

PREMIOS A CENTROS COMERCIALES
*L*ATINOAMERICANOS

DEL  ICSC



GANADORES DE LOS PREMIOS A CENTROS COMERCIALES
LATINOAMERICANOS 2011

CATEGORÍA DE MERCADEO

RECONOCE LA EXCELENCIA EN MERCADEO Y EN PROGRAMAS QUE AUMENTAN LA UTILIDAD DE UN CENTRO COMERCIAL O UNA COMPAÑÍA.

MARKETING CATEGORY

RECOGNIZES EXCELLENCE IN MARKETING PROGRAMS THAT ADD TO A SHOPPING CENTER'S OR COMPANY'S BOTTOM LINE.

EVENTOS DE SERVICIO A LA COMUNIDAD, PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS, Y TIPO ESFUERZOS E INICIATIVAS DE TIP NEGOCIO A NEGOCIA

COMMUNITY SERVICE EVENTS, PUBLIC RELATIONS PROGRAMS AND BUSINESS-TO-BUSINESS TYPE EFFORTS AND INITIATIVES

SAMBIL

¿Quieres ser mi estrella en Navidad?
Caracas, Venezuela

Propiedad de/Administrado por:
Constructora Sambil



Reconocimiento profesional:
Maria Eglee Heredia
Gerente de Marketing, Sambil Valencia
Laura Sánchez León
Gerente de Marketing, Sambil Caracas
Alfredo Cohen, Director
Constructora Sambil

Durante la temporada navideña de 2009, los centros comerciales Sambil, de toda Venezuela, decidieron desarrollar un programa dedicado a ayudar a pacientes pediátricos con cáncer y a sus familias. El objetivo del programa, "¿Quieres ser mi estrella en Navidad?", era recaudar fondos para niños con cáncer a través de la creación y venta de estrellas de origami. Para atraer a la comunidad y promover su participación, Sambil montó stands en todos sus centros, visitó colegios y realizó eventos de recaudación de fondos para educar y aumentar el apoyo. Sambil recaudó más de \$85,000 dólares, cantidad que fue donada a centros para tratamiento de cáncer de toda Venezuela.

SAMBIL

Will You Be My Star on Christmas?
Caracas, Venezuela

Owned/Managed by:
Constructora Sambil



Professional Recognition:
Maria Eglee Heredia
Manager of Marketing Sambil Valencia
Laura Sánchez León
Manager of Marketing Sambil Caracas
Alfredo Cohen
Director, Constructora Sambil

During the 2009 holiday season, Sambil shopping centers from all over Venezuela decided to develop a program dedicated to helping pediatric cancer patients and their families. The goal of the "Will You Be My Star On Christmas" program was to raise funds for children with cancer by creating and selling origami stars. To engage the community and encourage participation, Sambil set up booths in all their centres, visited schools and held fundraising events to educate and build support. Sambil raised over \$85,000 US dollars, which was donated to cancer centers throughout Venezuela.



CENTRO COMERCIAL PALATINO

Proteger a las ballenas
Bogotá, Colombia

Propiedad de/Administrado por:
Centro Comercial Palatino

Reconocimiento profesional:
Cristina Vega
Gerente General, Centro Comercial Palatino

El centro comercial Palatino está consciente de la tremenda responsabilidad que todos tenemos de cuidar nuestro planeta. En el verano de 2009, este centro lanzó una campaña que se enfocaba en la importancia y conservación de una especie en grave peligro de extinción, la ballena. Para captar la atención de la comunidad y crear conciencia, Palatino organizó eventos, exhibiciones, talleres y conferencias que no solo sirvieron para educar a la comunidad, sino también generaron un aumento en el tráfico de visitantes del centro comercial.

CENTRO COMERCIAL PALATINO

Protect the Whales
Bogotá, Colombia

Owned/Managed by:
Centro Comercial Palatino

Professional Recognition:
Cristina Vega
General Manager, Centro Comercial Palatino

Palatino Mall is aware of the tremendous responsibility we all have to care for our planet. In the summer of 2009, this center launched a campaign that focused on the importance and conservation of a species in grave danger of extinction—the whale. In order to capture the attention of the community and create awareness, Palatino hosted events, exhibitions, work shops and conferences that not only served to educate the community, but also generated increased footfall for the mall.





CENTRO COMERCIAL PALATINO

Juntos podemos hacer un sueño realidad
Cundinamarca, Colombia

Propiedad de/Administrado por:
Centro Comercial Palatino

Reconocimiento profesional:
Cristina Vega
Gerente General, Centro Comercial Palatino

Como respuesta al alto porcentaje de familias que han sido desplazadas por la violencia en Colombia, el centro comercial Palatino lanzó una campaña de mercadeo social para darle un hogar a una de estas familias en necesidad extrema. Al promover la campaña a través de varios medios de comunicación, miles de clientes de Palatino donaron a esta buena causa y, en asociación con la estación de radio W y otras compañías privadas, se le obsequió a una familia merecedora un apartamento nuevo y completamente amueblado en la víspera de Navidad.

CENTRO COMERCIAL PALATINO

We Can Fulfill a Dream Together
Cundinamarca, Colombia

Owned/Managed by:
Centro Comercial Palatino

Professional Recognition:
Cristina Vega
General Manager, Centro Comercial Palatino

In response to the high percentage of families who have been displaced due to violence in Colombia, Palatino Mall launched a social marketing campaign to give one of these families in extreme need a new home. Promoted through several media channels, thousands of Palatino's customers donated to this good cause, and in partnership with the W Radio Station and other private companies, one deserving family was gifted with a new, fully furnished apartment on Christmas Eve.



CENTRO COMERCIAL PALATINO

Commitment Palatino
Cundinamarca, Colombia

Propiedad de/Administrado por:
Centro Comercial Palatino

Reconocimiento profesional:
Cristina Vega
Gerente General, Centro Comercial Palatino

Comprometido a hacer a la Tierra más verde, Palatino se ha convertido en un líder en América Latina por su dedicación a la conservación y la sustentabilidad. "Compromiso Palatino" no fue solo una campaña de mercadeo, también fue un esfuerzo para estimular a la comunidad a volverse más ecológicamente responsable. Se instalaron "puntos verdes" alrededor de todo el centro comercial. Los clientes traían pilas usadas, plástico, latas y otros materiales reciclables para ser desechados en los lugares apropiados. El centro comercial también les daba a los clientes bolsas reutilizables y biodegradables, así como se ofrecían talleres, en los cuales se aprendía acerca del proceso de reciclaje. Para anunciar la sustentabilidad del centro comercial, se colocaron anuncios en periódicos y en la radio, junto con publicidad interna, volantes y correo directo.

CENTRO COMERCIAL PALATINO

Commitment Palatino
Cundinamarca, Colombia

Owned/Managed by:
Centro Comercial Palatino

Professional Recognition:
Cristina Vega
General Manager, Centro Comercial Palatino

Committed to making the Earth greener, Palatino has become a leader in Latin America for its dedication to conservation and sustainability. "Commitment Palatino" was not just a marketing campaign, but also an effort to encourage its community to become more environmentally friendly. All around the mall, 'green points' were installed. Customers brought used batteries, plastic, cans and other recyclable material to be disposed of in proper locations. The mall also provided customers with reusable and biodegradable bags and workshops in which they learned about the recycling process. To advertise the malls' sustainability, newspaper ads and radio spots were placed, along with indoor advertising, flyers and direct mail.

GRAN ESTACION

Gran Estación para todos
Bogotá, Columbia

PLATA

Propiedad de: Constructora 79
Administrado por: Gran Estacion Cento
Comercial P.H

Reconocimiento profesional:
Janeth Corredor
Gran Estacion Cento Comercial P.H.

Desde su inicio, Gran Estación ha tenido la intención de ser más que un centro comercial, también ha querido ser un lugar que ayude a mejorar la vida de sus clientes y empleados. En asociación con la Fundación Arcángeles, Gran Estación empezó a buscar activamente posibles empleados con discapacidades, así como personas de bajos recursos, como madres solteras. Esto fue hecho en respuesta a los cada vez mayores niveles de violencia, pobreza y desplazamiento entre la población colombiana. El centro comercial también realizó eventos y lanzó campañas para modificar las percepciones negativas hacia las personas con discapacidades y crear conciencia del clima social turbulento.

GRAN ESTACION

Gran Estacion For Everyone
Bogotá, Columbia

SILVER

Owned by: Constructora 79
Managed by: Gran Estacion Cento
Comercial P.H

Professional Recognition:
Janeth Corredor
Gran Estacion Cento Comercial P.H.

From its inception, Gran Estacion was meant to be more than a shopping mall, but also a place that helps to improve the lives of its customers and its employees. Partnering with Arcangles Foundation, Gran Estacion began actively seeking potential employees with handicaps as well as people from low-income backgrounds, such as single mothers. This was done in response to the growing levels of violence, poverty and displacement among Colombia's population. The mall also held events and launched campaigns to alter negative perceptions of the disabled and raise awareness of the turbulent social climate.



CENTRO COMERCIAL SALITRE PLAZA

Muestra de oficios y feria artesanal
Bogotá, Colombia

PLATA

Propiedad de/Administrado por:
Salitre Plaza Centro Comercial

Reconocimiento profesional:
Patricia Urrea
Gerente General, Centro Comercial Salitre Plaza
Ricardo Sarmiento
Gerente Financiero, Centro Comercial Salitre Plaza
Clara Robledo
Gerente Comercial, Centro Comercial Salitre Plaza
Constanza Morales
Jefe de Marketing, Centro Comercial Salitre Plaza
Santiago Romero
Analista de Marketing, Centro Comercial Salitre Plaza

En honor al bicentenario de la independencia de Colombia, Salitre Plaza ligó la actividad comercial del centro con las raíces y la artesanía tradicional de la cultura colombiana. Salitre Plaza creó un espacio para honrar a todos los artesanos de Colombia, y les dio la oportunidad de que compartieran sus talentos y vendieran sus productos artesanales. Para integrar a los consumidores con las comunidades autóctonas a un nivel más profundo, también se hicieron presentaciones sobre la historia y la importancia de este símbolo cultural colombiano en la "Feria Artesanal".

