INMOBILIARE LATAM

NUEVOS MODELOS Y AUGE DE INVERSIÓN INMOBILIARIA TURÍSTICA

AP CAPITAL + G6 HOSPITALITY + AIMBRIDGE HOSPITALITY

OUTLET CENTERS EN LATINOAMÉRICA

PANORAMA DESARROLLO 2019

VERTICALIZACIÓN EN GUADALAJARA

HALLAZGOS DEMOGRÁFICOS DE CIUDADES DEL FUTURO

RESEÑA 8º REAL ESTATE BUSINESS SUMMIT MONTERREY

AÑO 19-NÚMERO 114
$90 PESOS

If you're looking for real estate leasing opportunities, FIBRA Macquarie has what you need:

Portfolio consisting of 271 industrial and 17 retail/office properties located throughout Mexico[1].

Highly experienced professionals with deep market and technical expertise.

A trusted business partner, focused on providing integrated and personalized real estate solutions.

Contact us today to learn how FIBRA Macquarie can deliver real results for you.

Contact

Industrial Leasing Inquiries
01 800 700 8900
industrial.leasing@fibramacquarie.com

Retail Leasing Inquiries
+52 55 9178 7700
retail.leasing@fibramacquarie.com

fibramacquarie.com

1. As of December 31, 2017.

Before acting on any Information, you should consider the appropriateness of it having regard to your particular objectives, financial situation and needs and you should seek Independent advice. No information set out above constitutes advice, an advertisement, an Invitation, an offer or a solicitation, to buy or sell any financial product or security or to engage in any investment activity, or an offer of any banking or financial service. Some products and/or services mentioned above may not be suitable for you and may not be available in all jurisdictions. None of the entities noted in this advertisement is an authorized deposit-taking institution for the purposes of the Banking Act 1959 (Commonwealth of Australia). The obligations of these entities do not represent deposits or other liabilities of Macquarie Bank Limited ABN 46 008 583 542 ("MBL"). MBL does not guarantee or otherwise provide assurance in respect of the obligations of these entities.

Su primera opción para créditos en bienes raíces

MetLife cuenta con una sólida posición de capital, así como con la fuerza financiera para atender con rapidez y certidumbre las operaciones más importantes de bienes raíces. Con profesionales experimentados que se han desempeñado en todo tipo de mercados y un portafolio de inversiones en deuda de inmuebles comerciales de más de US$62.9 Mil Millones*, somos su primera opción en financiamiento.

- Créditos hipotecarios de inmuebles comerciales a tasa fija y/o variable
- Créditos en Pesos o en Dólares
- Participaciones crediticias en grandes operaciones de manera individual o con otros inversionistas
- Financiamiento para adquisiciones de pequeños y grandes portafolios de activos inmobiliarios
- Créditos con garantías cruzadas y estructuras flexibles
- Créditos con plazos de entre 3 y 15 años, periodos de gracia de pagos de capital y amortizaciones de hasta 30 años.
- Créditos tipo Senior y Mezzanine

Sectores

- Industrial
- Oficinas
- Centros Comerciales
- Hoteles
- Vivienda en Renta

+011.52.55.5950.9900 | metlife.com/realestate

*Incluye la cuenta general de MetLife y activos administrados a entidades no afiliadas/clientes terceros al 30/06/18.

MetLife®

© 2018 METLIFE, INC

Magnífica ubicación con las mejores vistas del bosque

Vistas del Bosque

AMENITIES

- Gimnasio
- Alberca
- Terrazas
- Área lounge junior
- Área de juegos
- Ludoteca
- Sala de proyección
- Salón de usos múltiples

BOULEVARD ÁVILA CAMACHO 611
COL. PERIODISTA

Tel. (55) 5250 3999
clientes@incarso.com
www.inmueblescarso.com

inmuebles cars

WHAT'S NEXT

EN MAXIMIZAR EL VALOR DE LA PROPIEDAD

Impulsados por la pasión de lograr grandes retornos de inversión, los profesionales del área de Representación de Propietarios, emplean un enfoque creativo y con visión a futuro, que prepara a los propietarios e inversionistas para lo que sigue. Trabajamos para maximizar el conocimiento de los activos, estabilizar la ocupación, lograr rentas óptimas y forjar relaciones positivas con la comunidad que nos rodea. Conocemos su ciudad, su edificio y a sus inquilinos ideales. Descubra como se libera este conocimiento a su favor en cushmanwakefield.com

CUSHMAN & WAKEFIELD

cushmanwakefield.com

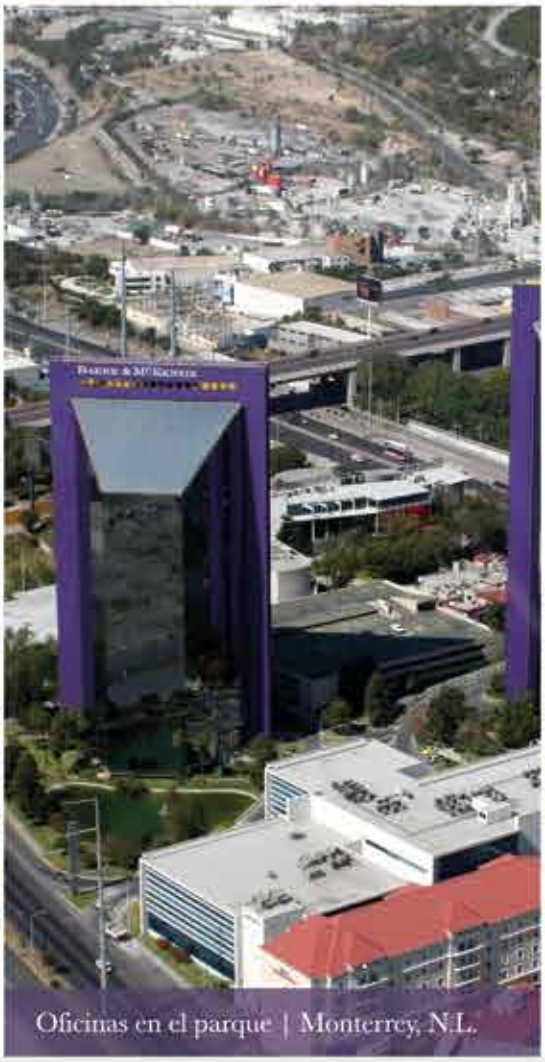
exni.mx

EXNI EXNI
NI EXNI
EXNI EXNI
NI EXNI
EXNI EXNI
NI EXNI
EXNI EXNI
NI EXNI
EXNI EXNI
NI EXNI

Vía Cordillera | Santa Catarina, N.L.

Latitud | Monterrey, N.L.

Urbania | Monterrey, N.L.



Oficinas en el parque | Monterrey, N.L.

Cen333 | Santa Catarina, N.L.

Av. Alfonso Reyes No. 11 Piso 9, Fraccionamiento Vía Cordillera,
Santa Catarina, N.L., México. C.P. 66196.

T. 52 (81) 8401 1000
www.ddelta.mx

Desarrollos Delta®

MÁS DE 40 AÑOS

Emprendiendo Ideas Extraordinarias.

Somos líderes en desarrollo, inversión y administración de proyectos Inmobiliarios en México y Estados Unidos.

PRÓXIMAMENTE

DISTRITO DOMO

La nueva cara del Ubanismo en Santa Catarina

distritodomo.com

IOS OFFICES®

WHAT BETTER WAY TO EXPAND YOUR INSPIRATION THAN IN A *new location!*

RENTAMOS OFICINAS QUE INSPIRAN 01 800 3000 467 | www.iosoffices.com

Guadalajara

IOS OFFICES ANDARES CORPORATIVO PASEO

Blvd. Puerta de Hierro 5153, Fracc. Plaza Andares, Zapopan, Jalisco 45116

Ciudad de México

IOS OFFICES ALTEZZA

Av. Palmas #525 Piso 4 Corporativo
Col. Lomas de Chapultepec CP. 11000

ESPACIOS QUE INSPIRAN · IOS OFFICES · EST. 2007

CIUDAD DE MÉXICO - ESTADO DE MÉXICO - MONTERREY - GUADALAJARA - TIJUANA - CANCÚN - PUEBLA - VILLAHERMOSA - MÉRIDA - QUERÉTARO

Carta Editorial

El mes pasado el gobierno de Donald Trump anunció la imposición de aranceles del cinco por ciento para todas las importaciones desde México, los cuales estarían aumentando paulatinamente hasta no detener el flujo de inmigrantes que pasan a través del país.

Lo que llevó al gobierno mexicano a buscar un acuerdo migratorio para frenar dichos impuestos; si bien por el momento han sido cancelados, aún continúa la incertidumbre si se aplicará más adelante, lo que generaría graves implicaciones para el sector inmobiliario, ya que se aplicarían a insumos importantes de la construcción, como por ejemplo el acero.

La complicada relación bilateral entre ambas naciones ha generado un entorno político y económico poco estable que repercute en el sector, quien tendrá que encontrar su fortaleza en el trabajo en conjunto para hacer frente a los vaivenes del contexto.

En *Inmobiliare Magazine* seguimos de cerca todos los cambios que repercuten en el sector para que el lector pueda identificar las mejores oportunidades de crecimiento en un mundo tan cambiante; en la presente edición analizamos el panorama de desarrollo, las ventajas competitivas en la región norte de México, el auge de inversión inmobiliaria turísticas, así como hallazgos demográficos para la mejor planeación de las ciudades, entre muchos otros temas más.

Xareni Zafra Gatica
Coordinadora General Editorial

B2B media

La plataforma multimedia del Real Estate en latinoamérica

Distribuido en locales cerrados por: Pernas y Cía. Poniente 134 N° 650 Col. Industrial Vallejo Del. Azcapotzalco México, D.F. Imprenta: VP Impresiones-Producción, México D.F. Editada por Editorial Mexicana de Impresos; Paseo de la Reforma 222-Piso 1, Col. Juárez C.P. 06600; México D.F. Número 114 año 18 Publicación bimestral Junio - Julio 2019. Registro de marca número 289202/2014 ante el IMPI. Número de reserva al título en derechos de autor: 04-2016-012013133300-102. Certificado de licitud de título y de contenido 15833. **TIRAJE CERTIFICADO DE 30,052 EJEMPLARES EN PROMEDIO.** "Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector Folio: 00819-RHY, expediente numero RHY3032011 emitido por y registrado en el **PADRÓN NACIONAL DE MEDIOS IMPRESOS DE LA SEGOB.**" Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito de los editores. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

Publisher & CEO
Guillermo Almazo Garza
guillermo@inmobiliare.com
Editor in Chief
Erico García García
erico@inmobiliare.com
Sales & Marketing Director
Emiliano García García
emiliano@inmobiliare.com

CONSEJO EDITORIAL:
Abraham Metta • Adrián García Iza • Alberto De la Garza Evia • Alejandro Sepúlveda • Alonso Diaz Etienne • Antonio Ruiz Galindo • Blanca Rodríguez • Eduardo Güémez • Elliott Bross • Eugene Towle • Germán Ahumada Alduncin • Gonzalo Montaño • Héctor Ibarzabal • Humberto Treviño • Jaime Lara • Javier Barrios • Javier Llaca • Jorge Ávalos • José Ma. Garza Treviño • Juan Pablo Arroyuelo • Luis Gutiérrez • Lyman Daniels • Pedro Azcué • Roberto Ordorica • Sergio Argüelles • Silvano Solís • Víctor Lachica • Yamal Chamoun

Desarrollo de Nuevos Negocios
Laila de la Torre
laila.delatorre@inmobiliare.com

Relaciones Públicas
Rosy Kuri
rosy.kuri@inmobiliare.com

Coordinadora General Editorial
Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com
Coordinadora Print
Danae Herrera Rodríguez
danae.herrera@inmobiliare.com
Coordinadora Web
Mónica Herrera Peña
monica.herrera@inmobiliare.com
Coordinadora Social Media
Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Dirección Diseño Editorial
Vincent Velasco
vincent.velasco@inmobiliare.com

Dirección Diseño Digital
Beatriz Figueroa
beatriz.figueroa@inmobiliare.com

Asistente Diseño Digital
Laura Molina
laura.molina@inmobiliare.com
Alondra Jaimes Santiago
alondra.jaimes@inmobiliare.com

Fotografía
Federico de Jesús Sánchez,
Laura Menchaca

B2B Media CEO
Erico García García
erico@b2bmedia.mx
Publisher Inbound Logistics Latam
Guillermo Almazo Garza
publisher@il-latam.com
Digital Group Publisher
Emiliano García García
emiliano@b2bmedia.mx
Coordinadora de Administración y Circulación
Yesenia Fernández
yesenia.fernandez@inmobiliare.com
Asistente de Administración y Circulación
Hortencia Barrera
hortencia.barrera@inmobiliare.com
Logística
David Hernández
Felipe Romero
Jeral Rodarte
Coordinadora de Alianzas y Cuentas Estratégicas
Itzel Aguilera Molina
itzel.aguilera@inmobiliare.com

Publicidad
contacto@inmobiliare.com

Ventas
Carlos Caicedo
carlos.caicedo@inmobiliare.com
Claudia Castro
claudia.castro@inmobiliare.com
Karen Cárdenas
karen.cardenas@inmobiliare.com
Lucía Castillo
lucia.castillo@inmobiliare.com
Marina Martínez
marina.martinez@inmobiliare.com
Veronica Arias
veronica.arias@inmobiliare.com

Tiraje certificado por Romay Hermida y Cia., SC.
30,052 ejemplares
Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector
Folio: 00819-RHY

RHY CIA

Contacto
contacto@inmobiliare.com
México, CDMX +52(55) 5514 7914 - Miami, Fl. +1 (305) 833 5372
www.b2bmedia.mx

DISCOVER THE LATEST IN LUXURY, SUSTAINABILITY AND LIFESTYLE IN TULUM
THE FUTURE OF REAL ESTATE
SCAN THE QR CODE WITH YOUR SMARTPHONE CAMERA FOR MORE INFORMATION
CENTRAL PARK
Lagunas TULUM
losamigostulum.com
LOS AMIGOS
luxurydesigntulum
PIONEERING SUSTAINABLE DEVELOPMENTS IN THE REGION SINCE 2012

INMOBILIARE LATAM

16 NOTICIAS

26 INSTAGRAM

28 MILLONARIOS
Millonarios del sector inmobiliario

30 INVERSIÓN
Lo que debes saber sobre los créditos hipotecarios para este año

34 TECNOLOGÍA

36 INVERSIÓN
6 ciudades para hacer una buena inversión inmobiliaria

38 ARQUITECTURA
Diseños que trascienden fronteras

42 SUSTENTABILIDAD
Edificios sustentables: el rubro inmobiliario y su impacto en el medio ambiente

46 DESARROLLOS
La "Integración Diseño + Construcción"

52 CONSTRUCCIÓN
Hidrosistemas Baja 22 años de compromiso

54 PROYECTOS
Proyectos de la Región Norte del país

56 INDUSTRIAL
En expansión el mercado inmobiliario del Noroeste de México

60 URBANISMO
San Pedro Garza García ejemplo de la evolución del norte

64 NUMERALIA
Inversión extranjera directa en México 2018

66 INDUSTRIA
Informe de coyuntura inmobiliaria

76 INDUSTRIAL
El inventario industrial supera 40 millones de metros cuadrados entre 10 mercados latinoamericanos

80 EN PORTADA
Fondo binacional hotelero: nuevos modelos y auge de la inversión inmobiliaria turística en México

SUMARIO

90 TURISMO
Baja California, destino de inversión turística

96 TURISMO
Estancias prolongadas un nuevo modelo de hospedaje con futuro

100 URBANISMO
Situación actual de la verticalización en Guadalajara

104 CONGRESO
Real Estate Business Summit Guadalajara 2019: Guadalajara el centro de inversión en el occidente del país

112 INDUSTRIA
USG se fortalece al unirse a Grupo KNAUF

114 INDUSTRIA
Panorama Desarrollo Inmobiliario en México 2019

130 CONGRESO
Real Estate Business Summit Monterrey 2019: Las ventajas competitivas de la región norte de México

142 URBANISMO
Entrevista a Gene Towle: una probadita de los hallazgos demográficos de las ciudades del futuro

146 URBANISMO
Revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México

150 TECNOLOGÍA
Proptech, el nuevo y mejorado Fintech

154 RETAIL
Los Outlet Centers en Latinoamérica, historia y perspectivas futuras.

162 RETAIL
El mercado de retail en México

166 INDUSTRIA
Trámites inconclusos: el cáncer que padece la actividad inmobiliaria

170 INTERIORISMO
Destinación: Pop-up

176 ARTE
El valor histórico de un icono francés: La Catedral de Notre Dame

180 LIBROS

182 AGENDA
Eventos del Real Estate

Fallece Leoh Ming Pei, creador de la pirámide del Louvre

El arquitecto de origen chino Leoh Migh Pei, ganador del Pritzker en 1983 y reconocido a nivel mundial por su emblemática obra de la pirámide del Museo Louvre en País; murió a los 102 años, el pasado 16 de mayo.

