y parques comerciales por habitante

La densidad media en España es de 343 m² de SBA por cada 1.000 habitantes.

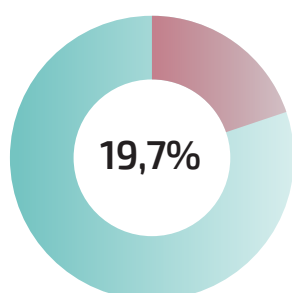


Fuente: AECC

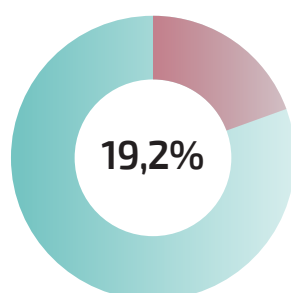
CC.AA. CON MAYOR PORCENTAJE DE SBA

Mayores pesos (% de SBA sobre total SBA del sector) por CC.AA.

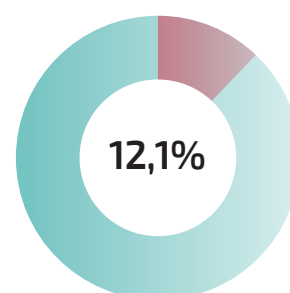
Las CC.AA. con mayor % de SBA sobre el total son: Madrid Andalucía y Comunidad Valenciana.



MADRID
CON 110 CENTROS Y
PARQUES COMERCIALES



ANDALUCÍA
CON 122 CENTROS Y
PARQUES COMERCIALES



COM. VALENCIANA
CON 63 CENTROS Y
PARQUES COMERCIALES

Número de Centros por tipología y porcentaje total de SBA

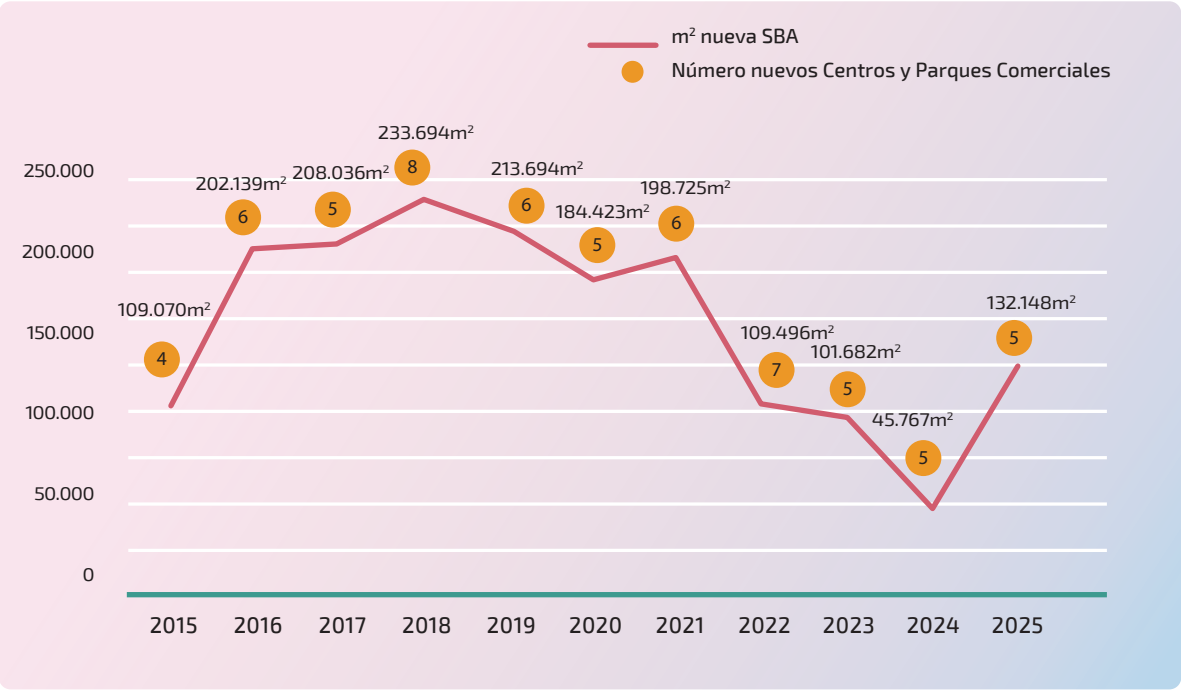


Fuente: AECC

Hay que destacar el aumento en el formato de parques comerciales, cuyo aumento en aperturas está creciendo en los últimos años. Hemos pasado de 70 en 2019 a 101 en 2025.