SALITRE PLAZA CENTRO COMERCIAL

Craft Fair
Bogotá, Colombia

SILVER

Owned/Managed by: Salitre Plaza
Centro Comercial

Professional Recognition:
Patricia Urrea
General Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial
Ricardo Sarmiento
Financial Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial
Clara Robledo
Comercial Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial
Constanza Morales
Marketing Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial
Santiago Romero
Marketing Analyst, Salitre Plaza Centro
Comercial

To honor the Bicentennial of Colombia's independence, Salitre Plaza linked the commercial activity of the mall with the Colombian roots and traditional handicraft culture. They created a space to honor all the craftsman of Colombia by giving them the opportunity to share and sell their hand-made products. To integrate consumers with the indigenous communities on a deeper level, the "Handicraft Fair" also featured presentations on the history of this Colombian cultural mark.



SHOPPING BARRA

Premio a las Mujeres de Barra
Salvador, Brasil



Propiedad de: Enashopp
Administrado por: Funcef, Previ, Refer, Euluz

Reconocimiento profesional:
Mirela Cubilhas
Directora de Mercadeo, Enashopp
Karina Brito
Jefe de Marketing, Shopping Barra
José Carlos Poroca
Jefe Ejecutivo de Manejo, Shopping Barra
Naildo Macedo
Director, Enashopp
Edison Rezende
Director, Enashopp

Para Barra Shopping conocido como el centro comercial iniciador de tendencias en Salvador, Brasil, las mujeres son la demografía más grande que visita y compra. En un esfuerzo por no solo aumentar las ventas y reforzar su posicionamiento en el mercado, sino también homenajear a mujeres influyentes, Barra Shopping creó el Premio a las Mujeres de Barra. Estos premios honran a las mujeres que destacan en su área profesional y contribuyen a que haya un mundo mejor y más alegre. Los premios fueron anunciados en periódicos y revistas, y la ceremonia se llevó a cabo en el Día Internacional de la Mujer.



SHOPPING BARRA

Barra Women Award
Salvador, Brazil

Owned by: Enashopp
Managed by: Funcef, Previ, Refer, Euluz

Professional Recognition:
Mirela Cubilhas
Marketing Director, Enashopp
Karina Brito
Marketing Manager, Shopping Barra
José Carlos Poroca
Chief Executive Manager, Shopping Barra
Naildo Macedo
Director, Enashopp
Edison Rezende
Director, Enashopp

For Shopping Barra, known as the trend-setting mall in Salvador, Brazil, women are the largest demographic to visit and shop. In an effort to not only increase sales and reinforce its position in the market, but also to pay homage to strong women, Shopping Barra created the Barra Women Award. These awards honor women who stand out in their professional field and who contribute to a better, happier world. The awards were marketed in newspapers and magazines, and the ceremony was held on International Women's Day.

CIUDADELA COMERCIAL UNICENTRO CALI

Photoecologia Urbana Unicentro Cali
Cali, Colombia



Propiedad de: Administracion Ciudadela Comercial
Administrado por: Propiedad Horizontal

Reconocimiento profesional:
Fernando Giraldo
Coordinador de Desarrollo Organizacional,
Ciudadela Comercial Unicentro Cali
Maria Paula Prada Galvez
Asistente de Marketing, Ciudadela Comercial
Unicentro Cali
Ana Teresa Segura
Gerente, Ciudadela Comercial Unicentro Cali
Ever Fajardo
Director Creativo, Marca Registrada
Leandro Palencia
Director de Arte, Marca Registrada

Photoecologia Urbana es una campaña de promoción diseñada para generar una nueva visión de los problemas ambientales que enfrenta nuestro planeta. A través del arte de la fotografía, y en asociación con Cal Un Jardín, Ciudadela Comercial Unicentro Cali destacó el patrimonio ecológico de Cali, Colombia. A través de radio y la prensa, este centro alentó los esfuerzos para reducir nuestro impacto ambiental.



CIUDADELA COMERCIAL UNICENTRO CALI

Photoecologia Urbana Unicentro Cali
Cali, Colombia

Owned by: Administracion Ciudadela Comercial
Managed by: Propiedad Horizontal

Professional Recognition:
Fernando Giraldo
Organizational Development Coordinator,
Ciudadela Comercial Unicentro Cali
Maria Paula Prada Galvez
Marketing Assistant, Ciudadela Comercial
Unicentro Cali
Ana Teresa Segura
Manager, Ciudadela Comercial Unicentro Cali
Ever Fajardo
Creative Director, Marca Registrada
Leandro Palencia
Art Director, Marca Registrada

Photoecologia Urbana is a promotional campaign designed to generate a new vision of the environmental problems our planet faces. Through the art of photography, and in partnership with Cal A Garden, Ciudadela Comercial Unicentro Cali highlighted the ecological heritage of Cali, Colombia. Through radio and print media, this center encouraged efforts to reduce our environmental impact.

CENTRO COMERCIAL DIVERPLAZA

DiverFutbol por la Paz
Bogotá, Colombia

Propiedad de: Inversiones Lab
Administrado por: Milenium Plaza S.A

Reconocimiento profesional:

Carolina Fierro

Director Comercial, Centro Comercial DiverPlaza

Rodrigo Botero

Consultor de Marketing, Centro Comercial DiverPlaza

Alejandro Arenas

Coordinador de Programa, Con-texto Urbano

El centro comercial Diver Plaza, en asociación con fundaciones sin fines de lucro, Contexto Urbano y Futbol con Corazón, ha creado un programa de inclusión social en el municipio de Engativá. Este programa busca educar a niños sobre valores sociales y usa el futbol como su herramienta principal de enseñanza. Se utiliza el futbol por sus posibilidades pedagógicas y porque tiene el poder de atraer gente de todas las edades y condiciones socioeconómicas. Un grupo de profesionales de la enseñanza, altamente capacitados, han desarrollado una metodología que diseña y promueve técnicas socio-atléticas, las cuales abordan de manera directa los problemas sociales familiares de los niños; en especial, aquellos problemas relacionados con valores sociales, participación de géneros y coexistencia pacífica.

ZAPOPAN

Andares Sonrie
Andares, Mexico

ORO

Propiedad de/Administrado por:
Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Reconocimiento profesional:

Eduardo Leño

Propiedad, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Alejandro de la Torre

CEO, Andares

Martha Leño

Commercialization, Andares

Alvaro Leño

Owner, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Adriana Menchaca

Propietario, Andares

Desde que Andares abrió hace 2 años, ha estado comprometido con ayudar a su comunidad. Muchas organizaciones civiles han recurrido a Andares solicitando su apoyo. Como resultado, el centro comercial creó el Programa Andares Sonrie un programa autosostenible que fue diseñado para apoyar a estas organizaciones. Se enfoca en 5 sectores diferentes de la comunidad –asistencia social, educación, cultura, ecología y obras públicas. Las asociaciones civiles son aprobadas por el programa, y deben donar el 20% de los fondos recaudados al programa para asegurar su sostenibilidad.

CENTRO COMERCIAL DIVERPLAZA

DiverFutbol por la Paz
Bogotá, Colombia

Owned by: Inversiones Lab
Managed by: Milenium Plaza S.A

Professional Recognition:

Carolina Fierro

Commercial Director, Centro Comercial Diver Plaza

Rodrigo Botero

Marketing Consultant, Centro Comercial Diver Plaza

Alejandro Arenas

Program Coordinator, Con-texto Urbano

DiverPlaza Centro Comercial, partnering with nonprofit foundations, Contexto Urbano and Soccer with a Heart, has created a social inclusion program in the town of Engativá. Such a program seeks to educate children in social values using soccer as its main teaching tool. Soccer is used due to its pedagogical possibilities and because it has the power to attract people from all ages and backgrounds. A group of highly trained teaching professionals have developed a methodology that designs and promotes Social-Athletic techniques that tackle the kids' social and family problems directly. Particularly those related to social values, gender participation and peaceful coexistence.



ZAPOPAN

Andares Sonrie
Andares, Mexico

GOLD

Owned/Managed by: Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Professional Recognition:

Eduardo Leño

Owner, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Alejandro de la Torre

CEO, Andares

Martha Leño

Commercialization, Andares

Alvaro Leño

Owner, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Adriana Menchaca

Marketing, Andares

Since Andares opened 2 years ago, it has been committed to help its community. Many non-profit organizations have reached out to Andares for support, and as a result, the shopping center created the Andares Sonrie Program—a self-sustaining program designed to support these non-profits. Focusing on 5 different sectors of the community—welfare, education, culture, environmental and public works—non-profit associations are approved for the program and must donate 20% of money raised to the program to ensure its sustainability.





PORTONES SHOPPING CENTER

Servicios como valor agregado
Montevideo, Uruguay

Propiedad de/Administrado por:
Estudio Luis Lecueder

Reconocimiento profesional:
Ximena Guerrero
Gerente de Marketing, Portones Shopping Center

Después de que una encuesta realizada en 2007 mostró que el centro era visitado con menos frecuencia que los de su competencia, el centro comercial Portones necesitaba redefinir su imagen y convertir una debilidad en una fortaleza. Para Portones, esto se volvió una oportunidad para ofrecerles a los clientes una serie de servicios personales para que su visita fuera más eficiente y cómoda. Ofrece más de 20 servicios gratuitos, los cuales incluyen comprador personal, entrega de mercancía (Internet), salas de espera, carga de baterías, casilleros y tarjetas de descuento. Portones mejoró su imagen y se consolidó como un centro comercial práctico, el cual cuida a sus clientes.