Hay 128 desarrollos parados en la CDMX

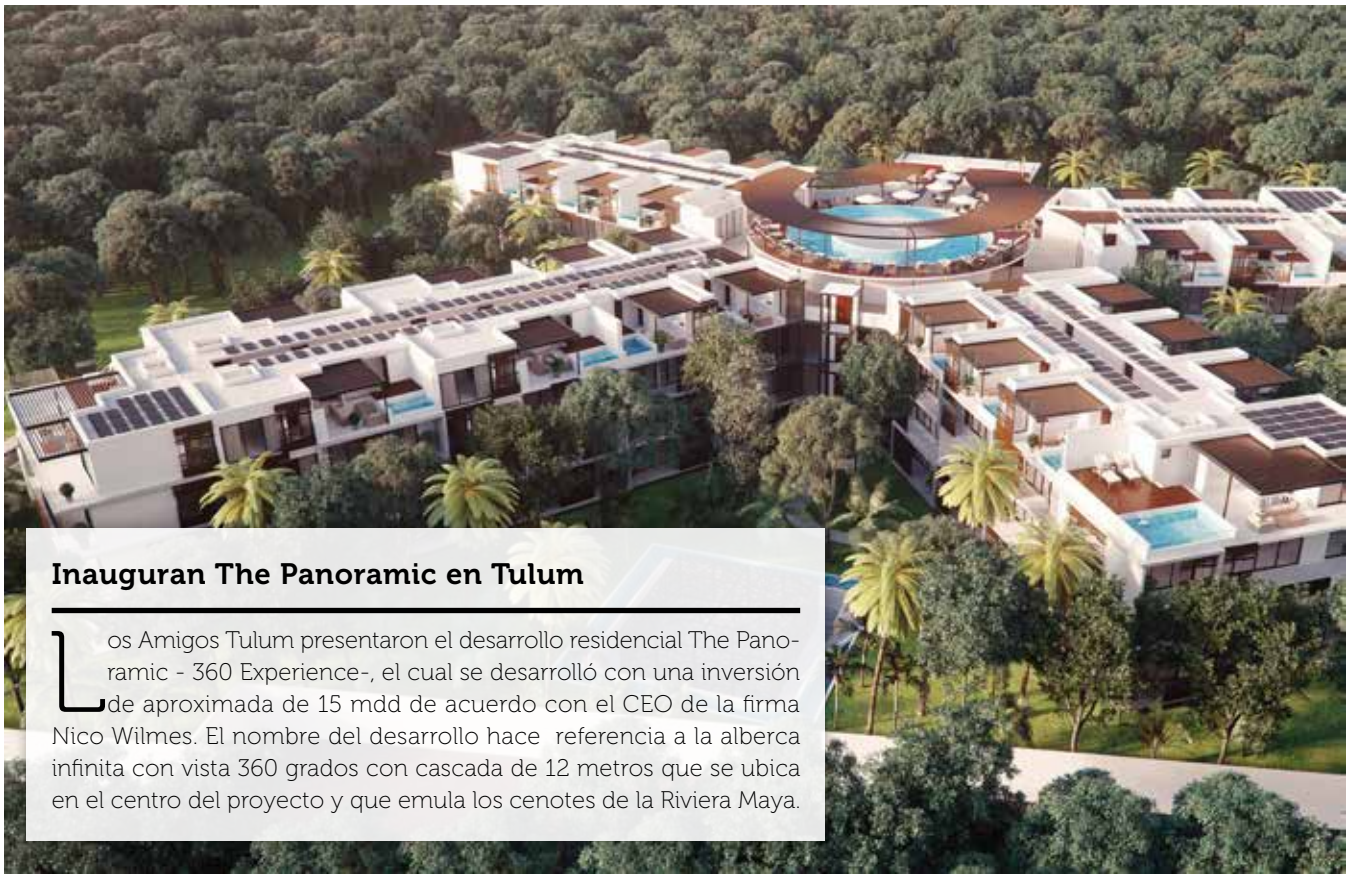
De acuerdo a CANADEVI Valle de México con el cambio de administración capitalina se realizó la revisión y suspensión de una inversión de 80 mil mdp que corresponden a 128 proyectos inmobiliarios, los cuales se ubican en nueve alcaldías: Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Iztacalco, Iztapalapa, Cuauhtémoc, Coyoacán y en Gustavo A. Madero.

Amazon pone a la venta casas armables

Con un costo de 7,250 dólares, Amazon pone a la venta pequeñas casas de 52 m² que se arman en ocho horas. De acuerdo al reporte Business Insider, la estructura no está diseñada para ser una residencia permanente, sólo para ser usada en un jardín o como una extensión de una cocina.

Con una inversión de 1,720 mdp inauguran Vesta Park SLP

La corporación inmobiliaria, Vesta y el gobierno de San Luis Potosí inauguraron el parque industrial Vesta Park ubicado en el municipio de Villa de Reyes en san Luis Potosí. El complejo contó con una inversión de 1,720 mdp y tiene una extensión de 43 hectáreas para 11 naves industriales, de 13 mil hasta 26,700 m².



Inauguran The Panoramic en Tulum

Los Amigos Tulum presentaron el desarrollo residencial The Panoramic - 360 Experience-, el cual se desarrolló con una inversión de aproximada de 15 mdd de acuerdo con el CEO de la firma Nico Wilmes. El nombre del desarrollo hace referencia a la alberca infinita con vista 360 grados con cascada de 12 metros que se ubica en el centro del proyecto y que emula los cenotes de la Riviera Maya.

SECTUR busca revitalizar 121 Pueblos Mágicos en el país

El Secretario de Turismo, Miguel Torruco Marqués, informó que se revitalizarán 121 Pueblos Mágicos en el país con una inversión de dos millones y medio por cada uno mediante un financiamiento público y privado. El motivo de la iniciativa es porque en años anteriores fueron abandonados, por lo tanto buscan consolidar los existentes antes de realizar nuevos nombramientos.

170 mil viviendas abandonadas serán recuperadas por Infonavit

Con el Programa Nacional de Vivienda Recuperada, el Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores (Infonavit) plantea recuperar en primera instancia 170 mil viviendas ubicadas en 46 polígonos, informó el titular del organismo, Carlos Martínez Velázquez. A diferencia de lo que se realizó anteriormente con las subastas, los polígonos serán licitados entre la iniciativa privada para la recuperación de todo el conjunto.

FINSA compra portafolio por 63 mdd

FINSA y su filial Walton Street Capital adquirieron, a través del vehículo de inversión Fideicomiso FINSA-Walton CKD II, un portafolio a Prologis, integrado por ocho propiedades industriales Clase A, ubicadas en los estados de Sonora, Coahuila, Nuevo León, Jalisco y Querétaro. Lo anterior, por un total de 98,541 metros cuadrados y por un valor de 63 millones de dólares.

Banco Inmobiliario Mexicano

Su Cimiento Financiero

Sus objetivos ¡CUMPLIDOS!

Cumpla cada uno de sus objetivos empresariales o personales con un Fideicomiso BIM:

- Trajes **a la medida**
- **Agilidad** de respuesta
- **El Fideicomiso que Ud. necesita:** Inmobiliarios, de Administración, de Inversión, de Garantía, Patrimoniales, etc.

www.bim.mx

Jungala Luxury Waterpark primer parque acuático de lujo en México

Grupo Vidanta está desarrollando en el país el primer parque acuático de lujo, cuyo nombre es Jungala Luxury Waterpark. El parque estará ubicado en la Riviera Maya y contará con cabañas VIP; además de un concierge personal, áreas privadas, descuento en tratamientos de spa, caja de seguridad entre otras exclusivas amenidades. La apertura está programada para el próximo 22 de junio.

Walmart abre centro de distribución en Guadalajara

Para agilizar sus entregas online, Walmart México inauguró el nuevo Centro de Distribución (CEDIS) en Guadalajara, Jalisco, cuya inversión asciende a 190 millones de pesos. La apertura refrenda la capacidad logística de la firma para atender a sus clientes y ganar en la división on demand.

FOVISSSTE liberó 10 mil créditos para vivienda

Mediante el Sistema de Puntaje, el Fondo de Vivienda del ISSSTE (FOVISSTE) liberó 10 mil financiamientos de Créditos Tradicionales 2019, lo que representa una derrama económica de 7 mil 200 millones de pesos aproximadamente. Además el instituto ha informado que desde inicios del año se han liberado 32 mil créditos hipotecarios para los trabajadores al servicio del Estado.

Arranca oficialmente la infraestructura del Parque Industrial ARCO 57

Inició oficialmente operaciones Parque Industrial ARCO 57, cuya inversión asciende a 466 mdd y alberga empresas del ramo de distribución y alimenticias. El proyecto desarrollado por el fondo de inversión Artha Capital, cuenta con una un área total de 635 hectáreas divididas en dos polígonos: Polígono Norte (217 hectáreas) y Polígono Sur (459 hectáreas), ubicados en los municipios de Soyaniquilpan de Juárez y Jilotepec, Estado de México.

Concepto de Malltertainment llega a los centros comerciales de Galerías

Grupo Gicsa, empresa de desarrollos, inversión y comercialización de proyectos inmobiliarios, dio a conocer de manera oficial la alianza que iniciará con Grupo Liverpool. La unión de las dos firmas tiene como objetivo llevar el concepto de Malltertainment a los centros comerciales Galerías. El primer proyecto llevará por nombre Galerías Metepec y será considerado el centro comercial más grande fuera de la Ciudad de México con una extensión de 250,000 m^2 de los cuales 146,000 m^2 estarán destinados a la oferta comercial.

Presentan proyecto de casas impresas en 3D para América Latina

Fuseproject, despacho de arquitectura que combate la vivienda a nivel mundial diseñó la primera casa que planea construir mediante impresión 3D para generar una vivienda más asequible para la población vulnerable. la casa tendrá una superficie de 120 m^2 y contará con un interior de 55 m^2 incluyendo cocina, comedor al aire libre, techados y un jardín, y podrá imprimirse en 24 horas.

City Express Plus llega a Tampico

Hoteles City Express realizó la inauguración de City Express Plus Tampico, segundo hotel de la cadena en la ciudad y octava en Tamaulipas. La nueva propiedad responde a la creciente demanda de hospedaje de la zona, la cual destaca por su intensa actividad petrolera. Con esto la firma sostiene su acelerado plan de crecimiento con 152 propiedades ubicadas en México, Costa Rica, Chile y Colombia, que representan más de 17,000 habitaciones a nivel cadena.

Fibra Danhos reinicia construcción de Parque Tepeyac

El fideicomiso de bienes raíces comerciales y corporativos, Fibra Danhos, dio a conocer que reiniciará los trabajos de construcción del Parque Tepeyac, un proyecto de usos mixtos que había sido frenado con el cierre de ventanillas en la Ciudad de México desde el tercer trimestre de 2018.

Beyond Pitágoras Desarrollo ubicado en División del Norte

SERIO
bienes raices

- Más de 40 años en el mercado
- Más de 10 mil departamentos vendidos

GO BEYOND
CAPITAL

INVERSIÓN DE GRAN PLUSVALÍA

- Beyond Santa Fe
- Beyond Pitágoras
- Beyond Universidad
- Fondo de Capital Privado creado en el 2017

Beyond Santa Fe Desarrollo ubicado en Santa Fe

KAMET GROUP

- Más de 200 proyectos construidos
- Más de 350 mil metros cuadrados construidos

INFORMES Y VENTAS

Contacto
www.gobeyondcapital.com

Tel: 9000 0448 y 9000 0447
info@gobeyondcapital.com

SCT aprueba 2300 mdp para ampliación del metro de la CDMX

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) aprobó la transferencia de poco más de 2,301 millones de pesos para la ampliación de las líneas 12 y 9 del metro de la Ciudad de México. Para la ampliación de la línea 12 y su conexión con la estación Observatorio se destinarán 2,011 mdp, mientras que para el proyecto de la línea 9 y su conexión con las líneas 1 y 12 serán 290 mdp.

El Grupo The Fives inaugurará en junio de 2020 su tercer desarrollo en Quintana Roo

The Fives Oceanfront Puerto Morelos es un concepto completamente nuevo de residencias frente al mar con servicio de hotel y un programa de administración Worry-Free. Estará ubicado entre las dos ciudades más importantes de la Riviera Maya: Cancún y Playa del Carmen, a tan solo a 20 minutos del Aeropuerto Internacional de Cancún.

Protege hoy lo que más quieres

Invierte bien

Nuestros años de experiencia nos hay llevado a construir un portafolio inmobiliario que ofrece gran estabilidad gracias a las alianzas con las principales cadenas comerciales.

185	+350	4,200 MDP	13%
PROPIEDADES	INVERSIONISTAS	PORTAFOLIO	RENDIMIENTO ANUAL

Torre Sofia — San Pedro Garza García
Lomas Altas — Ciudad de México
+52 (81) 1972 0333 / *info@capitalre.mx*

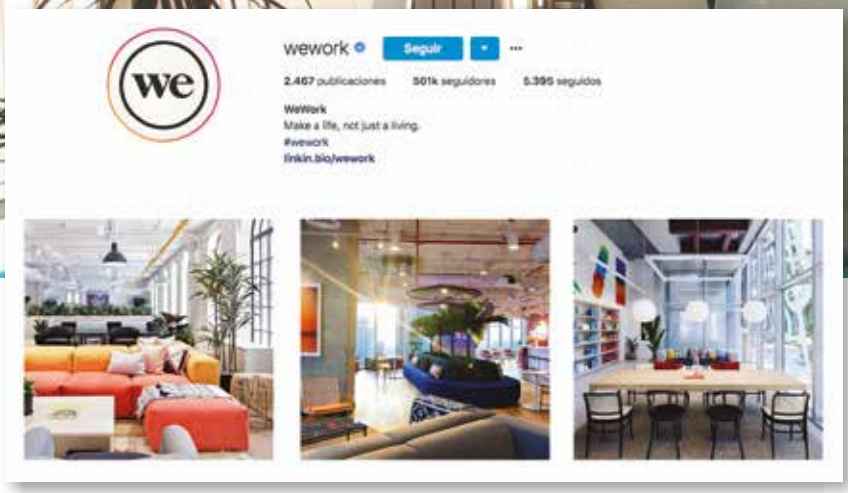
FOINBRA
Portafolio de Inversión en Bienes Raíces

www.foinbra.com

POWERED BY Capital Real Estate

#InmobiliareRecomienda

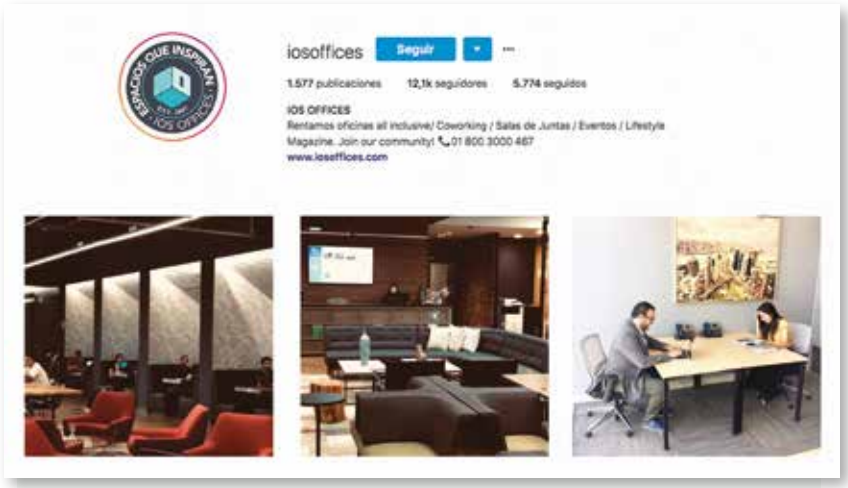
El concepto de trabajo colaborativo llamado coworking es una tendencia que ha tomado gran relevancia en México. A continuación te presentamos cinco de las principales compañías:



Con su frase "Haz una vida, no solo la vivas" la empresa está innovando con espacio de trabajo hot desk, escritorios dedicados y oficinas de juntas. El diseño intencional y soluciones flexibles permiten libera el potencial de la gente y las organizaciones.