La evolución de aperturas es constante en los últimos años con una media de 6 centros desde 2015.

Evolución y aperturas



Fuente: AECC

Aperturas de centros 2025

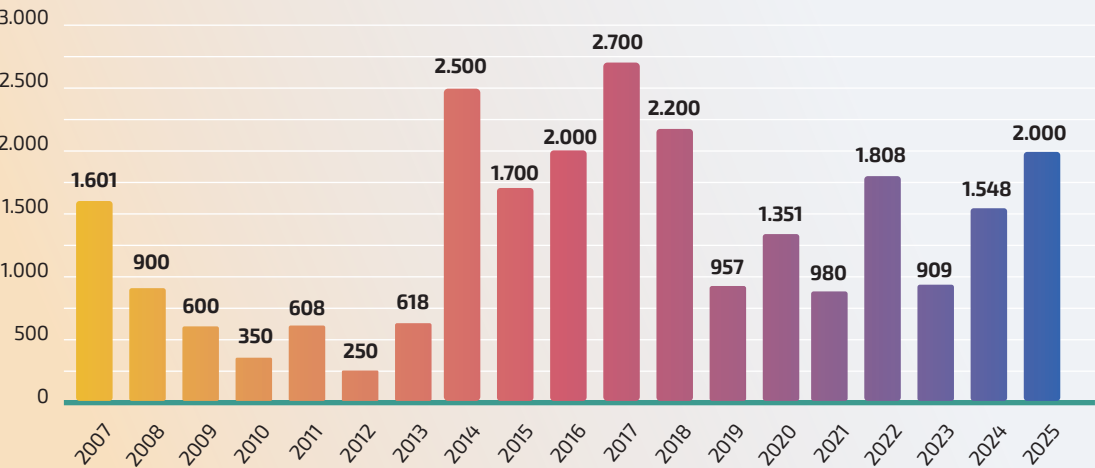
Estos han sido los 5 Parques Comerciales abiertos en 2025:

01 PARQUE COMERCIAL Y DE OCIO LOS OLIVOS Cieza, Murcia. Promotor: Certain 30.948 m²	02 ENTRENASAS Dos Hermanas. Sevilla. Promotor: LRI21 Y Guillem Capital 25.000 m²	03 FAMILY PARC TARRAGONA Tarragona. Promotor: Family Cash y Seranco 39.000 m²	04 RONDA ROCES PARQUE COMERCIAL Gijón. Promotor: Nhood 30.000 m²	05 VICTORIA PARK Jaén. Promotor: Grupo Mipelsa 7.200 m²
--	---	--	---	--

Fuente: AECC

Inversión

MERCADO DE INVERSIÓN. TRANSACCIONES.
(MILLONES DE EUROS)



Fuente: AECC, CBRE, JLL, Savills e Iberian Property

El sector confirma su atractivo para los inversores nacionales e internacionales y alcanzó 32 operaciones de compraventa de centros y parques comerciales por un volumen total de 2.000 millones de euros, una cifra que no se superaba desde 2018. Las principales operaciones del año las protagonizaron Bonaire (Valencia), Parque Corredor e intu Xanadú (Madrid), Espacio Mediterráneo (Murcia) y Ballonti (Vizcaya).

La apuesta por nuestra industria y su fortaleza está demostrada por el auge de inversión en la renovación de los centros comerciales en España con el objetivo de actualizarlos en materia de sostenibilidad,

certificaciones ESG y accesibilidad, así como en diseñar espacios con modelos flexibles y zonas verdes para potenciar la experiencia de compra y dar respuesta a las necesidades de la comunidad. Prueba de ello es que, en 2025, se renovaron, según los datos registrados por la AECC, casi 400.000m2 en espacios como Marineda City, L'illa Diagonal, Área Sur, Las Rozas The Style Outlet, La Vega y El Faro, con una inversión superior a los 120 millones de euros.