PORTONES SHOPPING CENTER

Services as Added Value
Montevideo, Uruguay

Owned/Managed by:
Estudio Luis Lecueder

Professional Recognition:
Ximena Guerrero
Marketing Manager, Portones Shopping Center

After a survey conducted in 2007 showed that it is visited less frequently than its competition, Portones Shopping Center needed to redefine its image and turn a weakness into a strength. For Portones, this became an opportunity to provide customers with an array of personal services to make their visit more efficient and comfortable. With more than 20 free services, including personal shopper, delivery (online), waiting rooms, battery charging, lockers, and discount cards, Portones improved its image and reaffirmed itself as a practical mall, which takes care of its customers.

IMPACTO EN INGRESOS

REVENUE IMPACT



ANTARA

Navidad...Solo en Antara
Mexico City, Mexico

Propiedad de: Grupo Integral de Desarrollo Inmobiliario SA de CV
Administrado por: Walton St. Capital, Sordo Madaleno, Diarq, Aleman

Reconocimiento profesional:
Javier Sordo Madaleno
Propietario, Grupo Sordo Madaleno
Gina Diez Baroso
Propietario, Grupo Diarq
Jorge Garcia Beseditz
CEO, Grupo Sordo Madaleno

En medio de las elaboradas actividades navideñas realizadas en centros comerciales por toda la Ciudad de México, Antara necesitaba brindarle una experiencia única y memorable a su cliente de clase alta. Su meta era traer la experiencia navideña estilo Nueva York a Antara. No conforme con las decoraciones brillantes que cubrían el centro comercial, por dentro y por fuera, Antara llevó a cabo shows de "Nevadas Mágicas" cada noche; realizó una promoción de un viaje a un destino de esquí con todos los gastos pagados, y organizó un concurso de escaparates navideños. Utilizó todos los canales de medios de comunicación para promover su celebración única, incluso sitios de medios sociales. Como resultado, Antara tuvo un aumento en ventas del 7%, en comparación contra años anteriores.

PLATA

ANTARA

Christmas...Only in Antara
Mexico City, Mexico

Owned by: Grupo Integral de Desarrollo Inmobiliario SA de CV
Managed by: Walton St. Capital, Sordo Madaleno, Diarq, Aleman

Professional Recognition:
Javier Sordo Madaleno
Owner, Grupo Sordo Madaleno
Gina Diez Baroso
Owner, Grupo Diarq
Jorge Garcia Beseditz
CEO, Grupo Sordo Madaleno

Amidst elaborate Christmas activities in shopping centers all over Mexico City, Antara needed to offer its high-end customer base a unique and memorable Christmas experience. Their goal was to bring the New York holiday experience to Antara. Not satisfied with the sparkling decorations that covered the mall, inside and out, Antara held a "Magic Snow Show" every night, held an all-expense paid ski trip promotion and hosted a Christmas window competition. Using all media outlets to promote their unique celebration, including social media sites, Antara had a 7% increase in sales from previous years.

SILVER

SONAE SIERRA

Sonae Sierra's RMU Program
São Paulo, Brasil

Propiedad de: Sonae Sierra Brasil/Developers
Diversified Realty

Reconocimiento profesional:

John S. Kokinchak

VP Ejecutivo Senior de Gestión de la propiedad,
Developers Diversified Realty

Marc Feldman

Vicepresidente Senior de Desarrollo de Nuevos Negocios,
Developers Diversified Realty

Cesar Garbin

Director de Gestión de la propiedad , Sonae Sierra Brasil
Marizilda Archanjo Salvia

Jefe de Desarrollo de Nuevos Negocios, Sonae Sierra
Brasil

Nicolas Cancas

Coordinador de Operaciones y Proyectos Especiales,
Sonae Sierra Brasil

El programa extensivo de unidades móviles de mercancías del portafolio de Sonae Sierra en Brasil es el primero en su tipo. Su objetivo era monetizar las áreas comunes de sus centros comerciales. Con estas áreas que antes estaban sin arrendar, Sonae Sierra y su compañía matriz, Developers Diversified Realty, buscaron generar más ingresos y mejorar las mercancías que ofrecían a sus compradores. Crearon oportunidades nuevas para que los minoristas, nuevos y existentes, aprovecharan el concepto de carreta. El programa piloto fue lanzado en el centro comercial con el rendimiento más alto de Sonae Sierra Brasil; después fue extendido a todas las propiedades. La implementación del programa innovador no solo fue rentable, sino también generó \$2.1 millones en ingresos. Hoy en día, Sonae Sierra Brasil sigue siendo el único operador de centros comerciales brasileños que aprovecha esta fuente lucrativa de ingreso.

TINTAL PLAZA CENTRO COMERCIAL

Playa Tintal
Bogotá, Colombia

Propiedad de/Administrado por:
Horizontal property

Reconocimiento profesional:

Nancy Daza

Gerente, Centro Suba Centro Comercial

Localizado en un área de crecimiento urbano continuo y de familias de ingresos modestos, Tintal Plaza sirve a menudo como un centro social y de reunión para la comunidad, no solo como un centro comercial. En un esfuerzo por aumentar el tráfico de clientes a través de un evento memorable e innovador, Tintal Plaza lanzó "Playa Tintal". Tintal Plaza creó un ambiente de playa caribeña, totalmente acondicionado con arena, palmeras, una cancha de voleibol y un barco pirata de tres pisos. El centro comercial, en asociación con la Fundación Aroma Verde, también ofrecía talleres sobre la importancia de la biología marina.

SONAE SIERRA

Sonae Sierra's RMU Program
São Paulo, Brazil

Owned by: Sonae Sierra Brasil/Developers
Diversified Realty

Professional Recognition:

John S. Kokinchak

Senior Executive VP of Property Management,
Developers Diversified Realty

Marc Feldman

Senior Vice President of New Business Development,
Developers Diversified Realty

Cesar Garbin

Director, Property Management, Sonae Sierra Brasil
Marizilda Archanjo Salvia

Head of New Business Development, Sonae Sierra
Brasil

Nicolas Cancas

Coordinator, Operations and Special Projects, Sonae
Sierra Brasil

Sonae Sierra Brazil's RMU program is the first of its kind in Brazil, and aimed to monetize unleased common areas in their malls. Sonae Sierra, and their parent company, Developers Diversified Realty, sought to generate more revenue and enhance merchandise offerings to their shoppers by creating new opportunities for both new and established retailers. The pilot program was launched at SSB's highest performing mall, and was then expanded to all properties. The implementation of the innovative program was not only cost effective, but generated \$2.1 million in revenue.



TINTAL PLAZA CENTRO COMERCIAL

Playa Tintal
Bogotá, Colombia

Owned/Managed by:
Horizontal property

Professional Recognition:

Nancy Daza

Manager, Centro Suba Centro Comercial

Located in an area with continuous urban growth and families with modest income, Tintal Plaza often serves as a community hub and social center, not just a shopping mall. In an effort to increase foot traffic through an innovative and memorable event, Tintal Plaza launched the beach-themed "Playa Tintal". Tintal Plaza created a Caribbean environment, fully equipped with sand, palm trees, a volleyball court and a 3-floor pirate ship. The mall, in partnership with the Aroma Verde Foundation, also offered workshops on the importance of marine biology.



EVENTOS DE PROMOCIÓN DE VENTAS E INICIATIVAS DE PUBLICIDAD

SALES PROMOTION EVENTS AND ADVERTISING INITIATIVES

CENTRO COMERCIAL GALERIAS



Foto Trip de Galerías
San Salvador, El Salvador

Propiedad de: Inversiones Simco
Administrado por: Grupo Siman

Reconocimiento profesional:
María Teresa Arana
Gerente Comercial, Centro Comercial Galerías
Marta Tusell
Jefe de Marketing, Centro Comercial Galerías
Sandra Cornejo
Asistente de Marketing, Centro Comercial Galerías
Manuel Artiga
Gerente General, Centro Comercial Galerías

PLATA



En un esfuerzo por incrementar el tráfico y los ingresos en febrero, el mes más lento para el centro comercial Galerías, el centro desarrolló una campaña innovadora y creativa que promoviera más la participación de los clientes que en años pasados. Los clientes que gastaban \$25 dólares o más en cualquier tienda del centro comercial eran invitados a tomarse una foto en una escena de 1 de 6 ciudades de alrededor del mundo. Después de que se tomaban la fotografía, los clientes eran inscritos para ganar un viaje a la ciudad elegida. Como resultado de esta promoción, hubo un aumento del 11% en tráfico y un aumento del 16% en ventas minoristas.

CENTRO COMERCIAL ATLANTIS PLAZA

Ganar la fidelidad del cliente a través de premios instantáneos
Bogotá, Colombia

Propiedad de: Allister Manjarres
Administrado por: Terranum Signature

Reconocimiento profesional:
Francisco Bonet F.
Gerente, Hard Rock Cafe de Colombia S.A.
Juan Carlos Pava
Gerente, Arcos Dorados Colombia Ltda. y Cia
Hernan Mendez
Gerente, Promotora de Cafe Colombia
Dora Eizen
Gerente, Juegos de Video Nintendo S.A.