@wework | Sitio: www.wework.com

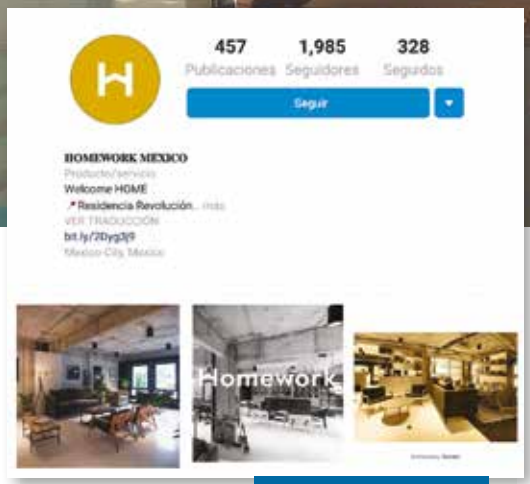
501k seguidores



Ofrece espacios colaborativos, estaciones de trabajo temporales, salas de juntas, además de oficinas virtuales y privadas. Con ubicaciones estratégicas que cuentan con Certificación LEED.

@iosoffices | Sitio: www.iosoffices.com

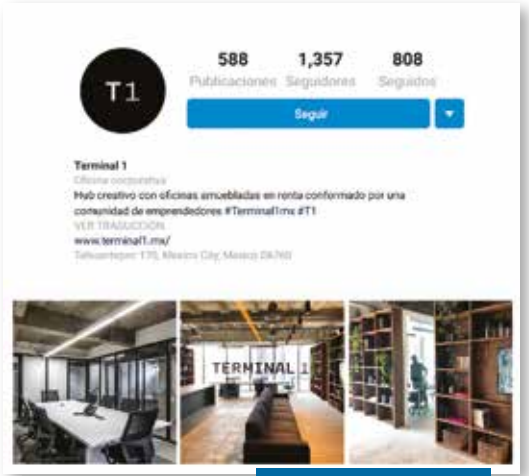
12,1k seguidores



1,985 seguidores

Cada una de sus oficinas ha sido diseñada pensando en ergonomía y practicidad. Cuenta con áreas comunes, escritorio fijo, oficinas privadas, salas de juntas. Salón de talleres, auditorio y terraza, además de eventos de networking.

@homework_mx
Sitio: www.homework.com.mx



1,357 seguidores

Hub creativo con oficinas amuebladas en renta para una comunidad de emprendedores que ofrece estaciones de trabajo, oficinas privadas, salas de juntas, auditorio, patio central y La Lonchería, espacio culinario del chef y maestro chocolatero José Ramón Castillo).

@terminal1mx
Sitio: www.terminal1.mx

5.823 seguidores

Rentas mensuales y membresías semanales para pymes de áreas creativas. Terraza, estudio fotográfico, galerías, auditorio.

@publi.co | Sitio: www.publi.co

ROCA DESARROLLOS

BUILT TO LAST

Class “A” Industrial Developments.

Tijuana | Cd. Juarez | Ramos Arizpe | Monterrey | Reynosa

San Luis Potosi | Silao | Irapuato | Queretaro | Guadalajara

LEASING | BUILD TO SUIT | CONSTRUCTION

01 800 800 0420

rocadesarrollos

www.rocadesarrollos.com

info@rocadesarrollos.com

ampip Proud Member

Great Place To Work. CERTIFICADA Ene 2019 - Dic 2019 MEX

MILLONARIOS DEL SECTOR INMOBILIARIO

El mercado inmobiliario es considerado uno de los principales motores de la economía mundial. Países como Estados Unidos y China son algunas de las naciones que más inversiones presentan dentro del sector.

El primero de ellos, observó un aumento del 68% en los últimos cinco años en el volumen promedio anual de la inversión extranjera en bienes raíces industriales. Mientras que la inversión de China en el desarrollo inmobiliario creció 9.3% de enero a abril de 2017, lo que significó una derrama económica de aproximadamente 408 mmdd, según la Oficina Nacional de Estadísticas de China.

Wang Jianlin

Posee alrededor 75 almacenes, 85 centros comerciales y 51 hoteles de cinco estrellas. Su firma más importante es Inmobiliaria Dalian Wanda, promotor y propietario de bienes inmuebles privados, dedicada al corretaje de propiedades en China. Su fortuna es de 22 mil 600 millones de dólares.

Lee Shau Kee

Es uno de los pioneros en la industria inmobiliaria de China con sede en Hong Kong. Su imperio se construyó con la fundación de la firma inmobiliaria Henderson Land Development, conglomerado con intereses en hoteles, restaurantes y servicios de internet.

Además, fue inversionista del Centro Financiero Internacional, el proyecto de usos mixtos más emblemático de Hong Kong. Su fortuna es de 30 mil millones de dólares.

Carlos Slim Helú

Es uno de los empresarios más importante en la industria de los bienes raíces en México, además de las telecomunicaciones. Inmuebles Carso, de Grupo Carso se dedica a la inversión, construcción y renovación de proyectos comerciales, habitacionales, culturales, de salud, educativos, deportivos. Su fortuna se estimada en 63 mil 900 millones de dólares.

Donald Bren

Encabeza las listas del sector como el hombre más rico de Norteamérica. Es el dueño, fundador y presidente de la compañía inmobiliaria Irvine Company. Entre sus inversiones de proyectos comerciales están: Irvine Spectrum Center en Irvine y el Fashion Island en Newport Beach. De acuerdo con Forbes, su fortuna está estimada en 16 mil 400 millones de dólares.

Chan Laiwa

Empresaria china descendiente de la familia imperial manchú. Fundadora y Presidenta de Fuwah International Group, uno de los mayores desarrolladores de propiedades comerciales de Beijing. Hoy en día es considerada como una de las desarrolladoras más importantes. Cuenta con una fortuna aproximada de 5 mil 800 millones de dólares.

Trabaje con flexibilidad.
Creemos que las empresas deberían trabajar sin limitaciones.
Por eso puede aumentar o reducir su lugar de trabajo según sus necesidades.
Si es un agente inmobiliario
Llame al +52 55 91711111 para recibir el 10 % de comisión
Espacio de oficinas, coworking, salas de juntas,
oficinas virtuales y planes de trabajo flexible listos para usar
regus.com.mx | +52 55 91711111
Regus™ Work your way

LO QUE DEBES SABER SOBRE LOS CRÉDITOS HIPOTECARIOS PARA ESTE AÑO

POR **XARENI ZAFRA GATICA**
xareni.zafra@inmobiliare.com

La forma más común y quizás la más 'fácil' de comprar un inmueble es a través de un crédito hipotecario. Sin embargo, por momentos parece un mundo complejo y desconocido entre todas las opciones que presentan las instituciones bancarias y de crédito público.

¿Cómo identificar la mejor alternativa de acuerdo a las necesidades? Ante esta disyuntiva, Julio Sánchez Azcárate, CEO de Bancompara, en entrevista exclusiva para Inmobiliare, explica que lo primero que se debe de entender sobre el mercado hipotecario y crediticio son las tasas de interés que se manejan en México.

El Banco de México (Banxico) es el responsable de marcar la tasa referencial, la cual va cambiando a lo largo del tiempo; por ejemplo, en el 2014 se obtuvo la tasa más baja del país con un 3%, hoy por hoy la tasa es de 8.25 por ciento. Cabe aclarar que la tasa de interés se mueve dependiendo de la política monetaria con respecto al valor de la moneda de cambio, principalmente con el dólar, ya que nuestra economía se encuentra intrínsecamente ligada a la de Estados Unidos.

"La perspectiva que tenemos actualmente es bastante estable durante el 2019, porque la contraparte o el par del Banco de México en Estados Unidos, es la Reserva Federal de Estados Unidos, quien ya anunció que este año no va a subir tasas" comenta el especialista de Bancompara. Esto es positivo, ya que si la Reserva Federal no sube la tasa, el dólar no se agrava respecto al peso. En este sentido, al menos en México no debería haber ningún movimiento exógeno, por lo tanto, las variaciones dependen principalmente por los sucesos al interior del país.

Las ofertas del mercado

¿Por qué en el mercado hay distintas ofertas para créditos hipotecarios? Normalmente los bancos utilizan la tasa de referencia de Banxico, la cual en este momento está en un 8.25%; a partir de ese indicador cada institución financiera plantea el esquema de sus productos considerando cierta utilidad sobre la oferta que proponen.

Por ejemplo, en estos momento el Costo Anual Total (CAT) es competitivo ya que se encuentra entre el 11.5 y 12 por ciento. Esa brecha es parte de la utilidad que tienen las entidades financieras y ciertos seguros dentro de sus esquemas de créditos. Algunos bancos apenas están actualizando sus tasas de acuerdo a los últimos movimientos de Banxico, otros por su parte bajan las tasas buscando más competencia entre los clientes.

"Lo que hemos visto en las últimas semanas, al menos tres bancos ya bajaron tasas entre 0.3% y 0.15 por ciento; por lo tanto, se ve que los bancos pronostican para este 2019 cierta estabilidad, bajando sus tasas sin tanta reserva".

Cabe mencionar que el primer trimestre en términos económicos siempre es complicado, porque hay mucha expectativa y especulación sobre los movimientos del mercado y la política pública, "afortunadamente para este segundo trimestre, ya se ve la reactivación del mercado, se ve mucho más movimiento" al menos así lo percibe el CEO de Bancompara desde las entradas a su página web donde las personas buscan asesoría para adquirir un crédito inmobiliario.

¿Por qué es complicado saber cuál es el mejor crédito?

Sucede que muchas veces las entidades bancarias presentan su mejor tasa, la cual no necesariamente es la mejor para quién está solicitando el crédito. Al respecto comenta Julio Sánchez: "No es un mercado sólo de tasas; en un crédito se tienen que pagar comisiones por apertura, comisiones mensuales, seguro de vida, seguro de daños y avalúo, entonces hay muchos más costos relacionados. ¿Muchas veces qué pasa? hay un banco que tiene una tasa más alta que otro banco, pero en el agregado resulta más barato porque tiene seguros y comisiones más bajas".

Bancompara

Bancompara: la guia para obtener el mejor crédito

Parte de la recomendación que hace Bancompara al momento de solicitar un crédito es justamente comparar, ya que el hecho de que se tenga una cuenta con un banco no garantizar una tasa preferencial; por otro lado, ciertas promociones, como quitar el costo por apertura, no asegura que otra entidad no ofrezca una mejor oferta.

"Antes de tomar cualquier tipo de decisión financiera, siempre recomendamos a la gente que compare, ya sea con nosotros o con sus medios, de esta manera vamos a incentivar a que los bancos siempre tengan el producto más competitivo" enfatiza Julio Sánchez.

Bancompara surgió en 2014 con el objetivo de empoderar a los usuarios mexicano para lograr que tomen las mejores decisiones financieras y de esta forma generar cierta democratización dentro del mercado crediticio del país. "Somos el asesor financiero en internet, para que cada persona pueda obtener su mejor crédito hipotecario, nosotros tenemos el único simulador en México que indica en tiempo real la oferta hipotecaria".

Cualquier persona que tenga el interés de adquirir una casa o tenga una hipoteca puede entrar a la página de Bancompara.mx, dentro de esta plataforma se escoge el tipo de crédito se está buscando. Con base a los parámetros proporcionados se hace todo el reporteo de los créditos que aplican para el monto y el plazo del solicitante.

El servicio de Bancompara es completamente gratuito y le toma al usuario aproximadamente cinco minutos todo el proceso desde el rellenado de datos, hasta la preaprobación del crédito mediante el simulador. Es una herramienta bastante útil para tener una idea cercana de las posibilidades que hay en el mercado, con una confiabilidad del 95% de acuerdo al CEO.

¿Cómo funciona? "Una vez que el cliente ha dejado sus datos, hay una pre-aprobación donde nosotros tenemos un enlace con las instituciones que tiene el almacenaje del historial crediticio de los usuarios. Nosotros sabemos los criterios de elegibilidad de los bancos, cruzamos todas esas variables para decir qué monto te presta cada banco; una vez que tenemos estos datos un asesor de Bancompara se comunica con los usuarios para entender perfectamente las necesidades y responder todas las dudas que tenga, porque generalmente una hipoteca o la compra de un inmueble va a ser la decisión financiera más grande que tome la persona".

Es normal que surjan muchas dudas; Bancompara te resuelve, por ejemplo

todo lo referente al Infonavit, cómo usar los puntos, qué opciones te ofrece etc. Asimismo, te orienta sobre qué pasa si hay un temblor o un día te quedas sin trabajo, si se pueden realizar pagos extensivos de capital y las diferentes reglas que se aplican en cada banco.

"Al ver que los usuarios batallaban tanto con el tema del trámite y lo complicado que era -porque no hay ninguna página que te explique todos los pasos que tienes que hacer y en qué momento- decidimos hacer también el trámite a nombre del cliente, entonces nosotros acompañamos a los usuarios desde el primer clic hasta que tengan su casa."

Actualmente la empresa habrá escriturado desde Tijuana hasta el Sureste, desde lugares como la Riviera Maya, la Paz, Chihuahua, CDMX, Estado de México, Guerrero, Hidalgo y Nuevo León. Tienen perfiles desde 300 mil pesos, que es el crédito más chico hasta 20 millones de pesos.

"Les ahorramos mucho a los clientes, no solo en la parte económica de la elección del producto del crédito, sino también en la parte del proceso, más o menos las personas que están sacando un crédito directamente con el banco se tardan entre 3 y 4 meses, nosotros lo hemos sacado en tres semanas de proceso activo, pero dependemos mucho que el cliente tenga su información en orden y que el caso que sea una compra-venta, la parte vendedora nos envié la información en tiempo y forma. Si tenemos toda la información el proceso que se hace son tres semanas; sin embargo, los procesos de registro público todavía no son tan ágiles y eso es lo que lleva más tiempo".

De acuerdo a la empresa, en un crédito promedio de un millón 400 mil pesos, la persona que sí comparó podría llegar a ahorrarse hasta 488 mil pesos; mientras que en los créditos más grandes, todavía hay mayor diferencia.