Además, actualmente se están renovando 30 parques o centros comerciales. En total, los espacios en renovación suman más de 1.380.000m2 de SBA, lo que equivale al 8,2% de la superficie bruta alquilable de todo el sector en España.

En 2025 se renovaron casi 400.000m² de SBA.

Principales reformas, renovaciones, ampliaciones

A día de hoy **30 activos están reformándose**, es decir un 8,2% de SBA del sector, lo que suma más de 1.380.000 m² de SBA.

MARINEDA CITY A Coruña SBA: 176.000 m² Inversión: 41 M€	L'ILLA DIAGONAL Barcelona SBA: 35.000 m² Inversión: 32 M€	EL FARO Badajoz SBA: 66.300 m² Inversión: 22,4 M€	ÁREA SUR Jerez de la Frontera. Cadiz SBA: 47.187 m² Inversión: 5 M€	LAS ROZAS THE STYLE OUTLETS Madrid SBA: 9.600 m² Inversión: 3 M€	LA VEGA Alcobendas. Madrid SBA: 27.851m²
---	---	---	---	--	---

Fuente: AECC

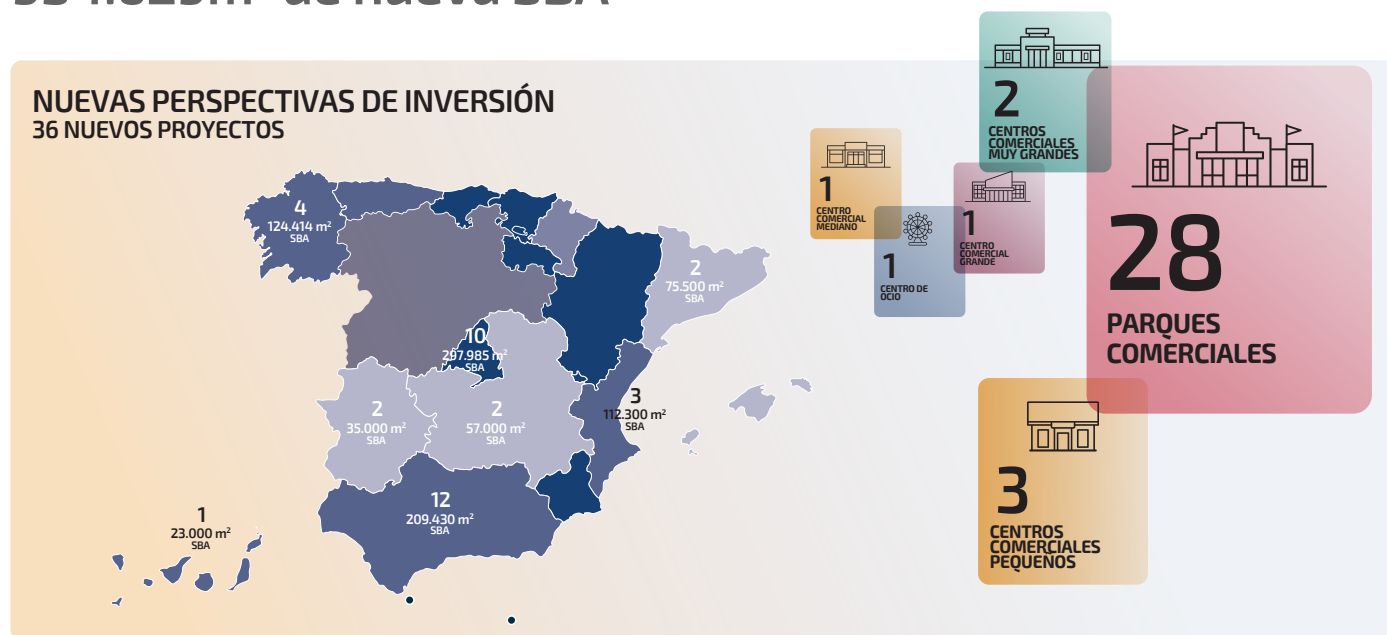
Buenas perspectivas de inversión hasta 2028.