En 2008, Atlantis Plaza implementó un programa de lealtad para compradores frecuentes y visitantes del centro comercial, con el fin de fomentar que los compradores que fueran por primera vez al centro, lo visitaran de nuevo. Durante 2 años, Atlantis Plaza compiló un registro de clientes que llevaba un seguimiento de los visitantes frecuentes, y distribuía una revista promocional mensualmente. Los clientes frecuentes eran elegibles para obtener regalos y participar en sorteos mensuales, los cuales incluían premios de \$500 y \$1,000 dólares para comprar en el centro comercial.

CENTRO COMERCIAL GALERIAS

Foto Trip De Galerías
San Salvador, El Salvador

Owned by: Inversiones Simco
Managed by: Grupo Siman

Professional Recognition:
María Teresa Arana
Commercial Manager, Centro Comercial Galerías
Marta Tusell
Marketing Chief, Centro Comercial Galerías
Sandra Cornejo
Marketing Assistant, Centro Comercial Galerías
Manuel Artiga
General Manager, Centro Comercial Galerías

SILVER

In an effort to raise foot traffic and revenue in February, the slowest month for Centro Comercial Galerías, the center developed an innovative and creative campaign that would encourage more customer participation than years past. Customers who spent \$25 or more at any store in the mall were invited to have their picture taken in a scene from 1 of 6 cities from around the world. After their photos were taken, they were entered to win a trip to the city they chose. As a result of this promotion, foot traffic increased by 11% and retail sales increased 16%.

CENTRO COMERCIAL ATLANTIS PLAZA

Gain Customer Fidelity through Immediate Prizes
Bogotá, Colombia

Owned by: Allister Manjarres
Managed by: Terranum Signature

Professional Recognition:
Francisco Bonet F.
Manager, Hard Rock Cafe de Colombia S.A.
Juan Carlos Pava
Manager, Arcos Dorados Colombia Ltda. y Cia
Hernan Mendez
Manager, Promotora de Cafe Colombia
Dora Eizen
Manager, Juegos de Video Nintendo S.A.

In 2008, Atlantis Plaza implemented a loyalty program for frequent buyers and mall visitors to encourage first time shoppers to visit again. Over 2 years, Atlantis Plaza compiled a customer registry that tracked frequent visitors and distributed a monthly promotional magazine. Frequent customers were eligible for gifts and monthly drawings, including \$1000 and \$500 prizes to shop in the mall.



SALITRE PLAZA CENTRO COMERCIAL

Navidad 2009
Bogotá, Colombia

Propiedad de/Administrado por:
Salitre Plaza Centro Comercial

Reconocimiento profesional:

Patricia Urrea

Gerente General, Salitre Plaza Centro Comercial
Ricardo Sarmiento

Gerente Financiero, Salitre Plaza Centro
Comercial

Clara Robledo

Gerente Comercial, Salitre Plaza Centro Comercial
Constanza Morales

Gerente de Marketing, Salitre Plaza Centro
Comercial

Santiago Romero

Analista de Marketing, Salitre Plaza Centro
Comercial

Las fiestas de fin de año son un periodo crucial para los centros comerciales. Para la temporada de fiestas navideñas de 2009, Salitre Plaza necesitaba una manera para diferenciarse de la competencia de su alrededor. Para generar tráfico más alto, aumentar las ventas y reforzar su posición como el destino para hacer las compras de fiestas de fin de año, Salitre llevó a cabo eventos navideños durante toda la temporada. También realizó sorteos, en los cuales los clientes que participaban, ganaban premios. El centro fue convertido en un país de las maravillas del invierno, con decoraciones tanto internas como en la fachada, para recibir a los visitantes con alegría navideña.

ANCAR IVANHOE

Campaña Tú en la afición
Rio de Janeiro, Brasil

ORO

Propiedad de/Administrado por:
Ancar Ivanhoe

Reconocimiento profesional:

Mariana Carvahlo

Director de Marketing, Ancar Ivanhoe

Brasil es conocido alrededor del mundo por ser la tierra de algunos de los aficionados más grandes al fútbol. Ancar Ivanhoe decidió sacar provecho de este evento mundial y unió a 13 de sus centros comerciales para llevar a cabo una campaña y evento con tema de la Copa Mundial. Utilizó dos de los días festivos más importantes, el Día de San Valentín y el Día de la Madre, como trampolín para lanzar la campaña. En sociedad con Visa y Adidas, los patrocinadores oficiales del evento, Ancar Ivanhoe premió a 74 clientes con un viaje a los juegos en Sudáfrica; también les obsequió televisiones a 132 clientes para que siguieran el evento y apoyaran a Brasil.

SALITRE PLAZA CENTRO COMERCIAL

Christmas 2009
Bogotá, Colombia

Owned/Managed by: Salitre Plaza Centro Comercial

Professional Recognition:

Patricia Urrea

General Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial

Ricardo Sarmiento

Financial Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial

Clara Robledo

Commercial Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial

Constanza Morales

Marketing Manager, Salitre Plaza Centro
Comercial

Santiago Romero

Marketing Analyst, Salitre Plaza Centro
Comercial

The holidays are a crucial period for shopping malls and for the 2009 holiday season, Salitre Plaza needed a way to differentiate itself from the surrounding competition. To generate higher traffic, increase sales and reinforce its position as the holiday shopping destination, Salitre held holiday events throughout the season and ran a sweepstakes in which customers were entered to win prizes. The mall was turned into winter wonderland, with both interior and façade decorations to welcome visitors with holiday cheer.



ANCAR IVANHOE

You in the Cheering Crowd
Rio de Janeiro, Brazil

GOLD

Owned/Managed by: Ancar Ivanhoe

Professional Recognition:

Mariana Carvahlo

Marketing Director, Ancar Ivanhoe

Brazil is known around the world as home of some of the biggest soccer fans. Ancar Ivanhoe decided to capitalize on this worldwide event and brought together 13 of their shopping centers to hold a World Cup themed campaign and event, using two of the biggest retail holidays—Valentine's Day and Mother's Day—as a springboard to launch it. In partnership with Visa and Adidas, the official sponsors of the event, Ancar Ivanhoe awarded 74 customers with a trip to the South African games, and gave 132 customers TV's to follow the event and cheer on Brazil.



CONDADO SHOPPING CENTER

Conviértase en dueño de su propio negocio
Pichincha, Ecuador



Propiedad de/Administrado por:
Centro Comercial El Condado S.A.

ORO

Reconocimiento profesional:
Marcel Scholem

Gerente General, Centro Comercial El Condado

Patricia Jaramillo

Gerente de Marketing, Centro Comercial El Condado

Carlos Maggi

Coordinador de Marketing, Centro Comercial El Condado

Anita Balanzátegui

Gerente de Eventos, Movistar

Para muchos es un sueño tener su propio negocio y nunca llegan a ver cristalizadas sus aspiraciones. Después de llevar a cabo una encuesta a los clientes, Condado Shopping se dio cuenta de que muchos de sus compradores aspiraban tener un negocio propio. Utilizó este conocimiento como plataforma para realizar una campaña de mercadeo única y creativa. A través de una investigación exhaustiva, Condado decidió que un quiosco de teléfonos celulares, en una ubicación estratégica, aseguraría el éxito para el ganador del concurso. La campaña "Conviértase en dueño de su propio negocio" fue hecha posible mediante una alianza con Movistar, compañía que se aseguraba de que el quiosco siempre estuviera abastecido con productos y que el nuevo dueño recibiera toda la capacitación y el apoyo necesarios.

TRES CRUCES

Gift Month Promotion
Montevideo, Uruguay

Propiedad de: Estudio Luis E. Lecueder
Administrado por: Cr. Carlos Lecueder

Reconocimiento profesional:
Pablo Cusnir

Gerente de Marketing, Tres Cruces

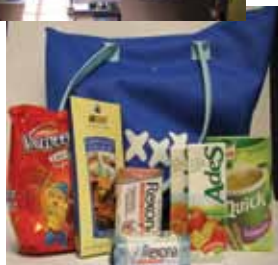
Marcelo Lombardi

Gerente General, Tres Cruces

Carlos Lecueder

Presidente, Tres Cruces

Noviembre es tradicionalmente un mes lento en ventas para los centros comerciales, de manera que en 2008, Tres Cruces implementó una campaña llamada "Mes de regalos" para generar más ventas. Los clientes podían cambiar sus recibos de compra por regalos. El centro comercial invitó a 5 marcas de productos masivos para que participaran en los obsequios promocionales y publicitaran las promociones alrededor del centro, usando pancartas gigantes, pósters y volantes. Se implementó una promoción interna entre los empleados del centro comercial para fomentar la participación de los clientes. Al final del mes habían participado 10,479 clientes y se habían obsequiado 18,796 premios.



CONDADO SHOPPING CENTER

Become a Business Owner
Pichincha, Ecuador

Owned/Managed by:
Centro Comercial El Condado S.A.

GOLD

Professional Recognition:

Marcel Scholem

General Manager, Centro Comercial El Condado

Patricia Jaramillo

Marketing Manager, Centro Comercial El Condado

Carlos Maggi

Marketing Coordinator, Centro Comercial El Condado

Anita Balanzátegui

Events Manager, Movistar

Jimmy Recalde

Business Manager, Diner

For many, having their own business is a pipe dream and they never see their aspirations come to fruition. After conducting a customer survey, Condado Shopping realized that many of their shoppers aspire to own a business and used this knowledge as a platform to conduct a unique and creative marketing campaign. Condado decided that a cell phone kiosk in a strategic location would ensure success for the winner of the contest. The "Become a Business Owner" campaign was made possible through an alliance with Movistar, who ensured that the kiosk would always be stocked with product and that the new owner would receive all the necessary training and support.