La compañía ha diagramado todos los pequeños escenarios en los que puedes caer el solicitante en cada banco, encontrando hasta 856 en uno solo. "Cada banco, cada persona que diseña los productos tiene incentivos muy diferentes, hay personas que quieren incentivar la tasa de interés; hay otros que quieren incentivar la complejidad del producto con tasas bajas para que el cliente piense que es el más económico; hay personas que quieren incentivar los ingresos a través de comisiones en vez de la tasa, va variando muchísimo".

El especialista explica que la metodología de cálculo varía mucho de banco a banco, en agregado son la misma tasa pero la manera que se calcula la mensualidad es muy diferente. "Afortunadamente como ya somos parámetro, ya mucho bancos nos mandan información sobre los nuevos productos, lo que nos da tiempo de analizar y hacer la disección del producto, poquito antes de que lancen el producto".

Julio Sánchez explica que todos los bancos pagan a la empresa una comisión por la colocación de créditos, por lo tanto "no hay incentivos perversos de decir este banco es mejor que otro".

Recomendaciones finales

Antes de empezar la búsqueda formal de la compra de un inmueble se recomienda buscar la aprobación del crédito hipotecario, por varias razones:

- Existe certeza perfecta para qué si alcanza y para qué no.
- Hay tiempo para co-acreditar con el cónyuge o algún familiar y así incrementar la línea del crédito.
- Se pueden bajar ciertos compromisos que aparecen dentro del historial.

Cuando ya se esté cómodo con la cantidad aprobada, es decir con el crédito hipotecario autorizado, entonces sí iniciar con la búsqueda del inmueble porque regularmente implica firmar un contrato de compra-venta que obliga a pagar en un plazo forzoso y si no se cuenta con el crédito aprobado existen una penalización costosa.

Un crédito hipotecario es una deuda a largo plazo, por lo tanto lo más conveniente es asesorarse y comparar las diferentes opciones que ofrece el mercado, tomándose el tiempo necesario para determinar cuáles son las necesidades, la posibilidad de pago y el plazo más adecuado.

#InmobiliareRecomienda

5 APLICACIONES PARA

ADMINISTRAR, SUPERVISAR Y GESTIONAR ADECUADAMENTE LOS SERVICIOS DE CONDOMINIOS O RESIDENCIAS.

MyFrac
Por: Rogelio Sánchez

Plataforma tecnológica presentada en 2018, a través de la cual los residentes pueden autorizar el ingreso de familiares y amigos a su fraccionamiento de manera segura; gracias a la ayuda de dispositivos móviles que generan contacto directo entre vigilantes, visitantes y residentes. Envía invitaciones a través de WhastApp, SMS o correo electrónico y recibe notificaciones de confirmación, acceso y salida de cada visita.

+ 4.000
USUARIOS

Vivook
Por: ABITS SA DE CV

Software que permite crear un Website privado de cada condominio o edificio para manejar cuotas, pagos, avisos e informes. Está adaptado para todos los países de iberoamérica. Los movimientos financieros se registran de manera fácil, ágil y rápida. Envía avisos de cobro personales a los contactos de cada una de las viviendas y establece el presupuesto anual y mensual del residencial.

+ 1.000
USUARIOS

Tasker
Por: GRUPO RAIDO SAPI DE CV

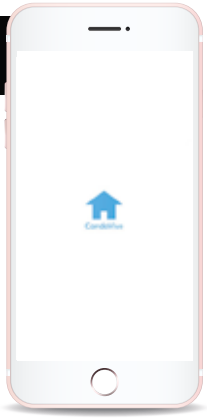
Aplicación que conecta al usuario con una red de técnicos para el hogar disponibles los 365 días del año, las 24 horas del día, desde cerrajeros, plomeros, electricistas y personas de mantenimiento. A través de su sistema, se asigna en menos de dos minutos al 'tasker' disponible más cercano, al solicitarlo podrás saber su ubicación exacta y el tiempo estimado de llegada a su destino. El pago del servicio se hace a través de tu tarjeta de crédito o débito.

+ 2.000
USUARIOS

CondoVive
Por: DISFORMA

Para el administrador experimentado de varios condominios o una asociación recién creada, CondoVive es una aplicación web que facilita la gestión, con reportes gráficos y sencillos, estados de cuenta y avisos generales. Maneja múltiples funciones del condominio con facilidad para administradores, la mesa directiva y los residentes como gestión de ingresos y egresos, así como aprobación de condonaciones, entre otros.

+5.000
USUARIOS



ComunidadFeliz.com
Por: Antti Kulppi

Software financiero para condominios lanzado en 2016, que ayuda a gestionar ingresos, fondos y pagos online. Permite generar una red social para residentes, con la opción de agendar amenidades, reservar espacios comunes, responder votaciones y ser parte de las decisiones del condominio. Cuenta con mensajería para copropietarios, sistema de remuneraciones, cobranza automatizada y sistemas de seguridad en el control de acceso.

+200 MIL
USUARIOS

ciudad mayakoba™
riviera maya, mx

NATURALMENTE *viva*

Ven, conoce y descubre la primera comunidad integral, planeada y prosustentable de la Riviera Maya comprometida con el cuidado del entorno y con la calidad de vida de las personas.

Gran Parque Metropolitano

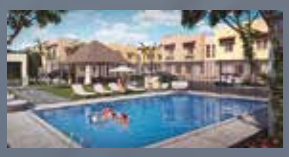
Hospital de especialidades

Colegio y Universidad

Centro comercial y de entretenimiento

Andadores y ciclovías

Extensas áreas de conservación



ALTOS CIUDAD MAYAKOBA
+52 (984) 100 0004

LA CEIBA CIUDAD MAYAKOBA
+52 (984) 157 7045

JARDINES de ciudad mayakoba
+52 (984) 206 5122

LAGUNAS CIUDAD MAYAKOBA
+52 (984) 122 5122 / 23

MAYAKOBA COUNTRY CLUB
+52 (984) 156 6981

SENDEROS ciudad mayakoba
+52 (984) 109 1370 / 52

ciudadmayakoba.com

Carretera Federal Chetumal–Puerto Juárez (km 298), Playa del Carmen, C.P. 77710, Q. Roo, México

6 CIUDADES PARA HACER UNA BUENA INVERSIÓN INMOBILIARIA

Por: Cecilia Furfaro
General manager de Vivanuncios

Invertir en un bien raíz es redituable, un puerto seguro. Pero ¿sabes qué entidades son altamente recomendables para ti como inversionista?

Cecilia Furfaro, general manager de Vivanuncios

Querétaro destaca por tener el noveno lugar con mayor inversión en el país, el cuarto en número de metros cuadrados construidos y el tercero con más alta plusvalía.

La rentabilidad y estabilidad inherentes a los bienes raíces los convierte en uno de los activos preferidos para conservar y aumentar el valor del dinero. En México, las urbes que han mostrado el mejor desempeño en materia inmobiliaria, sin duda son la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, aunque también Querétaro viene tomando fuerza e Igualmente Puebla y Playa del Carmen.

Además de las ciudades que históricamente tienen el mayor nivel de desarrollo, Querétaro destaca por tener el noveno lugar con mayor inversión en el país, el cuarto en número de metros cuadrados construidos y el tercero con más alta plusvalía, esto según datos de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI).

Por su parte, el precio de la vivienda en Puebla ha subido de 4 a 8% en tan sólo dos años como resultado de la demanda de familias foráneas que la visualizan como un buen destino para vivir. De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI), su auge se concentra en zonas como San Andrés Cholula donde el precio de los departamentos oscila entre uno y cuatro millones de pesos.

Asimismo, Playa del Carmen es uno de los 10 destinos con el mayor desarrollo inmobiliario nacional, aunque en este punto se privilegia el desarrollo de vivienda residencial y residencial plus, además del subsector turístico y comercial.

¿DÓNDE Y EN QUÉ INVERTIR?

De acuerdo con el reporte 'Panorama inmobiliario 2018' de la empresa de consultoría inmobiliaria 4S que reúne la opinión de desarrolladores, constructores, brokers, consultores, bancos e instituciones de fondo de inversión, los productos más atractivos para inversión en renta son departamentos en la CDMX, Querétaro, Guadalajara y Monterrey; así como casas e inmuebles industriales en Querétaro.

De igual modo, resulta conveniente invertir en locales comerciales en las ciudades de Querétaro, Monterrey y CDMX; o bien, invertir en oficinas en Querétaro, Monterrey y Guadalajara; los inmuebles industriales en la ciudad de Monterrey son buenas alternativas también. Todos bajo el esquema de inversión para renta.

Cabe señalar que el reporte citado igualmente muestra que en la CDMX y Guadalajara están comprando más usuarios finales de la Generación 'Y' (es decir, *millennials,* menores de 35 años), mientras que en Monterrey la demanda comprende un mercado entre la Generación 'Y' y la Generación 'X' (o sea, personas de entre 36 hasta 50 años). Finalmente, en el caso de Puebla y Querétaro la solicitud de productos inmobiliarios está encabezada por personas mayores de 50 años (Baby Boomers) y algunas más que son parte de la Generación X.

La industria inmobiliaria goza de un gran impulso, hoy observamos innovación, desarrollo y un terreno fértil para quienes buscan la solidez y el respaldo de un bien inmueble. Sin duda, el escenario ofrece buenas perspectivas para quienes buscan invertir en ladrillos.

El precio de la vivienda en Puebla ha subido de 4 a 8% en tan sólo dos años como resultado de la demanda de familias foráneas que la visualizan como un buen destino para vivir.

Los productos más atractivos para inversión en renta son departamentos en la CDMX, Querétaro, Guadalajara y Monterrey y casas e inmuebles industriales en Querétaro.

***Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.**

DISEÑOS QUE TRASCIENDEN FRONTERAS

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

"Diseñamos espacios que cautivan el espíritu" fue como el Arquitecto **Juan Carlos Gómez Castellanos** Principal & CEO de Gomez Vazquez International, define en entrevista para Inmobiliare, el trabajo que durante años de experiencia ha realizado todo el equipo que conforma la firma de arquitectos.

Misma que año con año se renueva y fortalece para ofrecer a sus clientes proyectos con estilo único y carácter propio, trabajo que inicia el arquitecto José Manuel Gómez Vázquez Aldana, quien al finalizar sus estudios y colaborar con arquitectos de la talla de Phillip Johnson y Walter Gropius en Estados Unidos, regresa a México con el objetivo de fundar la primer firma de arquitectura en el país.

Después de más de 50 años de trayectoria, Gomez Vazquez International se ha convertido en una de las firmas con mayor importancia, reconocimiento y presencia a nivel mundial, "hemos trascendido fronteras y trabajado en 19 países en varios continentes" señala el Principal & CEO de Gomez Vazquez International. Lo que los ha llevado a ser galardonados por parte de *Architecture Awards 2017* como la Firma de Arquitectos del año.

Después de más de 50 años de trayectoria, Gomez Vazquez International se ha convertido en una de las firmas con mayor importancia, reconocimiento y presencia a nivel mundial.

Rosewood Mayakoba se ha convertido en un referente internacional en el sector de *Luxury & boutique hospitality.*

Asimismo, entre los múltiples premios que la firma ha recibido se encuentra *BSAG Build SA Green SA Tomorrow Sustainability Award* en la categoría residencial por el proyecto Green Heights en 2019; *Build 2018 Architecture Awards* por mejor firma de servicios completos de Arquitectura del Continente Americano; y *Architecture Multiple Residence 2017 Property Awards* Proyecto Rosewood Mayakoba; mismo que según el arquitecto Juan Carlos Gómez Castellanos, se ha convertido en un referente internacional en el sector de *Luxury & boutique hospitality*.

Gomez Vazquez International cuenta con un portafolio que abarca proyectos comerciales, corporativos, planes maestros, residenciales y de hotelería; para el cual han logrado trabajar de la mano de cadenas como Hilton, Marriott, The Ritz-Carlton, Four Seasons, Rosewood, entre otras. De acuerdo con el arquitecto, el sector *hospitality* es el de mayor enfoque, ahora siendo su especialidad.

A la fecha la firma ha diseñado más de 300 proyectos de este segmento y actualmente se encuentran trabajando en seis hoteles de grandes y reconocidas cadenas internacionales. "Cada cadena es diferente y cuenta con sus propios requerimientos, por lo que entendemos su situación y diseñamos trajes hechos a la medida. Nos convertimos en un aliado para que logren sus objetivos financieros" comenta.

Una de los principales puntos que los caracteriza es la visión de diseño que le dan a cada uno, "nuestros clientes valoran nuestro enfoque: generar experiencias únicas y positivas para que quieran regresar a vivir esos momentos". Regla que aplican en todos y cada uno de los sectores para los que trabajan.

En el caso de los Usos Mixtos, por ejemplo, el CEO de Gomez Vazquez International considera que la evolución de las ciudades exige espacios más adecuados para la vida diaria de las personas, por lo que este tipo de proyectos deben facilitar la interacción entre diferentes componentes: horarios, flujos, usos y usuarios para formar comunidades integradas.

UNA FIRMA CON PRESENCIA INTERNACIONAL

El mayor reto de Gomez Vazquez International es mantenerse como local en cada una de las ubicaciones en las que tienen presencia, por lo que todos los proyectos que llegan a la mesa de Gomez Vazquez International se realizan con base en estudios previos de la cultura de cada región, es decir, costumbres, tradiciones, valores, etc. Para lo cual ha conformado un equipo de trabajo multicultural, con talento de 7 nacionalidades diferentes.

Sumado a los análisis antes mencionados, la firma hace uso de los avances tecnológicos que les facilita jugar con formas y estructuras para generar propuestas más libres, con la utilización de nuevos materiales, lo que les permite ofrecer las mejores soluciones y diseños a sus clientes, desarrollado en un marco de innovación y sustentabilidad. No obstante, considera que en un mundo con tecnologías tan cambiantes, el mayor reto es mantener el lado humano y atender las preocupaciones del equipo y los clientes.

También, señala que es necesario estar en continuo aprendizaje y renovación para ofrecer nuevas soluciones a través del diseño. En este punto reconoce que México es un generador de tendencias, ya que su historia y cultura son elementos de inspiración que se exportan a otras partes del mundo. La creatividad es una pieza fundamental para la firma y se integra a todo un proceso de trabajo.

> México es un generador de tendencias, ya que su historia y cultura son elementos de inspiración que se exportan a otras partes del mundo

Finalmente, el CEO de Gomez Vazquez International comenta que hoy en día cuentan con proyectos activos en Florida, Texas, Colorado, Panamá, Nicaragua, Costa Rica, Jamaica y Brasil.

En el caso de México, se encuentran trabajando en varios proyectos de Uso Mixto, residencial, high rises, en hotelería, resorts y destinos de lujo como Riviera Maya, Los Cabos, San Carlos en Sonora, Monterrey, Chihuahua, Riviera Nayarit y Costa Alegre.

conqr.

Hablamos humano
EN UN MUNDO DIGITAL

BRANDING & DISEÑO

SOCIAL MEDIA

LEAD MARKETING

PÁGINAS WEB

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

www.conqr.mx · hola@conqr.mx · (55) 86 24 32 86

EDIFICIOS SUSTENTABLES: EL RUBRO INMOBILIARIO Y SU IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE

Por CBRE Project Management LatAm

Durante las últimas décadas el impacto medioambiental ha sido uno de los temas principales a la hora de analizar nuestros hábitos. Esta creciente búsqueda por encontrar formas más sustentables al momento de desarrollar nuestras actividades diarias no es una labor que ha sido asimilada únicamente por las personas, ya que para las empresas este tema se ha convertido en un punto cada vez más relevante, especialmente si se considera que pasamos cerca de la tercera parte de nuestras vidas en un ambiente laboral. Es justamente en ese punto donde se están volcando mayoritariamente los esfuerzos para optimizar los recursos disponibles e implementar distintas iniciativas que ayuden a reducir la contaminación.