Previsión de apertura de proyectos

En cuanto a los nuevos proyectos, el sector mantiene una buena perspectiva para los próximos años, en los que está prevista la apertura de **36 nuevos proyectos hasta 2028**.

Al igual que en los últimos ejercicios, se mantiene la tendencia al alza de apertura de parques comerciales, que protagonizarán 28 de los nuevos proyectos anunciados para los próximos tres años. También se prevé la inauguración de tres centros comerciales grandes o muy grandes (Valdebebas Shopping, Infinity y Metropolitano), mientras que el resto serán centros comerciales medianos, pequeños y de ocio. Los nuevos proyectos se sitúan, principalmente, en Andalucía (12), Madrid (10) y Galicia (4).

934.629m² de nueva SBA



Los parques comerciales continúan ganando atractivo, tanto para visitantes, como inversores.

Se han convertido en un fenómeno de análisis en el que influyen varios factores:

Han comenzado a incorporar elementos tradicionalmente asociados a centros comerciales, como una **oferta variada de servicios, restaurantes y zonas de ocio**.

Desde su concepción se diseñan **espacios abiertos y verdes** que invitan a ser recorridos y disfrutados

Enfoque en la **experiencia del cliente**, con nuevas estrategias de marketing que buscan crear **comunidad** y atraer a más visitantes.

PROYECTOS PARA 2026-2028 PARQUES COMERCIALES

NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO	SBA (m²)
Alerce Park Aranjuez	Aranjuez	Madrid	Alerce Real Estate	PC	20.000
Alerce Park Colmenar	Colmenar Viejo	Madrid	Alerce Real Estate	PC	14.500
Alerce Park Valdecarros	Madrid	Madrid	Alerce Real Estate	PC	25.000
Breogán Park	A Coruña	A Coruña	Pelayo Capital	PC	70.000
Imagina Parque Comercial	Getafe	Madrid	Sociedad Parque Imagina	PC	15.000
Leroy Merlin Phygital & Co de la Laguna	S. Cristóbal de Tenerife	Sta. Cruz	Inmobiliaria Leroy Merin	PC	23.000
Linares Plaza	Linares	Jaén	AZOD (Azabache grupo)	PC	21.000
Nasas Cuenca	Cuenca	Cuenca	LRI21	PC	25.000
OMO Utrera Park	Utrera	Sevilla	OMO Retail	PC	5.50
Os Regos Retail Park	Oleiros	A Coruña	Inversiones Sarrianas SL	PC	16.114
Parque Comercial Alcalá de Henares	Alcalá de Henares	Madrid	Bogaris	PC	21.400
Parque Comercial Cáceres	Cáceres	Cáceres	Bogaris	PC	10.000
Parque Comercial Colmenar Viejo	Colmenar Viejo	Madrid	Nhood, MCore y BN Capital	PC	16.435
Parque Comercial Orense	San Cibrao das Viñas	Ourense	Bogaris	PC	15.30
Parque Comercial Porta Nucia	La Nucia	Alicante	JJ Matriz Capital	PC	10.000
Parque Comercial San Lorenzo de El Escorial	San Lorenzo del Escorial	Madrid	Bogaris	PC	15.400
Parque Comercial Sevilla Norte	Higuerón Sur	Sevilla	Bogaris	PC	16.80
Parque Comercial Suba Purchil	Granada	Granada	Suba Capital	PC	8.500
Parque Comercial Tres Caminos II	Puerto Real	Cádiz	Polígono Industrial Tres Caminos S.A.	PC	15.000
Parque Comercial Trocadero	Puerto Real	Cádiz	Batex & Duplex	PC	6.500
Parque Comercial Vilanova	Vilanova de Aurosa	Pontevedra	Desarrollos Vilanova	PC	23.000
PC Alcaidesa Marina Ocio & Shopping	La Línea de la Concepción	Cádiz	Alcaidesa Servicios	PC	16.500
Promenade Lleida	Lleida	Lleida	Eurofund Group y Frey Invest	PC	56.500
Salyt Parque Comercial	Málaga	Málaga	Edifissa Parque Comercial Salyt SL	PC	21.630
Señorío Plaza	Illescas	Toledo	Ordesa (Comercializadora: Wit Retail)	PC	32.000
Sur Córdoba Shopping	Córdoba	Córdoba	Batex & Duplex	PC	62.000
Tarraco Centrum	Tarragona	Tarragona	General de Galerías Comerciales	PC	19.000
Way Cáceres	Cáceres	Cáceres	Kronos	PC	25.000