TRES CRUCES

Gift Month Promotion
Montevideo, Uruguay

Owned by: Estudio Luis E. Lecueder
Managed by: Cr. Carlos Lecueder

Professional Recognition:

Pablo Cusnir

Marketing Manager, Tres Cruces

Marcelo Lombardi

General Manager, Tres Cruces

Carlos Lecueder

President, Tres Cruces

November is traditionally a slow sales month for shopping centers, so in 2008, Tres Cruces implemented a "Gift Month" campaign to generate more sales. Customers were able to exchange their purchase receipts for gifts. The mall invited 5 mass product brands to participate in the giveaways and advertised the promotions around the mall using giant banners, posters and flyers. An internal promotion was implemented among mall employees to encourage customer participation. By the end of the month, 10,479 customers participated and 18,796 prizes were given away.

ANDARES

La Gran Venta Especial
Zapopan, Mexico

Propiedad de/Administrado por:
Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Reconocimiento profesional:

Eduardo Leño

Propietario, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Alejandro de la Torre

CEO, Andares

Martha Leño

Comercialización, Andares

Alvaro Leño

Propietario, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Adriana Menchaca

Marketing, Andares

Con tres fechas comerciales importantes se unieron en un fin de semana increíble, Andares decidió celebrar con un evento sin precedentes en Guadalajara, y sólo fue posible debido a la conceptualización, la logística y la aplicación de una gran idea. Con "La Gran Venta Especial" Andares fue capaz de llevar un icono cultural, como el Zoológico de Guadalajara al centro comercial, dando a la educación, cultura y entretenimiento, así como un aumento en las ventas de los inquilinos durante el fin de semana.

ANDARES

La Gran Venta Especial
Zapopan, Mexico

Owned/Managed by: Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Professional Recognition:

Eduardo Leño

Owner, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Alejandro de la Torre

CEO, Andares

Martha Leño

Commercialization, Andares

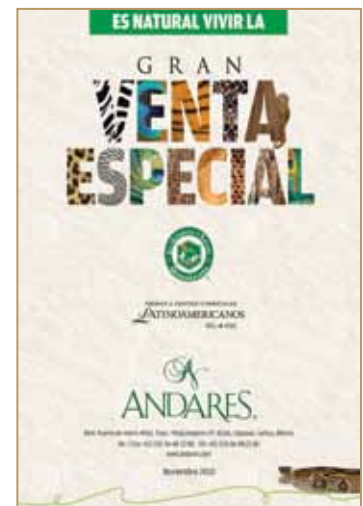
Alvaro Leño

Owner, Desarrolladora Mexicana de Inmuebles

Adriana Menchaca

Marketing, Andares

With three important commercial dates joined in one incredible weekend, Andares decided to celebrate with an unprecedented event in Guadalajara, and it was only possible due to the conceptualization, logistics and implementation of a great idea. With "La Gran Venta Especial" Andares was able to bring a cultural icon like the Guadalajara Zoo to the shopping center, giving education, culture and entertainment, as well as an increase in sales for the tenants during the whole weekend.



ANTARA

PLATA

Solo en Antara
Ciudad de México, Mexico

Propiedad de: Walton St. Capital, Sordo Madaleno, Diarq, Aleman
Administrado por: : Grupo Integral de Desarrollo Inmobiliario SA de CV

Reconocimiento profesional:

Javier Sordo Madaleno

Propietario, Sordo Malaneo y Asociados

Gina Díez Baroso

Propietario, Grupo Diarq

A pesar de ser el único centro abierto y estilo de vida en la Ciudad de México, el centro comercial Antara necesitaba una campaña de mercadeo que lo posicionara como un centro comercial único, elegante, exclusivo e innovador, y que atrajera clientes de poder adquisitivo alto. La campaña "Solo en Antara" ha transmitido la mezcla única de moda y estilo de vida del centro, mediante de la representación de lo que solo Antara puede ofrecer: sol, magia, moda y relax.

ANTARA

SILVER

Only in Antara
Mexico City, Mexico

Owned by: Walton St. Capital, Sordo Madaleno, Diarq, Aleman
Managed by: Grupo Integral de Desarrollo Inmobiliario SA de CV

Professional Recognition:

Javier Sordo Madaleno

Owner, Sordo Malaneo y Asociados

Gina Díez Baroso

Owner, Grupo Diarq

Despite being the only open-air lifestyle center in Mexico City, Antara Shopping Mall needed a marketing campaign that would position it as a unique, upscale, trendsetting and fashionable mall, and bring in high-end clientele. The "Only in Antara" campaign conveyed the center's unique mix of fashion and lifestyle, through the depiction of what only Antara can offer: Sun, Magic, Fashion and Relaxation.



GRAN ESTACION

Theatre Station
Bogotá, Colombia

Administrado por: Constructora 79

Reconocimiento profesional:
Andrea Moriones
In-House Director, Gran Estacion

Marzo es típicamente un mes lento en ventas minoristas, de modo que cuando el festival de teatro más importante vino a Bogotá, Gran Estación quiso crear un evento que entrara en ese mercado. Gran Estación se volvió el escenario del festival por una semana. Se presentaron cuatro espectáculos, de los cuales tres estuvieron abiertos al público; para el cuarto espectáculo, los clientes del centro comercial cambiaban sus recibos de compra por boletos. Se utilizó multimedia para promover el evento. Como resultado, las ventas aumentaron por un 13.9%.



GRAN ESTACION

Theatre Station
Bogotá, Colombia

Managed by: Constructora 79

Professional Recognition:
Andrea Moriones
In-House Director, Gran Estacion

March is typically a slow retail sales month, so when a major theatre festival came to Bogotá, Gran Estacion wanted to create an event that would tap into that market. For a week, Gran Estacion became a stage for the festival and held 4 shows, 3 of which were open to the public and the 4th for customers of the mall who exchanged receipts for tickets. The event was promoted using mixed media and as a result, sales increased by 13.9%.

SHOPPING LEBLON

El centro comercial oficial del año de Francia en Brasil
Rio de Janeiro, Brasil

Propiedad de: Cencom
Administrado por: Aliansce Shopping Centers

Reconocimiento profesional:
Marta De Vitto
Gerente General, Shopping Leblon
Eric Fajole
Consulm Comercial, Consulado de Francia en Brasil
Hughes Goisbault
Cónsul General de Francia, el Consulado de Francia en Brasil
Bethy Lagardère
Embajador del Año de Francia en Bras

Localizado en el corazón de Río, el centro comercial Leblon es una referencia nacional en lujo, el cual brinda una experiencia única al comprar. Por una relación cercana con la Embajada Francesa, el centro comercial Leblon adoptó las celebraciones y las tradiciones de Francia y se volvió "El centro comercial oficial del año de Francia en Brasil". El centro comercial añadió un toque especial del encanto francés a todas sus actividades de mercadeo, que se realizaron entre noviembre 2008 y noviembre 2009, así como adaptó creativamente todas las fechas minoristas de acuerdo al tema. Leblon es el único centro comercial en Brasil que ha recibido el sello oficial del Consulado de Francia.

SHOPPING LEBLON

The Official Mall of the Year of France in Brazil
Rio de Janeiro, Brazil

Owned by: Cencom
Managed by: Aliansce Shopping Centers

Professional Recognition:
Marta De Vitto
General Manager, Shopping Leblon
Eric Fajole
Commercial Consulm, Consulate of France in Brazil
Hughes Goisbault
General Consul of France, Consulate of France in Brazil
Bethy Lagardère
Ambassador of the Year of France in Brazil

Located in the heart of Rio, Shopping Leblon is a national reference in luxury, providing a unique shopping experience. Through a close relationship with the French Embassy, the mall embraced French celebrations and traditions, making Shopping Leblon the "Official Mall of the Year of France in Brazil." The mall added a special touch of French charm to all its marketing activities throughout the period between November 2008 to November 2009, and all retail dates were creatively adapted according to the theme. Shopping Leblon is the only mall in Brazil to receive the French Consulate official seal.

ORO

GOLD



CATEGORÍA DE DESARROLLO Y DISEÑO

LA CATEGORÍA DE DISEÑO Y DESARROLLO RECONOCE A LAS PROPIEDADES COMERCIALES POR SUS CUALIDADES DE DISEÑO EN GENERAL Y LA CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO, MEDIANTE LA REMODELACIÓN O AMPLIACIÓN DE UNA PROPIEDAD EXISTENTE O EN EL DISEÑO INNOVADOR DE UN NUEVO PROYECTO MINORISTA.

DEVELOPMENT & DESIGN CATEGORY

THE DESIGN AND DEVELOPMENT CATEGORY RECOGNIZES RETAIL PROPERTIES FOR THEIR OVERALL DESIGN QUALITIES AND CREATIVITY IN DEVELOPMENT, THROUGH RENOVATION OR EXPANSION OF AN EXISTING PROPERTY OR IN THE INNOVATIVE DESIGN OF A NEW RETAIL PROJECT.

DISEÑO Y DESARROLLO INNOVADORES DE UN PROYECTO COMERCIAL NUEVO

INNOVATIVE DESIGN AND DEVELOPMENT OF A NEW RETAIL PROJECT

PLAZA FONTABELLA

Ciudad de Guatemala , Guatemala

Propietario/Desarrolladora/Compañía arrendadora:
Desarrollos Inmobiliarios Concepción
Compañía administradora: Servicios Fontabella
Arquitecto de diseño: Rodolfo Cabrera
Arquitecto de producción: DARCON
Diseñador gráfico: Duo Publicidad
Diseñador de iluminación: IMPELSA
Arquitecto paisajista: Sue Delpreé
Contratista general: CONSULTA
Compañía financiera: Banco G&T Continental

ORO

Plaza Fontabella es el primer centro estilo de vida en Guatemala, el cual ofrece espacios comerciales, oficinas y áreas residenciales. Diseñada para crear un sentido de comunidad, Plaza Fontabella se ha convertido en lugar importante de actividad social en la Ciudad de Guatemala. Su arquitectura de estilo mediterráneo se asemeja a un pueblo pequeño, con seis edificios separados que se conectan con pasillos. Las plazas al aire libre del centro logran crear una experiencia única. Los jardines, las terrazas y las fuentes aumentan su atractivo.