Es importante tener en cuenta que el sector inmobiliario tiene un enorme impacto en su entorno; consume el 60% de la energía a nivel global y gran parte del agua potable, esto responde no solo a los recursos durante la construcción, también habla del uso que le damos a los espacios. Especialmente ahora, cuando el crecimiento demográfico en las ciudades muestra que tendremos una mayor demanda de metros cuadrados y de servicios que deberán suplirse de forma eficiente, por lo que mejorar los estándares en los proyectos inmobiliarios es un tema que cobra cada vez más importancia.

Hoy en día existen distintos tipos de certificaciones que buscan acreditar un edificio para que cuente con determinados estándares medioambientales, siendo la certificación *Leadership in Energy & Environmental Design* (LEED) una de las más conocidas en el mundo, dado que tiene como objetivo ser una solución a largo plazo, presentando un futuro sostenible como un bien común para la sociedad, pues entrega alternativas al sector de la construcción para medir su aporte como agente de cambio dentro del compromiso global por el medio ambiente.

La certificación *Leadership in Energy & Environmental Design* (LEED), es una de las más conocidas en el mundo, dado que tiene como objetivo ser una solución a largo plazo, presentando un futuro sostenible como un bien común para la sociedad.

En CBRE, al ser una empresa que trabaja con compañías mundialmente reconocidas por su compromiso medioambiental, debemos velar por mantener los estándares de nuestros clientes en cualquier parte del mundo.

Asumimos ese compromiso como un esfuerzo basado en el buen diseño y las prácticas sostenibles, no solo en el proceso de construcción, sino también una vez terminado el espacio para que éste funcione dentro de una constante optimización de recursos. Es allí donde la certificación LEED se vuelve un ítem obligatorio en el planteamiento de los requerimientos de nuestros clientes. Lo que más hemos aprendido es que para nuestros clientes contar con una certificación como LEED es prácticamente como el punto de partida, ya que manejan estándares de diseño global y un alto sentido de responsabilidad ambiental.

También hemos notado que las empresas están cada vez más familiarizadas con las prácticas sostenibles, preocupándose por el cuidado de sus empleados al querer proporcionarles ambientes que hagan de su oficina un lugar más productivo y agradable, y las certificaciones como LEED son simplemente el resultado de ese compromiso.

Estar comprometidos con este tipo de iniciativas genera una participación más activa y ayuda a que la industria aprenda cada día más. En CBRE, buscamos que nuestros profesionales logren acreditarse para que así puedan aportar un valor agregado al equipo de trabajo, asociándonos con las consultoras LEED de cada país donde operamos en Latinoamérica, trabajando para que la iniciativa de desarrollar sus inmuebles bajo las normas de certificación sea una práctica cada vez más común en los distintos mercados de la región y así proporcionar a sus usuarios entornos realmente innovadores, saludables y con un menor impacto ambiental.

La certificación LEED se logra a través de la evaluación de los siguientes aspectos:

- Proceso integrativo de diseño.
- Emplazamiento, ubicación y transporte.
- Uso de energía y emisiones a la atmósfera.
- Calidad del ambiente interior.
- Materiales y recursos.
- Innovación y diseño.
- Prioridades regionales (hace referencia a las necesidades específicas de un país o locación como, por ejemplo, las zonas climáticas).
- Uso eficiente del agua.

"El uso de certificaciones sustentables en México ha ayudado a catapultar el desarrollo de nuevas tecnologías para el ahorro de agua y energía, aplicadas al mercado inmobiliario. Actualmente, los desarrolladores buscan complementar los buenos diseños arquitectónicos con estrategias que les permitan reducir los costos operativos de sus clientes e inquilinos. Gobierno e industria privada han explotado estos beneficios, ya sea para otorgar beneficios fiscales por su implementación o por ofrecer una mejor competitividad en los diferentes corredores inmobiliarios de las ciudades más grandes del país. LEED es un ejemplo de ello, lo cual ha llevado a posicionar a México dentro de los diez países con más proyectos en el mundo. Las siguientes versiones de la certificación empujarán a levantar un estándar de diseño más estricto que, seguramente, beneficiará a todos" Jesús A. Galván, Project Manager y especialista LEED de CBRE México. 【•】

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

3Difica®

AGENCIA DE
MARKETING
DIGITAL ESPECIALIZADA EN
SECTOR
INMOBILIARIO

19 AÑOS
+ DE 900 PROYECTOS

Creando **estrategias y soluciones integrales de marketing inmobiliario** con las más avanzadas herramientas digitales para posicionar tu proyecto ante el mundo.

SERVICIOS

- Branding
- Renders fotorealistas
- Videos promocionales
- Animación 3D
- Recorridos virtuales
- Fly Over
- Match mover
- Apps para iOS y Android para tabletas y smartphone
- Desarrollo web
- Campañas de MKT Digital
- Vistas piso por piso
- Simulador financiero
- Pantallas touchscreen

CORPORATIVO CDMX
01 55 52 50 06 30
52 03 28 05
55 24 75 63 66
contacto@3difica.com

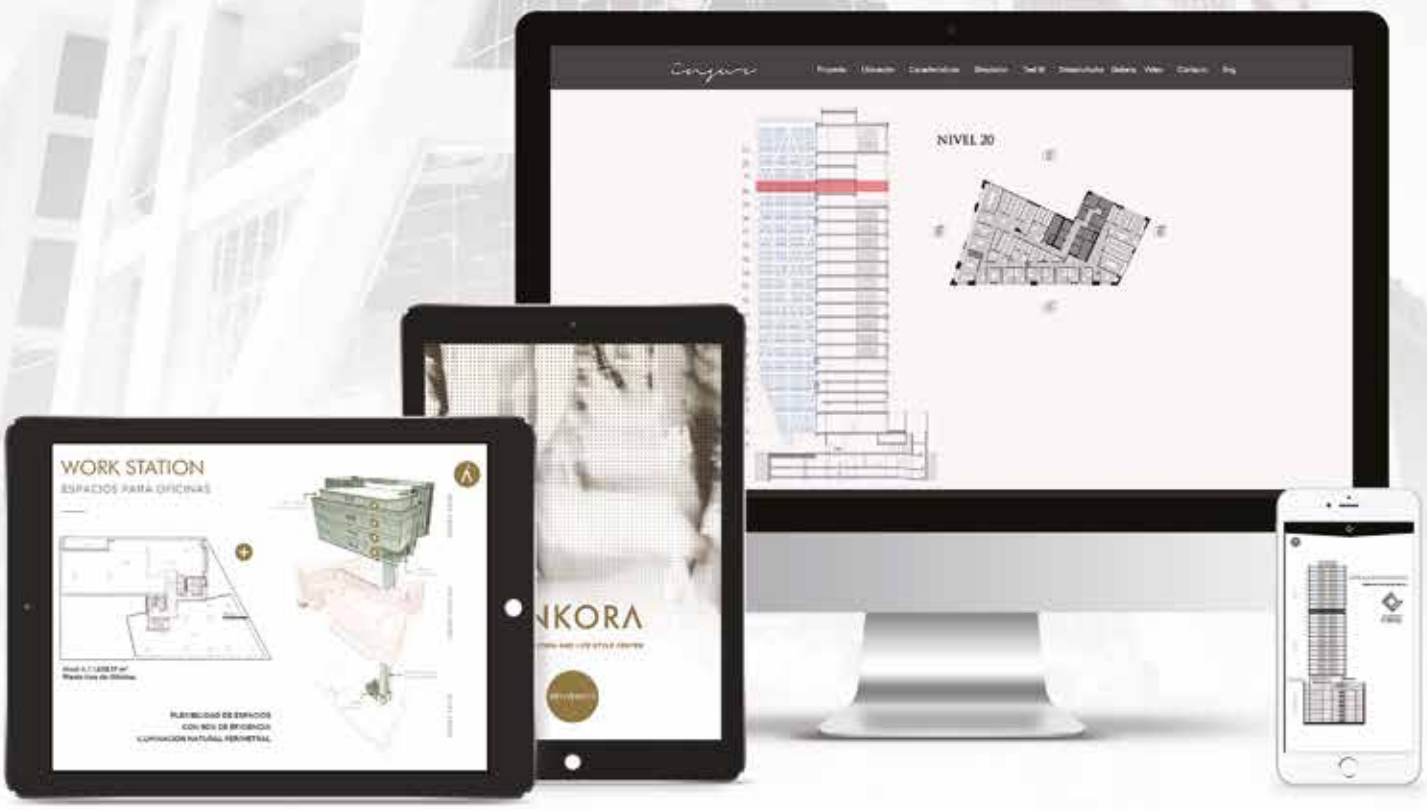
QUERÉTARO
045 44 22 39 47 24
anuno@3difica.com
eamaya@3difica.com

CANCÚN & RIVERA MAYA
045 99 82 52 82 73
arturo@3difica.com

MONTERREY
045 81 11 13 13 06
contacto@3difica.com

HERRAMIENTAS DIGITALES QUE INCREMENTAN LAS VENTAS

DE TU DESARROLLO INMOBILIARIO



Nuestra misión es llevar tu proyecto de los **planos arquitectónicos a un cierre comercial exitoso** a través de nuestras herramientas y tecnología digital.

GUADALAJARA

045 33 31 95 59 23

contacto@3difica.com

ENSENADA

045 64 61 48 68 46

bwoolrich@3difica.com

www.3difica.com

LA "INTEGRACIÓN DISEÑO + CONSTRUCCIÓN"

El futuro de la industria de ejecución y diseño de proyectos en México

'Una visión Conjunta'. Las mejoras que revolucionan la industria ocurren cuando todos los miembros del equipo trabajan hacia un objetivo común. Esta es la idea central del sistema integrado de proyectos de Beck.

BECK

THINK.
DESIGN.
BUILD.

Por Alfredo Galeano, Grupo Beck
alfredogaleano@beckgroup.com

La implementación de este simple concepto es igualmente franca: un equipo de arquitectos, ingenieros, constructores y expertos en tecnología que se combinan para trabajar en un proyecto desde su conceptualización hasta su terminación. Nuestro conocimiento y experiencia para llevar las ideas a la realidad es un salto más allá del viejo modelo en donde se contrata a una firma de arquitectura y otra de construcción que pretenden trabajar con un mismo fin, sin incentivos comunes reales por obtener resultados de costo, tiempo y calidad de diseño conjuntos. En el modelo integrado de Beck compartimos la visión del cliente y trabajamos en equipo para definir el éxito según sus términos y requerimientos.

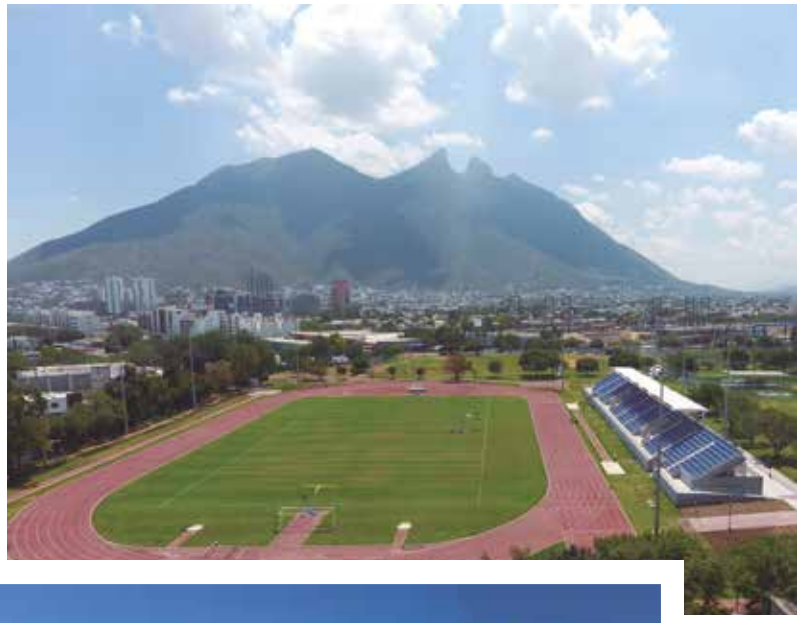
'Somos más fuertes juntos'. A veces, la interacción multidisciplinaria crea discusiones y debate. Pero, hemos aprendido a administrar la tensión entre las distintas disciplinas y áreas. Nuestros puntos de vista y perspectiva únicos en el medio ayudan a identificar posibles problemas y colaborar para desarrollar resoluciones de manera más rápida y eficiente. Cuando las áreas de Diseño, Preconstrucción y Construcción trabajan juntas se genera una mejor experiencia del cliente y resultados excepcionales.

Los proyectos integrados superan significativamente a otras formas de organización:

- Mayor eficiencia de costos
- Mejor control de programación
- Un solo responsable del proyecto
- Aumento de la calidad del producto final, con reducción de retrabajos

En 'Arquitectura' creemos que los espacios deben reflejar la calidad, el estilo y la identidad de los dueños y usuarios. Somos conocidos por responder a las necesidades de nuestros clientes. Nos ocupamos de considerar el contexto del lugar y su propósito. Independientemente del proyecto, la excelencia en el diseño sigue siendo nuestro enfoque.

En 'Construcción' nos hemos ganado el respeto y la confianza de nuestros clientes. Con un índice de 85% de clientes repetitivos. Por encima de todo, Beck mantiene una relación de socios con sus clientes, con miras al largo plazo gracias a nuestra dedicación y rendimiento. Respondemos en tiempo real cuando surgen problemas. Contamos con un enfoque donde la seguridad es primero, integrando la visión del propietario y el diseño arquitectónico, cumpliendo con los compromisos en tiempo y dentro del presupuesto pactado.



TECNOLOGÍA

'Innovación impulsada por el propósito'

Beck lidera la industria del diseño y la construcción en innovación mediante el desarrollo y el avance tecnológico. Esto se debe a que la tecnología nos ayuda a aumentar la disponibilidad de información, reducir el riesgo, aclarar el alcance, mejorar la calidad y reducir los costos de los proyectos de diseño y construcción. Utilizamos la tecnología en todos y cada uno de los proyectos de Beck para identificar desafíos, aumentar la colaboración, mejorar la comunicación y ahorrar costos.

La mejor estrategia que hemos encontrado es abrazar la oportunidad y el potencial que ofrecen las herramientas digitales. El software desarrollado para el diseño y la construcción está mejorando a un ritmo récord. En Beck, obtenemos su valor y lo implementamos en un proceso disruptivo para enfrentar muchos de los desafíos que se plantean a medida que reinventamos nuestra anticuada industria.

Los drones proporcionan información rica en datos que puede reducir significativamente los costos y mejorar la eficiencia y la velocidad de los diversos tipos de trabajo asociados con los proyectos de construcción, tales como topografía, modelado de sitio y proyecto, informes de avance a los clientes e inspecciones. Con el uso de drones en aumento, la industria puede esperar ver menores costos de construcción y reducción de retrasos en el programa de obra.

EL ESTADIO BORREGOS UN EJEMPLO DE ÉXITO DEL SISTEMA INTEGRADO DE BECK

El proceso integrado de este proyecto inició con la fase de diseño hace aproximadamente tres años y continuó con la construcción del Estadio Borregos hasta su terminación en el mes de abril 2019.

El estadio cuenta con 15,300 metros cuadrados de construcción, instalaciones de punta con aforo para 10,000 espectadores (con capacidad de aumentar a 12,000), cancha de pasto sintético profesional, 8 torres de iluminación LED, Pantalla de 10 x 8 metros, 6 vestidores para jugadores y 2 para árbitros, gimnasio, sala de fisioterapia, sala de primeros auxilios, salas de esparcimiento y reunión, espacios de concesiones, salas multiusos y oficinas deportivas.