TOTAL PARQUES COMERCIALES: 28

TOTAL SBA 626.079

Fuente: AECC

PROYECTOS PARA 2026-2028 CENTROS COMERCIALES

NOMBRE	LOCALIDAD	PROVINCIA	PROMOTOR	TIPO	SBA (m²)
Boadilla Hills Lifestyle & Gourmet	Boadilla Del Monte	Madrid	Boadilla Green Eco Village, S.L.	PE	6.250
Infinity	Valencia	Valencia	General de Galerías Comerciales	MG	92.000
Isla Chica	Huelva	Huelva	LRI21	ME	22.000
Marbell Center	Marbella	Málaga	LRI21	PE	9.000
Mayorazgo	Málaga	Málaga	LRI21	PE	5.000
Metropolitano	Madrid	Madrid	LRI21	GR	40.000
Paseo del Mar	Torreveja	Alicante	Inmuebles y Negocios del Sol, S.L	CO	10.300
Valdebebas Shopping	Madrid	Madrid	General de Galerías Comerciales	MG	124.000

TOTAL CENTROS COMERCIALES: 8

TOTAL SBA 308.550

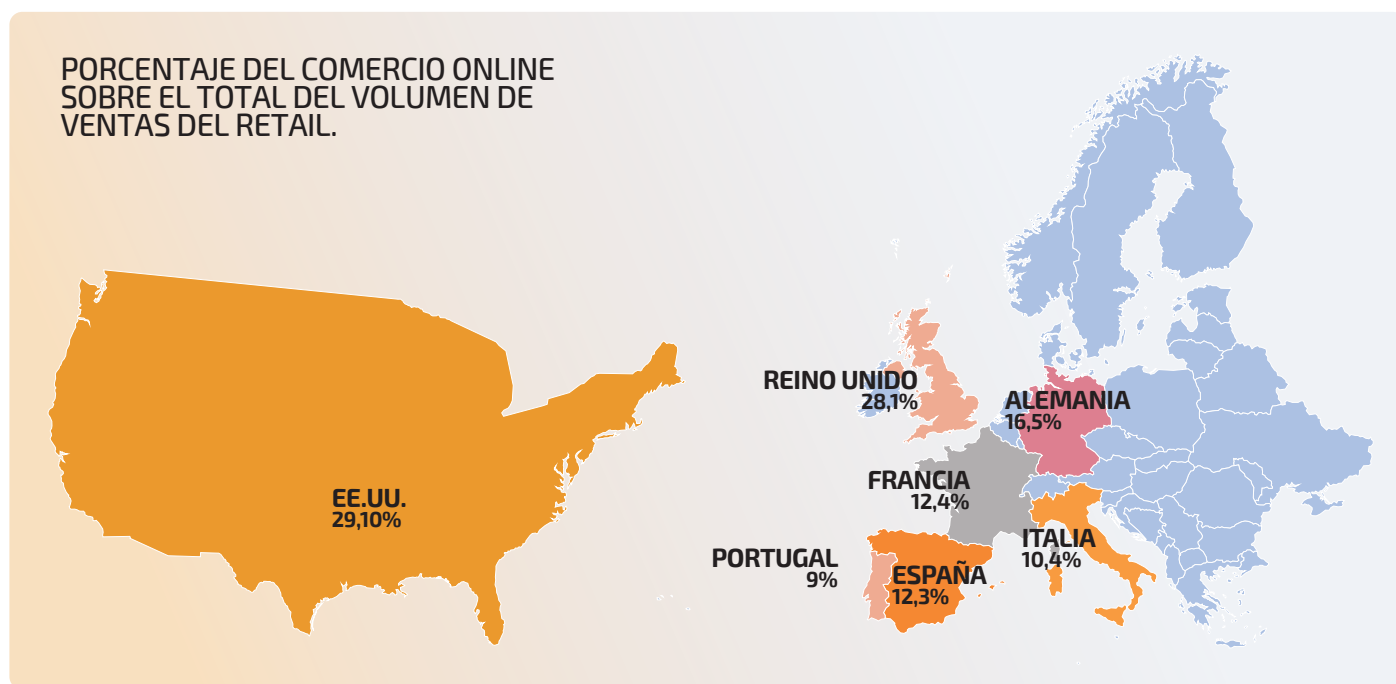
Fuente: AECC

La cultura mediterránea es más propensa a realizar sus compras en el espacio físico.