PLAZA FONTABELLA

Guatemala City, Guatemala

Owner/Development/Leasing Company: Desarrollos Inmobiliarios Concepción
Management Company: Servicios Fontabella
Design Architect: Rodolfo Cabrera
Production Architect: DARCON
Graphic Designer: Duo Publicidad
Lighting Designer: IMPELSA
Landscape Architect: Sue Delpreé
General Contractor: CONSULTA
Finance Company: Banco G&T Continental

GOLD

Plaza Fontabella is the first lifestyle center in Guatemala and hosts retail spaces, offices and housing areas. Designed to create a sense of community, Plaza Fontabella has become an important place for social activity in Guatemala City. Its mediterranean-style architecture resembles a small town with six separate buildings connected by passageways. The center's open air plazas make it a unique experience and the gardens, decks and fountains add to its appeal.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 10,000 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 60

PLAZA TELMEX CIUDAD JARDIN

Ciudad Nezahualcóyotl, Mexico

Propietario/ Compañía administradora/Desarrolladora/arrendadora/Compañía financiera: Grupo Carso
Arquitecto de diseño/producción/gráfico:
Ares Arquitectos
Diseñador de iluminación: Francisco Rojas
Arquitecto paisajista: Paisaje Mexicano
Contratista general: PC Constructores

PLATA

Como parte del plan de regeneración urbana de México, Plaza Telmex fue construido en lo que antes era un basurero. Este centro comercial fue diseñado con recursos espacio-funcionales en mente y enfocados en integrar las áreas comunes con áreas comerciales. Con cuatro entradas que se unen hacia el pasillo principal, los visitantes son llevados por el diseño innovador y sencillo del centro comercial. Las plazas y las áreas de descanso les brindan a los compradores un lugar para descansar y relajarse, en un ambiente confortable y lleno de luz natural, gracias al techo de bóveda.

PLAZA TELMEX CIUDAD JARDIN

Ciudad Nezahualcóyotl, Mexico

Owner/Management/Development/Leasing/ Finance Company: Grupo Carso
Design/Production Architect/Graphic Designer:
Ares Arquitectos
Lighting Designer: Francisco Rojas
Landscape Architect: Paisaje Mexicano
General Contractor: PC Constructores

SILVER

Part of Mexico's urban regeneration plan, Plaza Telmex was built on what used to be a dumping ground. This mall was designed with spatial-functional resources in mind and focused on integrating common areas with retail areas. With four entrances that merge toward the main passageway, visitors are led through the mall's simple and innovative design. Plazas and rest areas give shoppers a place to rest and relax in a comfortable environment filled with natural light, thanks to the ceiling dome.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 84,687 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 168

BARRASHOPPINGSUL

ORO

Porto Alegre, Brasil

Propietario/ Compañía administradora/Desarrolladora/ arrendadora/ Compañía financiera: Multiplan Empreendimentos Imobiliários
 Arquitecto de diseño/producción: Paulo Baruki Arquitetura
 Diseñador gráfico: Programação Visual
 Diseñador de iluminación: Theo Kondos and Monica Lobos
 Arquitecto paisajista: Gavinha Paisagismo
 Contratista general: Racional Engenharia

Construido en el barrio Cristal, de Porto Alegre, BarraShoppingSul fue diseñado para reflejar sus alrededores. Mediante el uso de materiales de vanguardia, este centro comercial moderno es audaz e innovador. Tiene grandes estructuras de cristal que realzan el uso de luz natural. El diseño interior del centro comercial refleja las necesidades de sus clientes. Cuenta con pasillos largos y espacios bien iluminados y ventilados, los cuales crean un ambiente único y bien equilibrado. Simplicidad fue el tema al momento de seleccionar los materiales y terminados internos, como se muestra en los audaces paneles metálicos y de madera que conforman las entradas. Con atrios de cristal, balcones, terrazas y jardines internos, BarraShoppingSul trae al interior la belleza del entorno que lo rodea.

BARRASHOPPINGSUL

GOLD

Porto Alegre, Brazil

Owner/Management/Development/Leasing/Finance Company: Multiplan Empreendimentos Imobiliários
 Design/Production Architect: Paulo Baruki Arquitetura
 Graphic Designer: Programação Visual
 Lighting Designer: Theo Kondos and Monica Lobos
 Landscape Architect: Gavinha Paisagismo
 General Contractor: Racional Engenharia

Built in Porte Alegre's Crystal neighborhood, BarraShoppingSul was designed to reflect its surroundings. Using state of the art materials, this modern mall is bold and innovative, with large glass structures that enhance the use of natural light. Simplicity was the theme when selecting the internal materials and finishes, as shown in the bold metallic and wood panels that make up the entries. With glass atriums, balconies, rooftop terraces and indoor gardens, BarraShoppingSul brings the beauty of the surrounding environment inside.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 68, 400 sq. m.
 Número de tiendas/Number of Stores: 242

SUSTAINABLE DESIGN
AWARD WINNER

CARIBE PLAZA CENTRO COMERCIAL

PLATA

Cartagena de Indias D.T., Colombia

Propietario/ Compañía administradora/ Desarrolladora: OSPINAS & CIA S.A.
 Arquitecto de diseño/producción/paisajista/ Diseñador gráfico: Alfonso Tamayo
 Diseñador de iluminación: ARMENTA CHAVARRA & CIA
 Contratista general: CONSTRUCTORA PARQUE CENTRAL S.A.

Caribe Plaza, parte del plan de renovación urbana de Colombia, es un centro estilo de vida multifuncional de 2 niveles. Desde su inicio, Caribe Plaza ha querido ser más que solo un centro comercial, también ha querido ser un lugar de reunión urbano y nuevo dentro de la ciudad. Con un supermercado, un cine con seis salas, un parque de diversiones y un patio de comidas, el centro se ha convertido en un lugar que ofrece servicios recreativos, comerciales y de entretenimiento. El interior del centro es iluminado con luz natural, la cual refleja los colores blanco, gris y amarillo, y crea un ambiente relajante y elegante para los visitantes.

CARIBE PLAZA CENTRO COMERCIAL

SILVER

Cartagena de Indias D.T., Colombia

Owner/Management/Development Company: OSPINAS & CIA S.A.
 Design/Production/Landscape Architect/Graphic Designer: Alfonso Tamayo
 Lighting Designer: ARMENTA CHAVARRA & CIA
 General Contractor: CONSTRUCTORA PARQUE CENTRAL S.A.

Caribe Plaza, part of Colombia's urban renovation plan, is a 2-level, multifunctional lifestyle center. From its inception, Caribe is meant to be more than just a shopping center, but also a new urban meeting place within the city. With a supermarket, 6-screen cinema, amusement park and food court, it has become a place for recreational, commercial and entertainment services. Its interior is lit by natural light that reflects the white, gray and yellow colors and creates a relaxing and elegant environment for visitors.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 37,923 sq.m.
 Número de tiendas/Number of Stores: 200

CIUDAD TURISTICA SAMBIL PARAGUANA

Punto Fijo, Venezuela

ORO

Propietario/ Compañía administradora/arrendadora/
Compañía financiera: Constructora Sambil, C.A.
Arquitecto de diseño/paisajista:
Ilana Beker, Jose Gómez
Arquitecto de producción: Rafael Pernia
Diseñador gráfico: Angy Avendaño
Diseñador de iluminación: Otai Design
Contratista general: Nelson Cohen
Compañía Desarrolladora: Grupo Core, C.A

Más que ser solo un centro comercial, Ciudad Turística Sambil Paraguaná también es un centro de entretenimiento, hotel y centro de convenciones. A diferencia de otros centros estilo de vida de Venezuela, Ciudad Turística Sambil Paraguaná fue construida para encajar perfectamente en el entorno que la rodea, a través de su concepto de diseño y su arquitectura sustentable y ecológicamente responsable. El centro tiene un diseño con forma y movimiento a la vanguardia, con corredores en forma de espiral, un techo central de cristal y una escultura de hélice de metal.

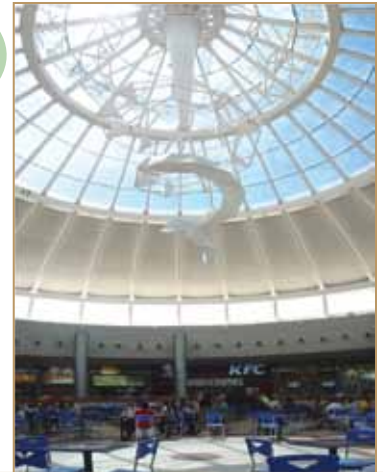
CIUDAD TURISTICA SAMBIL PARAGUANA

Punto Fijo, Venezuela

GOLD

Owner/Management/Leasing/Finance Company:
Constructora Sambil, C.A.
Design Architect/Landscape Architect:
Ilana Beker, Jose Gómez
Production Architect: Rafael Pernia
Graphic Designer: Angy Avendaño
Lighting Designer: Otai Design
General Contractor: Nelson Cohen
Development Company: Grupo Core, C.A

More than just a retail center, Ciudad Turística Sambil Paraguaná is also an entertainment center, hotel and convention center. Unlike any other lifestyle center in Venezuela, this center was built to seamlessly fit into the surrounding environment through its design concept and its sustainable architecture. The center is designed with shape and movement at the forefront, with spiral corridors, a central glass roof and a metal helix sculpture.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 36, 731 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 276

PASEO TEC

Monterrey, Mexico

Propietario/Compañía administradora/arrendadora/
Compañía financiera/Arquitecto de producción/
Arquitecto de paisajista/Diseñador de iluminación:
Multimedios
Arquitecto de diseño: Grupo Arquitech/Multimedios
Contratista general: Garza Ponce

Este centro abierto y estilo de vida en Monterrey, México, es uno de los primeros en su tipo en el país, el cual ofrece un hotel y centro de convenciones. Se localiza en una de las áreas de mayor movimiento de la ciudad. Paseo Tec ha añadido conveniencia, estilo y comodidad para sus visitantes y su comunidad. En dos niveles, Paseo Tec tiene restaurantes, bancos, un hermoso centro y casi 8,000 metros cuadrados de espacio comercial.