Este recinto forma parte del Centro Deportivo Borregos, planteado en el Plan Maestro del Tecnologico de Monterrey, Campus Monterrey, es un complejo de instalaciones deportivas construido en un terreno de 14 hectáreas para crear un ecosistema que permita tener un equilibrio físico, mental, emocional y espiritual.

ALBERGARÁ LA VIDA DE LOS DEPORTES, LA CULTURA Y EL LIDERAZGO ESTUDIANTIL DEL TEC DE MONTERREY.

El estadio está dentro de "DistritoTec", iniciativa de vanguardia que fomenta la relación positiva con el entorno. Este proyecto de regeneración urbana busca integrar al campus con las comunidades vecinas para crear un ecosistema de innovación, investigación y emprendimiento.

La apertura de este nuevo estadio contribuirá a promover una vida estudiantil plena, donde las actividades deportivas, artísticas y culturales fortalecerán la formación de los alumnos.

El nuevo Estadio Borregos es la propuesta generada por Beck para el Tec de Monterrey para que la comunidad y la sociedad en general puedan disfrutar de lo mejor de los deportes, las artes y la cultura, en un espacio con infraestructura de primer nivel y un concepto multifuncional.

El proyecto del Estadio Borregos bajo el sistema integrado de Beck cumplió con las métricas económicas de tiempo, costo, calidad e intención de diseño excediendo las expectativas de nuestro cliente.

BECK EN MONTERREY

Con el Estadio Borregos y una serie de proyectos en la ciudad de Monterrey, Beck se consolida en su plan de expansión en la zona norte del país y propiamente en la zona metropolitana de Monterrey.

La empresa, fundada en 1912 por Henry C. Beck, con matriz en Dallas tiene presencia también en Atlanta, Austin, Denver, Fort Worth, Tampa, Monterrey y Ciudad de Mexico donde cuenta hoy con más de 25 años.

Con el diseño y construcción del Wellness Center del Tecnológico de Monterrey y una serie de proyectos en puerta localizados en la zona Metropolitana de Monterrey, Beck reafirma su incursión y compromiso con el mercado regiomontano, fortaleciendo su presencia en México, alineado con la visión global de la Compañía.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

HIDROSISTEMAS BAJA

22 AÑOS DE COMPROMISO

Cuarto de bombas

Por Rubi Tapia
rubi.tapia@inmobiliare.com

Actualmente los diferentes desarrollos residenciales, naves industriales, museos, oficinas, entre otros complejos, deben de contar con sistemas para prevenir catástrofes, entre ellos, los incendios.

En México, no existían regulaciones claras sobre cómo debía ser la adecuada instalación de un sistema de prevención o protección contra incendio. Es por ello que en el año 2010, se implementó la NOM-002-STPS, norma oficial para la prevención y protección contra incendios de carácter obligatorio que rige todo el territorio nacional y aplica en todos los centros de trabajo.

En Mexicali, Baja California, se fundó en 1997, Hidrosistemas Baja (HB), empresa pionera en el suministro de sistemas contra incendio, la cual se ha dedicado a brindar soluciones integrales para toda su cartera de clientes en sus diferentes proyectos; estos varían desde el retail, edificios multiusos, industria ligera, médica y sanitaria, desarrollos industriales, almacenes, centros de distribución, minería hasta el mercado de oil and power (su más reciente incursión en este mercado), protegiendo terminales para almacenamiento de combustible.

HB se creó con el objetivo de ser una firma mexicana que tuviera el nivel de brindar servicios profesionales basados en las normas y requerimientos que firmas extranjeras exigían, "veíamos mucha actividad de compañías extranjeras que se instalaban en Mexicali, esto debido al Tratado de Libre Comercio entre México y Estados Unidos. Cada una de las empresas traían requerimientos específicos debido al giro que manejaban", comenta en entrevista para Inmobiliare, el Ingeniero Mitl Llamas, director general y fundador de la empresa.

En un inició, la línea de producto de HB abarcaba el suministro de equipos de bombeo listados y aprobados para la aplicación de sistemas contra incendio y tanques atornillables para almacenamiento de agua. Posteriormente, debido a la demanda de proyectos más complejos de los clientes y a su preferencia, han tenido que aumentar y especializarse en otros servicios, como en soluciones integrales que incluyen el diseño de estos, el cual es basado en la previa evaluación de riesgo, suministro, instalación, mantenimiento y capacitación.

Ingeniero Mitl Llamas

Universidad HB

ESTÁNDARES DE CALIDAD Y UNIVERSIDAD HB

Debido a la creciente demanda, con el paso del tiempo, los colaboradores de HB se han mantenido actualizados con constante capacitación de los códigos y normas aplicables en la instalación, operación y mantenimiento de los sistemas contra incendio, ya que están conscientes de la responsabilidad que conlleva la correcta función de un sistema dedicado a salvaguardar vidas.

Esto les ha permitido contar con las siguientes certificaciones: en calidad ISO 90001, en el tema ambiental ISO 14 001 y en seguridad OHSAS 18 001, además de tener ingenieros que cuenten con el certificado de CETRACI, la cual es otorgada por la Asociación Mexicana de Rociadores Automáticos Contra Incendio (AMRACI).

A partir de la detección de esta necesidad, es como nace la Universidad HB; "la única forma de ser diferentes a otras compañías es que tu gente esté más capacitada, por lo que tenemos un sistema de entrenamiento en donde la gente va adquiriendo habilidades cada vez más completas para poder asistir en campo las necesidades del cliente", expresa Mitl Llamas.

El centro de capacitación tiene como objetivo el formar, no solo de forma teórica sino también práctica, a clientes, subcontratistas y aliados. Los cursos abarcan temas específicos en códigos y regulaciones aplicables basados en NFPA 25, 72, 20, 13 así como pre-certificaciones en sistemas de alarma, con una duración de 1 a 3 días. El convenio de colaboración con National Fire Protection Association (NFPA) les permite utilizar sus instalaciones para ofrecer sus cursos.

La universidad cuenta con dos aulas totalmente equipadas para capacitación teórica; además de talleres donde pueden poner en práctica lo aprendido sobre instalación de equipos de bombeo, teniendo acceso a manipular y realizar pruebas a equipos trabajando a su capacidad normal, abrir y cerrar válvulas para diferentes tipos de maquinaria, además de hacer diagnósticos y reparar fallas provocadas intencionalmente en sistemas de alarma gracias al laboratorio eléctrico equipado.

NACIONAL E INTERNACIONAL DE HB

Para ofrecer un servicio más eficiente a todos sus clientes en la República y cubrir las diferentes necesidades, Hidrosistemas Baja cuenta con sucursales ubicadas en Tijuana, Hermosillo, Querétaro, Metepec y en Guadalajara; cada una planeada de acuerdo con la mayor demanda y conectividad de la región. Dentro de sus planes de expansión, se tiene prevista una sucursal en el norte del país para inicios del 2020.

Además de realizar instalaciones en México, han cruzado fronteras con proyectos en Ecuador, República Dominicana, Colombia y Perú. En 2018, realizaron trabajos en la Mina Toquepala, la cual está ubicada al sur de Perú, proyecto de Southern Copper Corporation (filial de Grupo México).

Resumiendo en números, la historia de Hidrosistemas Baja se pueden destacar los más de 1000 equipos de bombeo vendidos, 600 tanques de almacenamiento de agua y 50 millones de pies cuadrados en instalación de sistemas contra incendio. [•]

Proyectos de la Región Norte del país

La inversión y crecimiento del mercado inmobiliario en la región norte de México continúa adquiriendo mayor fuerza. A continuación te presentamos cinco desarrollos de usos mixto de esa zona del país.

SOHL

Será un desarrollo de usos mixtos ubicado en Monterrey, Nuevo León. El despacho encargado del diseño es la firma Sordo Madaleno Arquitectos. Será una esbelta torre de 262 metros de altura, tendrá un centro comercial, oficinas, hotel y viviendas distribuidas en 62 niveles. Contará con un área de construcción de 159 mil 859 metros cuadrados y un terreno de 14 mil 869 metros cuadrados.

Se planea en dos fases, se contempla la unión de varios predios para crear un epicentro de acción dentro de una configuración con forma de elipse. En el punto más alto de la torre se propone introducir un Skydeck turístico con el fin de promover la actividad socio-cultural. Los directores del proyecto son los arquitectos Rodrigo Flores y Fabiano Continanza, se espera su apertura para el 2022.

Torres Santa Fe

Es un proyecto ubicado en Chihuahua, diseñado por el despacho del Arquitecto Alberto Vidal. Su distribución será: 12 niveles de oficinas, los cuales van desde los 88 metros cuadrados, penthouse con Mezzanine, Business Center con 6 salas de juntas, cuatro niveles elevados y más de 300 cajones de estacionamiento distribuidos en tres niveles subterráneos. Se estima que su construcción finalice en abril de 2020.

Esfera City Center

Esfera City Center es un proyecto residencial que integra una zona de usos mixtos; está a cargo del estudio de Zaha Hadid, el cual propuso un diseño de bloques largos de baja altura con el fin de rodear el parque público.

Este desarrollo aloja 981 residencias de diferentes medidas, esto depende del número de habitaciones: de una recámara será de 80 a 99 m2; de dos dormitorios de 100 a 120 m2; de tres alcobas de 120 a 140 m2; y de cuatro recámaras de 140 a 160 m2. Su área bruta rentable (GFA, por sus siglas en inglés) es de 137 mil m2. La apertura está en proceso.

Parc Santa María

Proyecto de usos mixtos en Monterrey, Nuevo León; de las firmas Gava Capital e INSAR. El inmueble se conforma de 120 departamentos, que van desde los 73 metros cuadrados hasta los 121 metros cuadrados, los cuales están distribuidos en tres torres.

En la planta baja del desarrollo tendrá una plaza comercial; además de diferentes tipos de amenidades como: un área de asadores, parque recreativo, área infantil, alberca con chapoteadero, gimnasio, cancha de polivalente, área de mascotas y una casa club.

Volga

Desarrollo de usos mixtos en Monterrey, Nuevo León; el despacho encargado del diseño es la firma Sordo Madaleno Arquitectos. Tiene un área de construcción de 8 mil 590 metros cuadrados y un área de terreno de mil 660 metros cuadrados.

El edificio se desarrollará en cinco niveles: el primero destinado para uso comercial y los siguientes cuatro para uso corporativo con un metraje promedio de 500 metros cuadrados libres por planta. También, contará con cuatro sótanos de estacionamiento y espacios destinados para los diferentes cuartos de máquinas. El proyecto se encuentra en construcción.

EN EXPANSIÓN EL MERCADO INMOBILIARIO DEL NOROESTE DE MÉXICO

Por Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com

Newmark Knight Frank

Oliver Rodriguez-Dir. Ejecutivo de NKF, Genaro Lopez, Julieta Castro, Rodrigo Caballero, Claudia Navarro, Jorge Bernal y Eduardo Rojo-Dir. Ejecutivo de NKF.

Con una amplia trayectoria en el mercado de bienes raíces, Eduardo Rojo y Oliver Rodríguez, encabezan y conforman, en Tijuana, Baja California, una de las principales sedes de Newmark Knight Frank (NKF), atendiendo el amplio mercado del noroeste de México.

NKF es una de las firmas más importantes de bienes raíces a nivel mundial y líder en consultoría inmobiliaria. En México ofrece soluciones integrales a grandes corporaciones e inversionistas institucionales, así como a propietarios y usuarios a nivel local y regional, por lo que la sede de Baja California es un punto estratégico para atender el mercado de la frontera norte del país, desde Tijuana hasta el oeste de Ciudad Juárez.

Oliver Rodríguez lleva más de 15 años enfocado en el mercado de bienes raíces comerciales, especializándose en la adquisición y disposición de inmuebles estratégicos, transacciones de arrendamiento y desarrollo de proyectos. Por su parte, Eduardo Rojo tiene amplia experiencia como desarrollador en la Ciudad de México, Guadalajara, Nogales, Hermosillo, Mexicali y Tijuana. A su vez, fue VP de marketing en Prologis, Corporate Properties of Americas (CPA) , Grupo ATISA y Grupo IAMSA.

Oliver Rodriguez, Federico Mendoza Ralph y Eduardo Rojo.

Roselia Reyes, Anet Valdez, Eduardo Rojo, Federico Mendoza Ralph y Jorge Altamirano.

En 2013, Oliver Rodríguez abrió Alpha México para atender varios de sus clientes después de laborar poco más de 9 años en NAI México. A finales de 2015, y después de 26 años como desarrollador, Eduardo Rojo se une a Alpha México, conformando un equipo exitoso, donde la empresa empezaba a tener contacto con los líderes globales en servicios inmobiliarios de EEUU y México. Esto los motivó para incorporarse a un modelo de negocios más experimentado como el de Newmark Knight Frank (NKF).

"Embonamos con el equipo que estaba formando Giovanni D'Agostino (Presidente en México y Director Regional de Latinoamérica de NKF); y definitivamente, traíamos una visión para hacer crecer el negocio y atacar los nuevos retos que venían en el mercado, en representación de una firma que veía con una agresividad de crecer y poner huella en el mercado. Tomamos la decisión hace un año y medio de formar parte del equipo de NKF y desde entonces estamos con la camisa bien puesta" comentan, en entrevista exclusiva para Inmobiliare, los directores ejecutivos Eduardo Rojo y Oliver Rodríguez.

Oliver Rodriguez, Rodrigo Caballero y Eduardo Rojo.

Federico Mendoza Ralph, Asset Management Director-FRONTIER Industrial & Logistics Real Estate
Patricio Gutierrez Tommasi, CEO-FRONTIER Industrial & Logistics Real Estate

El trabajo que NKF ha desarrollado en Tijuana se ha enfocado principalmente en el área industrial, ya que a pesar a la incertidumbre que prevaleció el año pasado ligada a los acontecimientos políticos y económicos del país, la zona del noroeste y específicamente esa ciudad, mantienen un mercado en crecimiento y con fuerte demanda.

Durante el último año de actividad industrial en Tijuana, de acuerdo a los reportes de mercado de NKF, este segmento experimentó un crecimiento de 113,427 m^2, llegando a un tamaño de mercado de 2.96 millones de m^2 de edificios clase A.