Peso del comercio electrónico

La penetración del comercio electrónico en Europa es, de media, un 16,5%, estando España por debajo de la media con un 12,3%, Italia con un 10,4%, Francia con un 12,4% y Portugal con 9%.

Lo que demuestra que la cultura mediterránea es más propensa a realizar sus compras en el espacio físico. Nos encontramos lejos del 28,1% de media del Reino Unido y del 29,1% de Estados Unidos.



Fuente: CBRE - Euromonitor

Operamos nuestros centros buscando generar impacto positivo.

Gestión responsable

El compromiso de la industria de los centros comerciales con la sostenibilidad, la gestión responsable, y los criterios ESG se traduce en inversión constante en la implementación de medidas que contribuyen a la reducción del impacto ambiental de la actividad comercial y de la huella de carbono de los edificios.

Los CC.CC. están dotados con sistemas que garantizan la seguridad de sus visitantes.

Los centros cuentan con equipos de emergencias e intervención, formados y entrenados para distintos tipos de emergencias. Los componen fundamentalmente personal de la Gerencia, el equipo de seguridad y el de mantenimiento. Todos ellos tienen funciones específicas perfectamente definidas.

Existen sistemas de protección activa para la prevención de incidentes, como videovigilancia, control de accesos, lectores de

matrículas, sistemas antiintrusión y de detección de incendios. Igualmente, contamos con sistemas de seguridad pasiva para protección en caso de siniestros, como sistemas automáticos de alarma y extinción de incendios, megafonía de evacuación, sectorización contra incendios y evacuación de humos.

Durante una catástrofe, los centros desempeñan la labor de centro social y logístico dando refugio a visitantes y apoyo a las autoridades.

En torno al 52% de los centros ya son pet friendly lo que permite a los clientes acceder y disfrutar del tiempo en compañía de sus perros. Los ODS están marcando las estrategias de los centros comerciales. Así, el **60% de los edificios cuentan con certificación medioambiental BREEAM** y el **75% de la electricidad consumida por los centros y parques comerciales posee garantías de origen renovable**. Asimismo, en el listado MERCO 2025 de las 100 empresas más responsables en términos ESG, al menos un 18% son empresas del sector, como Inditex, Mercadona, Ikea, Corte Inglés, Leroy Merlin, Decathlon, Carrefour, Mango, Eroski, Lidl, Consum, McDonalds, Día, Ecoalf.



Abrazamos la cultura "pet friendly" en torno al 52% de nuestros centros en España.

Nuestro sector destaca por el valor experiencial. Somos experiencias, servicios, comunidad.

Nuestro sector crea espacios que conectan, ofrece servicios que aportan, construye experiencias que se viven.

El Centro Comercial ya se ha convertido en un punto de encuentro social, dejando de ser un mero depósito de compras.

Las visitas ahora se transforman en una experiencia de propósito múltiple por los servicios relevantes que ofrecemos: gimnasios, spas, servicios de salud, coworking, zonas infantiles, gastronomía, etc.

Los comercios están en la vanguardia de la tecnología, lo que agiliza las compras y mejora la experiencia del usuario.

La industria es ya omnicanalidad real

El cliente emplea todos los canales como uno solo porque la experiencia online y offline se unen.

Puede comprar online y recoger en tienda sin fricción.

Consultar la disponibilidad de un producto en tiempo real.

Sus movimientos dentro de la tienda pueden integrarse con apps de fidelización y promociones.

El sector ha evolucionado hacia una logística centrada en el ser humano:

Trazabilidad y transparencia total que permite rastrear productos desde el origen hasta el consumidor final, mejorando la sostenibilidad, cumplimiento regulatorio y la confianza del cliente.