PASEO TEC

Monterrey, Mexico

Owner/Management/Leasing/Finance Company/
Production Architect/Landscape Architect/Lighting
Designer: Multimedios
Design Architect: Grupo Arquitech/Multimedios
General Contactor: Garza Ponce

This open-air lifestyle center in Monterrey, Mexico is one of the first of its kind in Mexico, and also features a hotel and convention center. Located in one of the busiest commercial areas of the city, Paseo Tec has added convenience, style and comfort to its visitors and community. With two levels, Paseo Tec has restaurants, banks, a beauty center and almost 8,000 sq. m. of retail space.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 7,844 sq.m.
Número de tiendas/Number of Stores: 24

TOWN CENTER ZUMPANGO

Ciudad de México, Mexico

Propietario/ Compañía administradora: Migdal Arquitectos
Arquitecto de diseño/producción/paisajista/ Diseñador gráfico/Contratista general/Compañía Desarrolladora: Jaime Varon, Abraham Metta, Alex Metta
Otai Design: L+F
Compañía arrendadora: GDI
Compañía financiera: HSBC Bank

Town Center Zumpango abrió en 2009 en la Ciudad de México. Diseñado con un ambiente contemporáneo, este centro power regional se ha convertido rápidamente en un lugar de reunión para la comunidad, así como un centro comercial y de entretenimiento. Además de los 1,000 árboles plantados a lo largo de su exterior y los nuevos caminos peatonales, Town Center Zumpango también cuenta con 48,000 metros cuadrados de espacio comercial. Un promedio de 7,000 personas visitan el centro diariamente.

TOWN CENTER ZUMPANGO

Mexico City, Mexico

Owner/Management Company: Migdal Arquitectos
Design/Production/Landscape Architect/Graphic Designer/General Contractor/Development Company: Jaime Varon, Abraham Metta, Alex Metta
Lighting Designer: L+F
Leasing Company: GDI
Finance Company: HSBC Bank

Town Center Zumpango, opened in 2009 in Mexico City. Designed with a contemporary feel, this suburban regional power center has quickly become a place for community gatherings as well as shopping and entertainment. 1,000 trees were planted throughout its exterior and new pedestrian paths were installed. The center is visited by an average of 7,000 people daily.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 48,000 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 97

PASEO ACOXPA

Ciudad de México, Mexico

Propietario: Banca Mifel S.A. Fideicomiso 709/2006
Compañía administradora: Mantenimiento Acoxpa S.A. de C.V.
Arquitecto de diseño: Juan José Sánchez Aedo
Diseñador de producción Grupo Arquitech, S.A. de C.V.
Diseñador gráfico: Resisa
Diseñador de iluminación: Depro Iluminación S.A. de C.V.
Diseñador paisajista: Entorno Arq. Hugo Sánchez
Contratista general: Ing. Moisés Farca
Compañía desarrolladora: Eurovi S.C
Compañía arrendadora: Arquitech Punto
Compañía financiera: Banco Inbursa S.A. Grupo Financiero Inbursa

Paseo Acoxpa se localiza al sur de la Ciudad de México, en el área de Coapa, una zona residencial con alto potencial comercial. Tanto los componentes arquitectónicos como los comerciales permiten la regeneración urbana, con cualidades estéticas, funcionalidad y durabilidad. Enfocado a ofrecer servicios de entretenimiento y comerciales, Paseo Acoxpa cuenta con restaurantes, comercios, cines, 2 niveles de estacionamiento y espacios abiertos cómodos. Este centro urbano y contemporáneo es una combinación extraordinaria de negocio con diseño vanguardista.

PLATA

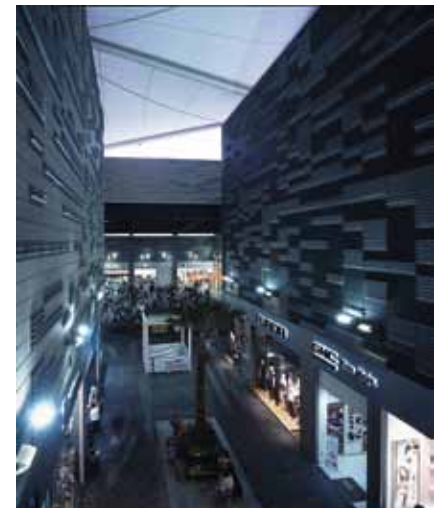
PASEO ACOXPA

Mexico City, Mexico

Owner: Banca Mifel Sa Fideicomiso 709/2006
Management Company: Mantenimiento Acoxpa S.A. DE CV
Design Architect: Juan Jose Sanchez Aedo
Production Architect: Grupo Arquitech S.A. DE CV
Graphic Designer: Resisa
Lighting Designer: Depro Iluminacion S.A. DE CV
Landscape Architect: Entorno Arq. Hugo Sanchez
General Contractor: Ing. Moises Farca
Development Company: Eurovi S.C.
Leasing Company: Arquitech Punto
Finance Company: Banco Inbursa Sa Grupo Financiero Inbursa

Paseo Acoxpa is located south of Mexico City, in the Coapa Area, a residential area with high commercial potential. Both the architecture and commercial components allow urban regeneration with aesthetic qualities, functionality and durability. Aimed at entertainment and shopping services, Paseo Acoxpa boasts restaurants, retail and cinemas, with 2 levels of parking and comfortable, open spaces.

SILVER



Superficie comercial total/Total Retail Space: 35,369 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 82

LAS TIENDAS SAN ESTEBAN

Naucalpan, Mexico

Propietario/Compañía administradora/Compañía desarrolladora: Grupo Gigante Inmobiliario
Arquitecto de diseño/producción/paisajista/
Diseñador de iluminación/Contratista general:
Grupo Mac
Diseñador gráfico: Creatividad Visual Plus
Compañía arrendadora: Retail Spaces de Mexico

Construido en un vecindario de alta densidad que carece de parques y otros espacios públicos, Las Tiendas San Esteban ofrece más que solo un centro comercial a la ciudad de Naucalpan, México. En base a las necesidades de la comunidad y del mercado, Las Tiendas San Esteban fue desarrollado en respuesta a la necesidad de un lugar seguro, saludable y limpio para entretenimiento familiar. Con 26,000 metros cuadrados de espacio comercial, un supermercado, un cine, un patio de comidas y un área de juegos infantiles, este centro comercial se ha vuelto un centro para la comunidad.

LAS TIENDAS SAN ESTEBAN

Naucalpan, Mexico

Owner/Management/Development
Company: Grupo Gigante Inmobiliario
Design/Production/Landscape Architect/Lighting
Designer/General Contractor: Grupo Mac
Graphic Designer: Creatividad Visual Plus
Leasing Company: Retail Spaces de Mexico

Built in a high density neighborhood that lacks parks and other public spaces, Las Tiendas San Esteban brings more than just shopping to the city of Naucalpan, Mexico. Based on the needs of the community and market, Las Tiendas San Esteban was developed in response to the necessity for a safe, healthy and clean place for family entertainment. With 26,000 sq. m. of retail space and a supermarket, cinema, food court and playgrounds, this mall has become a center for the community



Superficie comercial total/Total Retail Space: 26,000 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 900

REMDELACIÓN O AMPLIACIÓN DE UN PROYECTO EXISTENTES

RENOVATION OR EXPANSION OF AN EXISTING PROJECT

MIRADOR DEL ALTO

Santiago, Chile

ftp://icsc:@ftp.icsc.org/2011%20Latin%20American%20Awards/Latin%20to%20Print/AwardsFinalists_BW.pdf

Propietario/ Compañía desarrolladora/financiera/
arrendadora: Cencosud Shopping Centers S.A
Compañía administradora: Adm. del Centro
Comercial Alto las Condes Ltda.
Arquitecto de diseño/ paisajista: Alemparte
Barreda y Asociados
Diseñador de producción: Gustavo Pino
Diseñador de iluminación: Mónica Pérez
Contratista general: Inarco S.A.

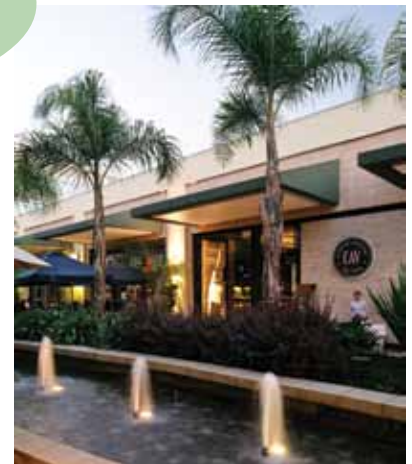
Se localiza en el piso superior del centro comercial Alto Las Condes. Con una vista espectacular de los exuberantes jardines de los barrios residenciales de Vitacura y Las Condes, de Santiago, Mirador del Alto provee un lugar gastronómico de primera clase para el centro comercial y los barrios vecinos. Esta terraza, con vista a la ciudad de Santiago, se compone de aceras de color terreo, fachadas de piedra y ladrillo de arcilla blanca. Abre tanto en la noche como durante el día. Mirador del Alto es un patio de comidas espacioso y moderno, el cual también cuenta con un área de juegos infantiles, bolos y hermosos jardines.