La absorción de los últimos 12 meses cerró en 111,473 m^2, manteniendo una tasa de disponibilidad del 2% por falta de espacios industriales. Esto a detonado los arrendamientos de proyectos que apenas están en construcción ('Built-To-Spec'), tendencia que no se había visto en Tijuana en los últimos 20 años

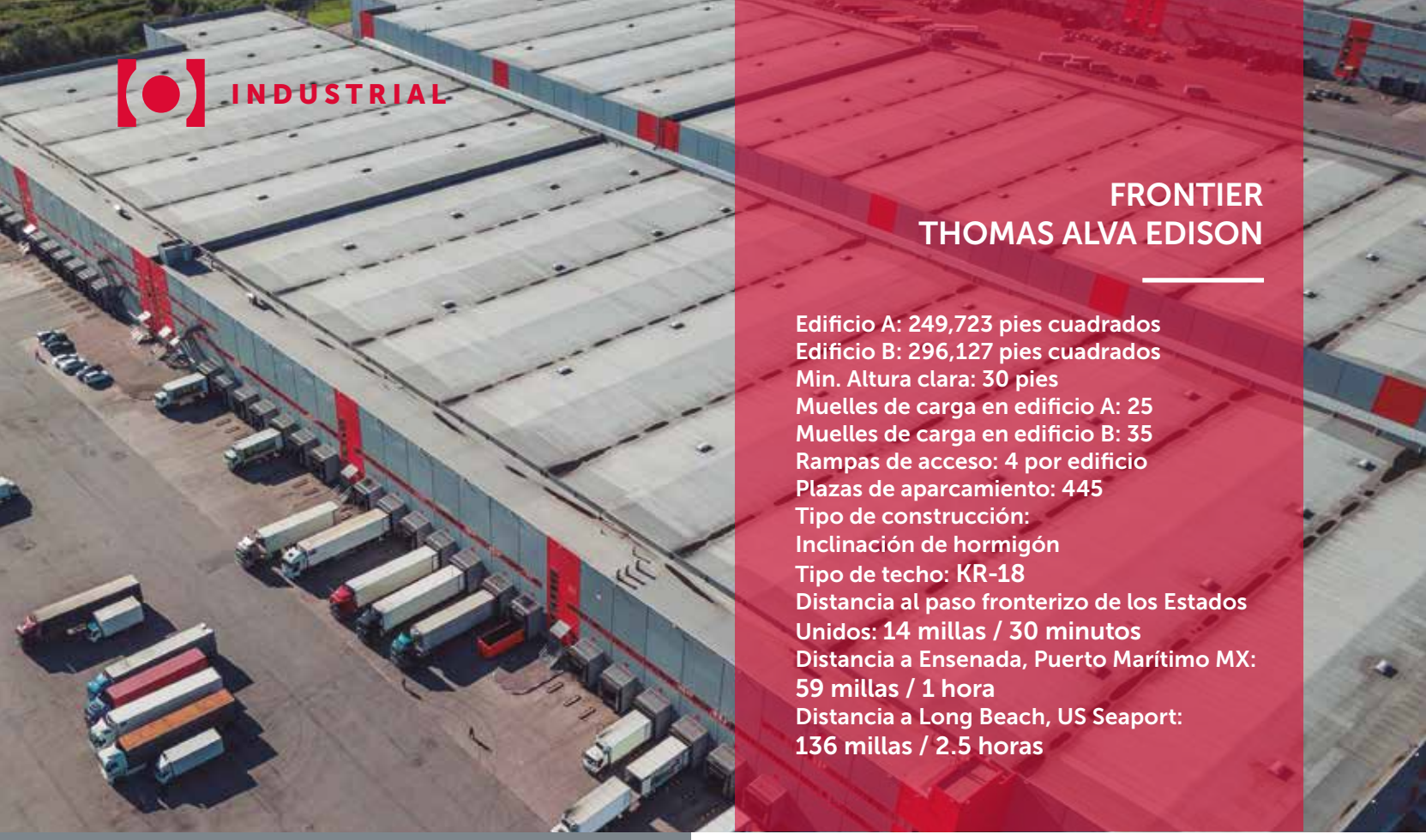
Algunas operaciones destacadas fueron:
TransPak: 10,000 m^2 en IAMSA Vie Verte Industrial Park
DiaLight: 10,000 m^2 en IAMSA Vie Verte Industrial Park
Maxon: 6,700 m^2 en Vesta Lagoeste Industrial Park
Jacuzzi: 16,000 m^2 en Vesta Lagoeste Industrial Park
ParPro: 14,000 m^2 en Santa Fe Industrial Park
G-Global: 8,000 m^2 ATISA en Parque Industrial Pacífico

El precio promedio de renta de los últimos 12 meses ha aumentado en un 6%, y su tendencia marca que seguirá creciendo debido al alto interés de usuarios por establecer o crecer sus operaciones en dicha ciudad, a finales del primer trimestre del 2019 el precio promedio de renta mensual cerró en USD$5.16/m^2.

Tijuana tiene una posición muy importante en el área industrial, por delante de Guadalajara y Monterrey. Es una ciudad que ha despertado el apetito de grandes inversionistas provenientes originalmente de Estados Unidos y Asia, hoy en día prevalece la inversión nacional a través de los nuevos vehículos bursátiles de inversión. "Seguimos aún con mucha inversión foránea, sobretodo estadounidense y los sectores de mayor auge son el aeroespacial y el médico, aunque el electrónico también es sólido" informan los ejecutivos de Newmark en la zona noroeste.

MEXICO MERCADO INDUSTRIAL (IT19)

Ciudad	Inventario Total (m^2)	En Construcción (m^2)	Disponibilidad total	Tasa de Disponibilidad	Absorción Trimestral (m^2)	Precio de Renta Promedio (USD/m^2)
Monterrey	5,847,151	286,865	500,749	8.6%	43,142	$ 4.24
Gudalajara	1,619,867	70,653	44,771	2.8%	11,789	$ 4.04
Tijuana	2,978,208	154,542	60,681	2.0%	38,212	$ 5.16
Ciudad de México	10,302,802	460,172	623,117	6.0%	254,931	$ 5.29



FRONTIER THOMAS ALVA EDISON

Edificio A: 249,723 pies cuadrados
Edificio B: 296,127 pies cuadrados
Min. Altura clara: 30 pies
Muelles de carga en edificio A: 25
Muelles de carga en edificio B: 35
Rampas de acceso: 4 por edificio
Plazas de aparcamiento: 445
Tipo de construcción:
Inclinación de hormigón
Tipo de techo: KR-18
Distancia al paso fronterizo de los Estados Unidos: 14 millas / 30 minutos
Distancia a Ensenada, Puerto Marítimo MX: 59 millas / 1 hora
Distancia a Long Beach, US Seaport: 136 millas / 2.5 horas

No obstante, el segmento de oficinas está tomando un lugar importante, "hoy día vemos un crecimiento y un auge en el tema de oficinas muy fuerte, estamos empezando a tener cobertura también en el ramo para poner la huella de Newmark, ya que recientemente un estudio interno nos arrojó un crecimiento venidero de hasta 300 nuevos edificios en el primer cuadro de la ciudad en los siguientes 15 años." añadieron.

Respecto al contexto actual, los directivos de NKF Tijuana subrayan que ahora que se conocen las reglas del juego en el nuevo tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), por lo que se reactivará el mercado inmobiliario en la región.

"Con el ajuste fiscal en la frontera vamos a ver un 'boom' de oficinas y operaciones corporativas nunca antes visto en la ciudad y en materia de manufactura cada vez más competitivo y llamativo para los estadounidenses, los principales indicadores ya en puerta apuntan a que la renta de naves industriales vuelve a estar en lo más alto, históricamente de la ciudad de Tijuana" afirman.

El 2019 se presenta con un panorama bastante positivo para NKF Tijuana, ya que el pasado viernes 17 de mayo se dio a conocer uno de los principales proyectos de la región, donde la comercialización estará a su cargo. Se trata de dos naves industriales Clase A, en el parque industrial Thomas Alva Edison, y uno en La Encantada, los cuales están ubicados en el submercado del Florido, uno de los más nuevos del estado de Baja California. Estos inmuebles albergarán operaciones de clase mundial para empresas multinacionales de manufactura diversa, lo que representa un voto de confianza en la zona noroeste de México.

Artha Capital, a través de su plataforma industrial FRONTIER, desarrollará el proyecto en dos etapas. El primer edificio de 23,200 m^2, estará disponible en el primer cuarto del 2020 y el segundo medirá 27,511 m^2, con fecha de construcción que será anunciada posteriormente. Asimismo, FRONTIER llevará a cabo la obra de un edificio Clase A de 9,497 m^2 este año, que se ubica a menos de 6 kilómetros del Parque Industrial Thomas Alva Edison en La Encantada; uno de los parques industriales más vanguardistas de Tijuana, hogar de operaciones de grandes empresas de los sectores de alimentos, médico, electrónico, metalmecánico, entre otros. Este edificio estará listo para el tercer cuarto del año en curso y también será comercializado por NKF Tijuana.

"Hemos aterrizado la representación de una de las firmas de inversión de capital más fuerte a nivel nacional. Artha Capital nos acaba de asignar tres edificios que están construyendo, en este momento especulativos. Esos tres edificios en inventario suman 650 mil pies cuadrados, no es típico que se de una asignación de ese tamaño, pero nos lo designaron por nuestra experiencia, tanto en tema de corretaje como en el desarrollo; y con mucho orgullo estamos ahorita trabajando en un contrato de arrendamiento en uno de los tres edificios que se rentó en etapa de construcción. Y va viento en popa la comercialización de los otros dos edificios" expresaron los directivos.

El proyecto se dio a conocer justo en el sitio donde se va construir el nuevo complejo, y se invitó a toda la comunidad promotora industrial de la región, entre ellos organismos como la Secretaría de Desarrollo Económico de la entidad (SEDECO) y la oficina de Desarrollo Económico de Tijuana, A.C. (DEITAC).

SUPRATERRA®

Construyendo Sueños Compartidos

Desarrollamos espacios planeados para **vivir bien.**

Con perspectiva innovadora y visión estratégica, **GRUPO SUPRATERRA** se consolida como empresa independiente en 2010, convirtiéndose en una de las compañías desarrolladoras más importantes, sólidas y comprometidas de México, perfilada a ser un pilar del desarrollo inmobiliario a nivel nacional. Contamos con alianzas nacionales e internacionales que respaldan la valiosa inversión en pro de la planeación urbana ordenada y responsable, creando los mejores proyectos de nuestros tiempos.

T. (442) 229 4850 | SUPRATERRA.COM.MX

zibatá® el Refugio® Desarrollo Residencial ZIRÁNDARO® DESARROLLO RESIDENCIAL & GOLF zákia® NR® NUEVO REFUGIO RESIDENCIAL

SAN PEDRO GARZA GARCÍA

EJEMPLO DE LA EVOLUCIÓN DEL NORTE

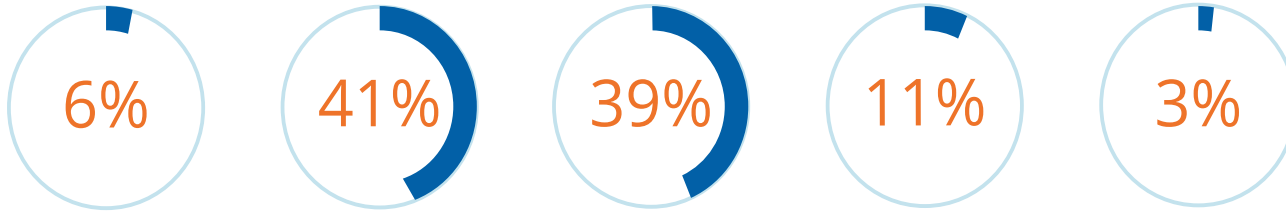
San Pedro Garza García es el municipio del país que ocupa el primer lugar de las Ciudades más Habitables de México 2018, de acuerdo al ranking realizado por el Gabinete de Comunicación Estratégica.

Nuevo León se ha caracterizado por tener uno de los mercados inmobiliarios más dinámicos del país, esto debido a una serie de ventajas competitivas que lo han convertido en una zona clave para los inversionistas y las constructoras en Monterrey; sin embargo, San Pedro Garza García no se está quedando atrás.

Dentro del todo el estado, en nueve de sus 51 municipios se concentra el 80% de la nueva oferta de vivienda residencial en el estado; en estas regiones también se concentra poco más del 82% de la población en el estado.

San Pedro Garza García tiene 1,739.9 habitantes por km2 y ocupa el noveno lugar en cuanto a la densidad poblacional en el estado por debajo de Monterrey, Guadalupe, Apodaca y San Nicolás de los Garza por mencionar a algunos.

No obstante, es uno de los municipios en todo el país que ocupa el primer lugar en el ranking realizado por el Gabinete de Comunicación Estratégica de las Ciudades más Habitables de México 2018, donde fue nombrado como el lugar con mayor calidad de vida. Esto como resultado del nivel de satisfacción que mostraron sus habitantes respecto su situación actual, su entorno familiar, su empleo, el lugar donde viven y los servicios públicos con los que cuentan.



Z Centenials
18-24 años

Y Millennials
25-34 años

X
35-54 años

Baby Boomers
55-64 años

Tradicionalistas
65+ años

San Pedro Garza García residencial

A nivel estatal, Nuevo León tuvo un crecimiento del 14% en el precio promedio de venta entre 2016 y 2018, pasando de 8 millones a 10 millones de pesos; este costo se habría elevado por los precios que existen en San Pedro Garza García, donde en el mismo lapso de tiempo se dio un crecimiento en el valor de precio, que pasó de un promedio de 15 millones a los 19 millones de pesos.

Dentro de la zona metropolitana de Nuevo León hay una clara tendencia hacia la vivienda horizontal, con un 77% de participación contra un 23% de oferta de vivienda vertical. Sin embargo, los desarrollos verticales en la región ha tenido un crecimiento importante gracias al aumento en la densidad poblacional de regiones como San Pedro Garza García, que se encuentra en noveno lugar en cuanto a la concentración de habitantes en todo el estado.

Aquí se han establecido empresas muy importantes para el sector económico e industrial de la ciudad neolonesa. Aunado a ello, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) del municipio de San Pedro Garza García es el segundo más alto del país; se ubica justo detrás de la alcaldía Benito Juárez en la Ciudad de México.

> Las inmobiliarias en este municipio tienen una amplia oferta de residencias, el 56 por ciento correspondiente a casas y un 44 por ciento a departamentos.

> En San Pedro Garza García el valor de los precios promedio en la venta de propiedades residenciales tuvo un aumento entre 2016 y 2018 al pasar de 15 millones a 19 millones.

Las inmobiliarias en este municipio tienen una amplia oferta de residencias, el 56 por ciento correspondiente a casas y un 44 por ciento a departamentos; en los últimos diez años la zona ha tenido un notable crecimiento poblacional por la generación de empleos, lo que repercute en el aumento de la demanda de residencias.

En la zona ha aumentado el número de personas que venden los terrenos de sus amplias casas a desarrolladores inmobiliarios que construirán plazas comerciales, oficinas o departamentos. Si la tendencia en el aumento de los costos por metro cuadrado se mantienen a la alza, es muy probable que los habitantes de la región comenzarán a inclinarse a la vivienda vertical.

Actualmente, este municipio es el que cuenta con un mayor desarrollo urbano y ha encontrado en los desarrollos mixtos una importante fuente de inversión, es por eso que cada vez hay más interés en la expansión de este tipo de proyectos.

De acuerdo con Lamudi.com.mx en San Pedro Garza García es la generación millennial (aquella entre los 25 y 34 años de edad) la que domina las búsquedas online de inmuebles con el 41% de participación.

Cabe destacar que el municipio cuenta con los espacios para habitar más caros del país, al cotizar alrededor de los 60 mil pesos el metro cuadrado.

Departamentos en venta y renta en San Pedro Garza García

Ranking de las 5 colonias más caras para rentar departamento en San Pedro Garza García

Las colonias más caras para rentar departamento en San Pedro Garza García son:

- Zona de los Callejones, precio aproximado 46 mil pesos
- Valle de San Angel Sect Español, precio aproximado 38 mil pesos
- Carrizalejo, precio aproximado 34 mil pesos
- Antigua Hacienda San Agustin, precio aproximado 33 mil pesos
- La Cima, precio aproximado 32 mil pesos

Ranking de las 5 colonias más caras para comprar departamento en San Pedro Garza García

Las colonias más caras para comprar departamentos en San Pedro Garza García son:

- Carrizalejo, precio aproximado 40 millones de pesos
- Bosques Del Valle, precio aproximado 38 millones de pesos
- San Pedro Garza Garcia Centro, precio aproximado 23 millones de pesos
- Santa Engracia, precio aproximado 21 millones de pesos
- Valle Del Campestre, precio aproximado 20 millones de pesos

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

En los últimos diez años la zona ha tenido un notable crecimiento poblacional por la generación de empleos, lo que repercute en el aumento de la demanda de residencias.

QUEREMOS QUE VIVAS EN LA CASA QUE TÚ QUIERES.

Crédito Hipotecario

Obtén la casa que quieres
con una tasa anual desde 9.45%

#BanorteTuBanco

Solicítalo en sucursal.