Conectando datos de stock, transporte, consumo y proveedores, **la logística se vuelve predictiva y resiliente.**

Seguridad sin fisuras porque los registros no pueden ser alterados, lo que autentifica el origen del inventario, previniendo fraudes.

Mirando al futuro

ARQUITECTURA Y DISEÑO CENTRADOS EN LA EXPERIENCIA

Espacios flexibles que se adaptan según necesidades.

Se prioriza en los espacios la **luz natural**, el **confort acústico** y la **accesibilidad universal**.

Los diseños integran **zonas verdes** porque se trata de inventar a quedarse, compartir, estar a gusto y querer volver.

Nuestros espacios son flexibles, priorizan la luz natural, el confort acústico y la accesibilidad.

Sostenibilidad como centro del modelo

Algo que entendemos como requisito indispensables para atraer visitas y marcas



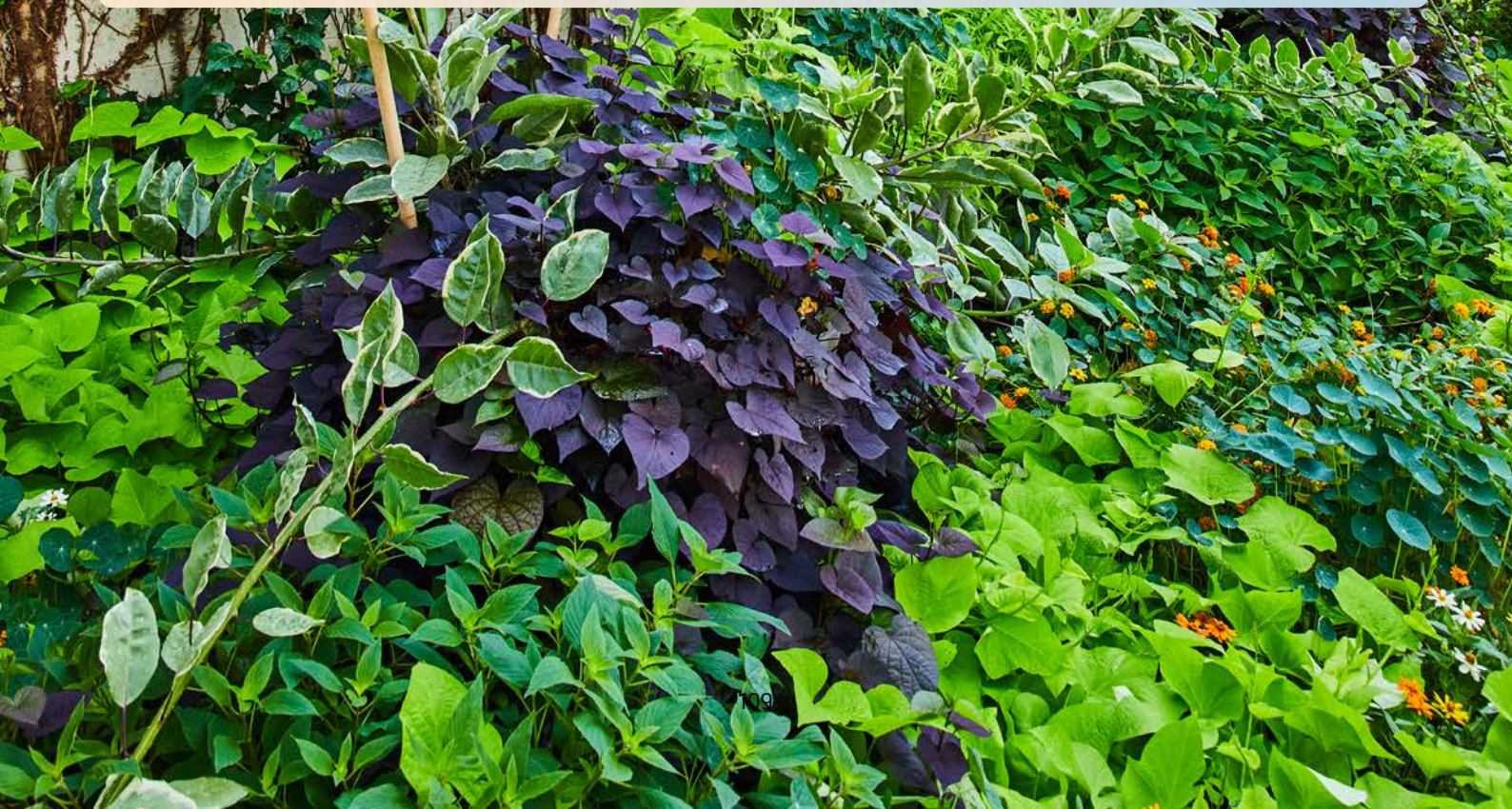
Energía solar y medidas de eficiencia energética.