MIRADOR DEL ALTO

Santiago, Chile

Owner/Development/Leasing/Finance Company:
Cencosud Shopping Centers S.A.
Management Company: Adm. Del Centro
Comercial Alto las Condes Ltda.
Design/Landscape Architect: Alemparte Barreda y
Asociados
Production Architect: Gustavo Pino
Lighting Designer: Mónica Pérez
General Contractor: INARCO S.A.

Located on the top-level of Alto Las Condes shopping center, with a spectacular view of the lush gardens of the Vitacura and Las Condes neighborhoods of Santiago, Mirador del Alto gives the shopping center, and the surrounding neighborhood a first-class gourmet gastronomic facility. Earth-colored pavements, stone facades and white clay bricks make up this terrace that overlooks the city of Santiago. Open at night as well as during the day, Mirador del Alto is a spacious, modern food court that also features a playground, bowling and beautiful gardens.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 234,200 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 248

PARKSHOPPING

ORO

Brasilia, Brasil

Propietario/ Compañía administradora/
desarrolladora: Multiplan Empreendimentos
Imobiliários S/A
Arquitecto de diseño/ producción: Antonio Paulo
Cordeiro (Coutinho, Diegues & Cordeiro)
Diseñador gráfico: CLA Comunicação Visual
Diseñador de iluminación: T Kondos Associates y
LD Studio
Diseñador paisajista: JTC Brasil Paisagismo
Contratista general: Dan-Herbert Conjstrutora e
Incorporadora mentos Imobiliários S/A
Compañía financiera: Multiplan, Previ, IRB

Abierto originalmente en 1983, Park-Shopping necesitaba una remodelación para mantenerse al día con la población cada vez mayor, el desarrollo económico y el crecimiento del mercado. Con el objetivo de aumentar la rentabilidad y el valor del negocio, la remodelación reformó completamente la plaza central, los techos, los pisos, los baños y la iluminación. Se agregaron veintitrés tiendas de lujo. Los 12,500 metros cuadrados de ampliación contienen pasillos más amplios, techos más altos, atrios con claraboya y áreas comunes grandes.

PARKSHOPPING

GOLD

Brasilia, Brazil

Owner/Management/Development Company:
Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A
Design/Production Architect: Antonio Paulo
Cordeiro (Coutinho, Diegues & Cordeir
Graphic Designer: CLA Comunicação Visual
Lighting Designer: T Kondos Associates and LD
Studio
Landscape Architect: JTC Brasil Paisagismo
General Contractor: Dan Herbert Conjstrutora e
Incorporadora mentos Imobiliários S/A
Finance Company: Multiplan, Previ, IRB

Originally opened in 1983, ParkShopping was due for a renovation to keep up with increasing population, economic development and market growth. Aimed at increasing business profitability and value, the renovation completely overhauled the Central Square, ceilings, floors, bathrooms and lighting. Twenty-three luxury stores were added and the 12,500 sq.m. extension boasts wider corridors, higher ceilings, skylight atriums and large common areas.



Superficie comercial total/Total Retail Space: 46,609 sq. m.
Número de tiendas/Number of Stores: 265

JURADO DE LOS PREMIOS A CENTROS COMERCIALES LATINOAMERICANOS 2011

2011 LATIN AMERICAN SHOPPING CENTER AWARDS JURY

Ramiro Alfaro
Spectrum, S. A.
Guatemala

Marta Penadés
Consultora de Marketing
Montevideo, Uruguay

Fabián O Becari, CMD,CSM
Otto Garde Y Cia Saicfei
Buenos Aires, Argentina

Sônia Pessoa
Ancar Ivanhoe
Rio de Janeiro, Brasil

Mario Castro Frias, CDP, SCSM, SCMD, CLS
Shopping Center Solutions &
Management SCSM, S.A.
Caracas, Venezuela

Santiago Rivera
Centro Comercial Unico-
Capitol S.A.
Cali, Colombia

Javier Lomelin
Colliers International
Mexico City, Mexico

Fernando Valdés Tena, CMD
Becker Group
Mexico City, Mexico

Josephine Maalouf
Corporacion Lady Lee
Centro Comercial Mega Plaza
San Pedro, Honduras

David Toledo
Centro Comercial
Unico-Capitol S.A.
Cali, Colombia

Luiz ALberto F. Marinho
BrandWorks
São Paulo, Brazil



CATEGORÍA DE COMERCIOS MINORISTAS

LA CATEGORÍA GALARDONA EL DISEÑO PROFESIONAL DE TIENDAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL ÉXITO EN GENERAL DE LA INDUSTRIA COMERCIAL MINORISTA.

RETAIL CATEGORY

THE CATEGORY HONORS PROFESSIONAL STORE DESIGN AND ITS CONTRIBUTION TO THE OVERALL SUCCESS OF THE RETAIL INDUSTRY.

McDONALD'S MORELIA PLAZA AMERICAS

Morelia, Michoacan, Mexico

PLATA

Compañía: Arcos Dorados
Arquitecto/Diseñador: Porfirio Becerril
Contratista general: Marna Construcciones
Tipo de giro: Restaurante

Este restaurante, localizado en el centro comercial más importante de la ciudad de Morelia, tiene mayor presencia para la marca McDonald's. No solo va de acuerdo con sus alrededores, sino también es uno de los diseños más avanzados para su tipo de comercio. Para poder cumplir esta meta, fue necesario incorporar elementos que reforzaran la imagen, las directrices y las políticas de mercadeo de McDonald's, así como el lugar de McDonald's en la vanguardia en diseño sustentable. Se colocó arte en las paredes, a manera de murales. Se seleccionaron materiales como madera, piedra, vidrio y metal. Se usaron colores cálidos, mobiliario confortable de formas simples, iluminación y mamparas. Todo junto crea una atmósfera invitante para los clientes.

McDONALD'S MORELIA PLAZA AMERICAS

Morelia, Michoacan, Mexico

SILVER

Company: Arcos Dorados
Architect/Designer: Porfirio Becerril
General Contractor: Marna Construcciones
Type of Merchandise: Restaurant

This restaurant, located in the most important commercial center of the city of Morelia, has a major presence for the McDonald's brand. It is not only consistent with its surroundings, it is also one of the most advanced designs for this type of facility. In order to meet this goal, it was necessary to incorporate elements that reinforce McDonald's image, guidelines and marketing policies, as well as McDonald's place at the forefront of sustainable design. Art placed on the walls by way of murals, carefully selected materials such as wood, stone, glass and metal, the use of warm colors, comfortable furniture with simple shapes, lighting and partitions that together create an inviting atmosphere for clients.



McDONALD'S PILAR

Buenos Aires, Argentina

ORO

Compañía: Arcos Dorados
Arquitecto/Diseñador: Adobbato Florencio José
Contratista general: Comaco SRL
Tipo de giro: Restaurante

La remodelación de McDonald's, en Buenos Aires, Argentina, tenía como objetivo brindarles a los clientes un espacio cómodo y agradable, así como crear un sistema más eficiente de consumo de energía. Además de agregar un estacionamiento para bicicletas, se agregó un generador eólico que suministra energía eléctrica, y se reemplazaron las luces halógenas con luces eficientes LED. El interior fue diseñado para que fuera contemporáneo, con iluminación suave y áreas de comedor cómodas. Se amplió el área de McCafé para ofrecer también un área de terraza exterior.

McDONALD'S PILAR

Buenos Aires, Argentina

GOLD

Company: Arcos Dorados
Architect/Designer: Adobbato Florencio Jose
General Contractor: Comaco SRL
Type of Merchandise: Restaurant

The renovation of McDonald's in Buenos Aires, Argentina was aimed at providing customers with a comfortable and pleasant space, and also to create a more energy efficient system. Bike parking was added in addition to a wind generator that supplies electric energy and replaced halogen lights with LED efficient ones. The interior was designed to be contemporary with soft lighting and comfortable seating areas. The McCafe area was expanded to also feature an outdoor terrace area.



McDONALD'S SHOPPING CENTER IGUATEMI SAO PAULO

São Paulo, Brasil

PLATA

Compañía: Arcos Dorados
Arquitecto: Arq. Frank Siciliano
Diseñador: Ts Arquitetura
Contratista general: Ing. Rodrigo Francoio
Tipo de giro: Restaurante

Localizado en un centro comercial tradicional y sofisticado de São Paulo, este McDonald's presenta una atmósfera diferente para la experiencia de comida rápida. Ofrece un ambiente cálido y contemporáneo, el cual se puede ver en el uso de mobiliario moderno y cómodo. La combinación de vidrio de color, formica y pintura de colores cítricos completa este nuevo diseño.

McDONALD'S SHOPPING CENTER IGUATEMI SAO PAULO

São Paulo, Brazil

SILVER

Company: Arcos Dorados
Architect: Arq. Frank Siciliano
Designer: Ts Arquitetura
General Contractor: Ing. Rodrigo Francoio
Type of Merchandise: Restaurant

Located in a traditional and sophisticated mall in São Paulo, this McDonald's presents a different atmosphere to the fast food experience. It offers a warm and contemporary ambience that can be seen in the use of modern and comfortable furniture. The combination of colored glass, formica and citric-colored paint complete this new design scheme.



ICSC
LATIN AMERICAN
SHOPPING CENTER AWARDS



2011 LATIN AMERICAN SHOPPING CENTER
AWARDS WINNERS