Reciclaje y utilización de materias respetuosas con el medioambiente con enfoque clave en arquitectura sostenible.



Sus movimientos dentro de la tienda pueden integrarse con apps de fidelización y promociones.



Empezamos a dibujar
el camino del próximo año
con metas ambiciosas
y acciones concretas.

MEMORIA
DE ACTIVIDADES
2025

Proyectos para 2026



7

Proyectos para 2026

2026

La programación de actividades prevista para el próximo año refleja el compromiso de la Asociación con la generación de conocimiento, el impulso del diálogo sectorial y la creación de oportunidades reales de colaboración y negocio. A través de un calendario diverso y equilibrado, se abordarán los principales retos, tendencias y oportunidades que marcarán la evolución del sector, ofreciendo a los asociados y al conjunto de los agentes implicados espacios de alto valor añadido.

Los eventos que conformarán esta agenda propuesta están concebidos como auténticos puntos de encuentro: foros para el intercambio de ideas, el debate constructivo y la conexión entre profesionales, empresas e instituciones. Desde el Congreso

28 de enero
Aula AECC:
"Geopolítica en un mundo en transición.
El regreso de la guerra." Sesión online.



5 de marzo
Conmemoración del Día Internacional de la Mujer.
Brunch AECC con directivas del sector de los Centros y Parques Comerciales.

23 de abril
Retail 360
ESPACIOS INTELIGENTES
Cómo la IA está transformando el retail de hoy.



2026

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

17 de febrero
Aula AECC:
"Perspectivas económicas 2026".
Sesión online.



24 de febrero
Presentación del Balance del Sector de Centros y Parques Comerciales de España 2025.
Rueda de Prensa. Madrid.

26 de febrero
Primera reunión de la Junta Directiva de la AECC en 2026.
Madrid.

19 de marzo
Desayuno AECC:
"Ciberseguridad en los centros y parques comerciales: lo básico que todos deberíamos saber." Madrid.



26 de marzo
Asamblea General de Socios AECC 2025.
Madrid.

12 de mayo
iTalk AECC:
"Gestión de Residuos. La aplicación de la ley en los centros y parques comerciales"



17 al 25 de mayo
Viaje de Estudios AECC 2026.
China.



El próximo año nace del compromiso compartido y de la ilusión por continuar acercándonos a nuestros socios y a sus necesidades.

nacional, referencia indiscutible, única y reconocida hasta los webinars en formato online, pasando por las jornadas presenciales de carácter especializado, cada iniciativa responde a un objetivo claro, abordar las temáticas que interesan al sector, en un formato adaptado a las necesidades de los profesionales que conforman esta industria, favoreciendo la participación, la accesibilidad y el impacto de los contenidos.

Aquí se presenta un avance de en lo que se está trabajando desde la AECC.





XXII Congreso Español de Centros y Parques Comerciales

Palma de Mallorca
30 sept. - 2 octubre, 2026



RETAIL
EN MOVIMIENTO

AECC
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
CENTROS Y PARQUES COMERCIALES



Nos vemos en
Palma de Mallorca

Reserva estas
fechas en tu
calendario



30 sept.-
2 octubre,
2026



congresoaecc.aedecc.com

Cerramos un año de logros y crecimiento colectivo, reafirmando nuestro compromiso con la misión que nos une y con el impacto positivo que queremos seguir generando. El próximo año será una nueva oportunidad para seguir construyendo juntos.

El equipo AECC

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS
Y PARQUES COMERCIALES

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2025



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

www.aedecc.com

Mauricio Legendre, 19. 1º A
28046 Madrid
Tel. +34 913 084 844
asociacion@aedecc.com