Banorte Móvil
Descárgala en tu tienda de aplicaciones y activala

Tasa anual fija desde 9.45%
CAT PROMEDIO 12.5% sin IVA. Para fines informativos y de comparación exclusivamente. Fecha de cálculo 01 de junio de 2019. Vigencia al 30 de noviembre de 2019. CAT calculado en Hipoteca Fuerte Banorte **tasa anual fija de 9.45%** en un plazo de 15 años para un crédito de $1,000,000 pesos y seguro Banorte cobertura básica, con financiamiento del 90%. Sujeto aprobación de crédito y cambios sin previo aviso. La tasa de interés definitiva se establecerá con base en el resultado del estudio de crédito y te será informada por tu asesor hipotecario. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Productos operados por Banco Mercantil del Norte, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Banorte. Para usuarios Telcel, no aplica cobro por uso de datos. Aplican restricciones. En caso de no tener actualizado tu número celular, tendrás que ir a un Cajero Automático Banorte. Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación en www.banorte.com

BANORTE
EL BANCO FUERTE DE MÉXICO

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN MÉXICO 2018

- Según el *World Investment Report 2018* publicado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), México se ubicó en 2017 como el 12º receptor mundial de inversión extranjera directa (IED).

- De acuerdo con cifras de la Secretaría de Economía (SE), en 2018 México recibió **31,604.3 millones de dólares** de IED, **6.4%** mayor a la cifra preliminar del mismo periodo de 2017.

- La IED registrada durante 2018 provino de **3,839 sociedades** con **participación de capital extranjero** y se integra de la siguiente manera:
  - Por tipo de inversión (origen del financiamiento): 38.8% a través de reinversión de utilidades, 36.3% por nuevas inversiones y 24.9% por cuentas entre compañías.
  - Por país de origen:

Estados Unidos	España	Canadá	Alemania	Japón
38.8%	13.1%	10.1%	8.2%	6.7%

Otros países aportaron el **23.1%** restante.

- Entre 2008 y 2018 más de **330,827 millones** de dólares se han destinado principalmente, a los sectores:

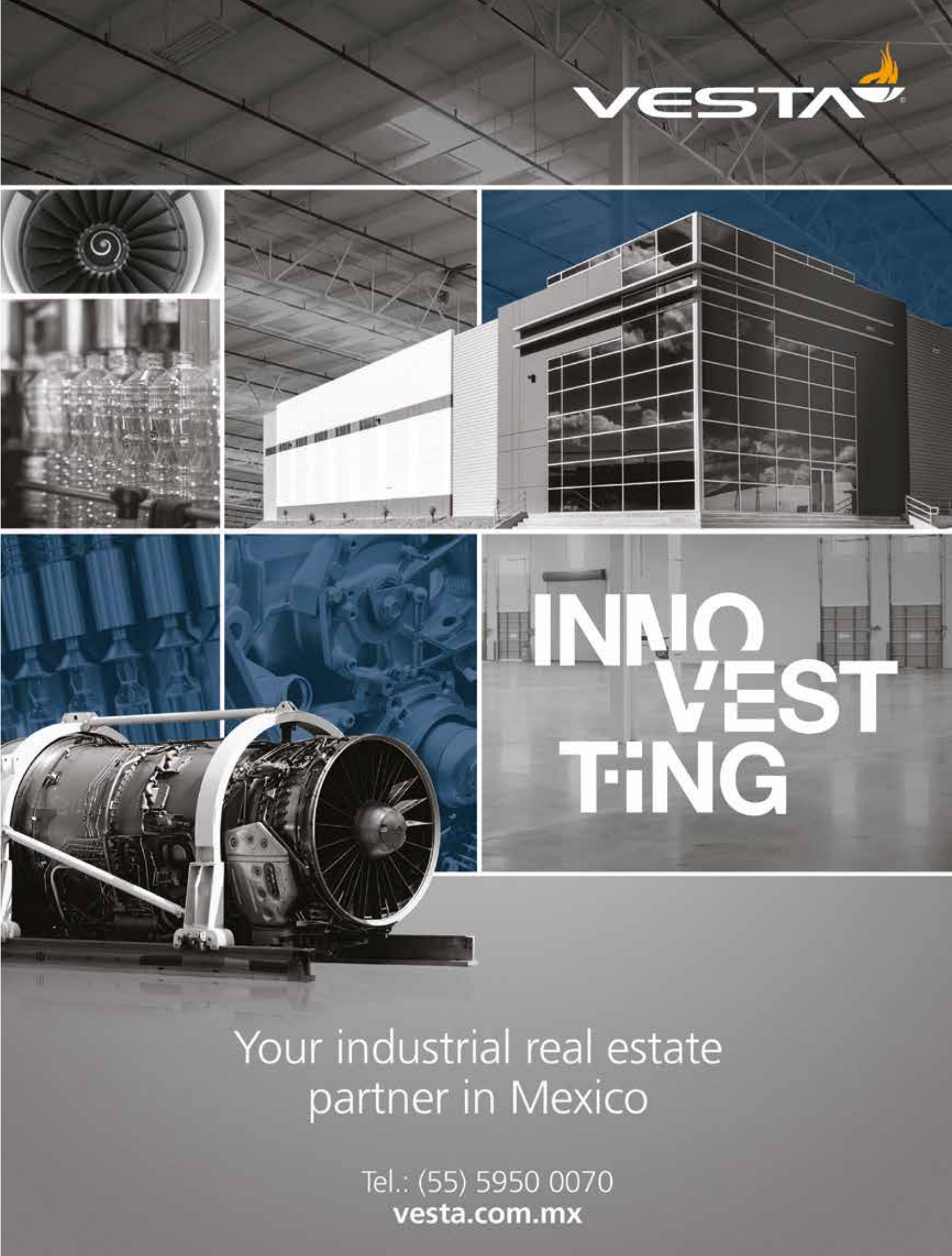
Manufacturero	Financiero	Comercial	Minero	Construcción
167,359 mdd	30,160 mdd	25,398 mdd	24,501	15,384

- México es uno de los países más competitivos para la inversión productiva a nivel internacional. En particular el sector industrial mexicano se ha visto favorecido por los acuerdos de libre comercio.

Nota: La metodología para determinar la IED se basa en estándares internacionales, contenidos tanto en el Manual de Balanza de Pagos del FMI como en la Definición Marco de Inversión Extranjera Directa de OCDE.

Las cifras de IED fueron revisadas conjuntamente por la Secretaría de Economía y el Banco de México.

Fuente:
Plataforma Proyectos México, iniciativa del Gobierno Federal y Secretaría de Economía (SE)


VESTA
INNO
VEST
TING
Your industrial real estate
partner in Mexico
Tel.: (55) 5950 0070
vesta.com.mx

INFORME DE COYUNTURA INMOBILIARIA

ZONA METROPOLITANA DE MONTERREY / 1ER TRIMESTRE 2019

Por TINSA

RESUMEN DE MERCADO, ZONA METROPOLITANA DE MONTERREY (ZM MTY) - 1T2019

U. Vendidas
10,263 unidades

Stock actual
47,000 unidades

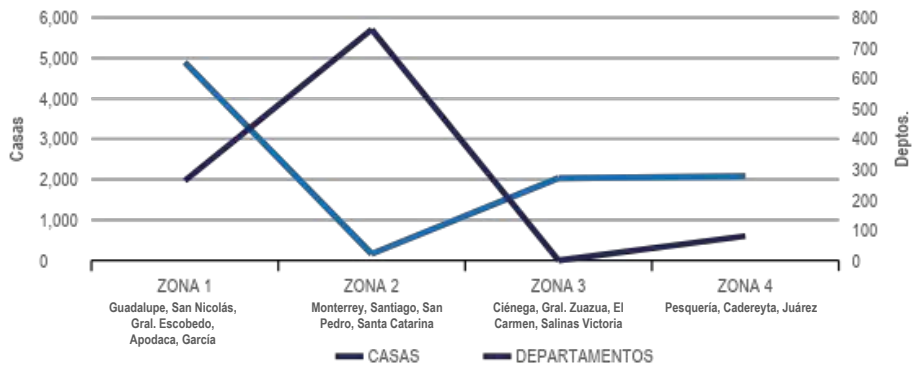
Proyectos en venta
247 desarrollos

U. Ingresadas
5,035 unidades

Proyectos Vendidos
39 proyectos

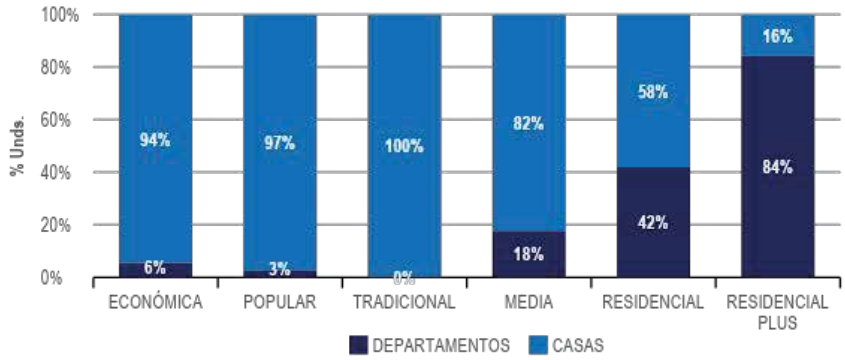
Precio/m^2
$11,363

UNIDADES VENDIDAS POR ZONAS Y SEGMENTO



Al 1T2019 se vendieron ***10,263 unidades***, donde el **11%** corresponde a unidades verticales y el **89%** a horizontales.

Los municipios de Apodaca, Juárez y García concentran el 54% de las ventas de la ZM MTY, es decir 5,499 unidades, principalmente en los segmentos Popular, Tradicional y Media.

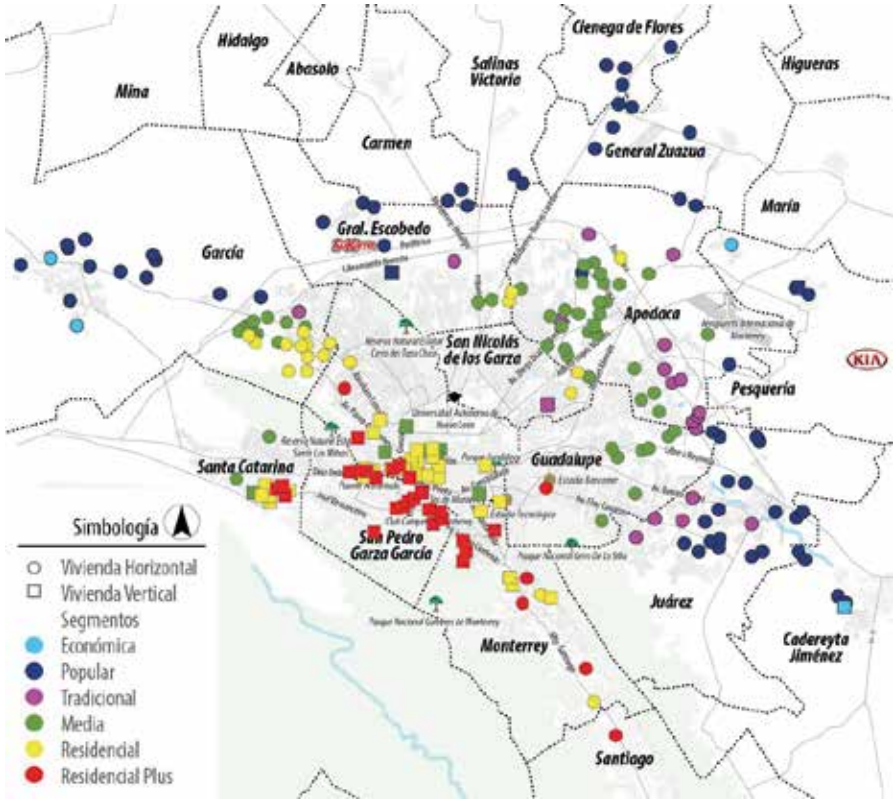


Las unidades vendidas se distribuyen en 6 segmentos: Económica con el 7%, Popular con el 49%, Tradicional con el 15%, Media con el 19%, Residencial y Residencial Plus con el 10%.

ÍNDICES SOCIO DEMOGRÁFICOS

Habitantes	Hogares	Habitantes por hogar	NSE Predominante	Tasa de desempleo	PIB Estatal	PIB Per Cápita	Tenencia de la vivienda
4,475,949	**1,211,541**	**3.7**	**D+**	**3.4%**	**$1,559,139 mdp**	**$265,518**	**74.2% Propia** **15.0% Alquilada**

COMPORTAMIENTO POR SEGMENTOS



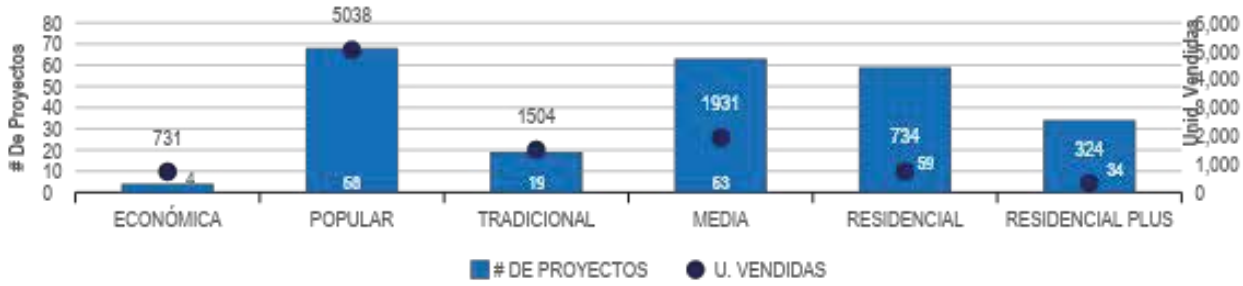
En la ZM MTY hay un total de 247 proyectos en venta en este 1T2019, distribuidos en 6 segmentos.

En los segmentos de vivienda **Económica, Popular y Tradicional** se concentran 91 proyectos en venta, es decir el **37% del total de la ZM MTY**, principalmente en los municipios de Juárez, García y Apodaca.

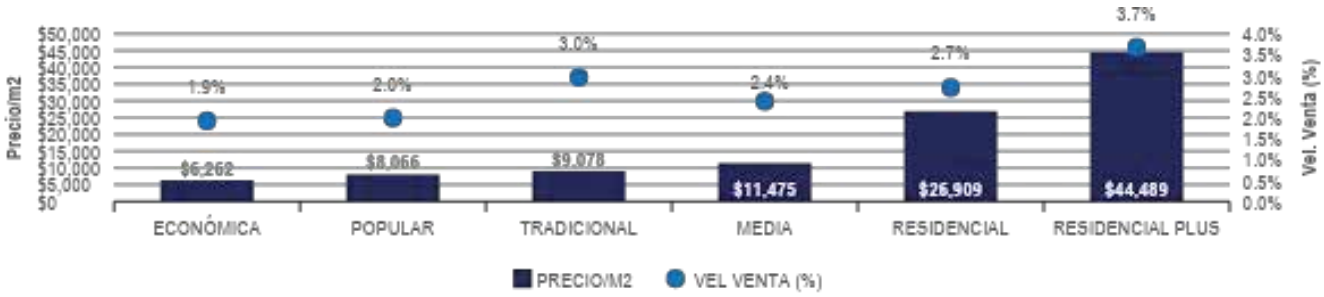
Para el segmento **Medio, hay un total de 63 proyectos en venta**, principalmente en los municipios de Apodaca y García.

Para los segmentos **Residencial y Residencial Plus, actualmente hay un total de 93 proyectos**, y estos se ubican principalmente en los municipios de San Pedro Garza García, Santa Catarina y Monterrey.

PROYECTOS Y UNIDADES VENDIDAS – 1T2019



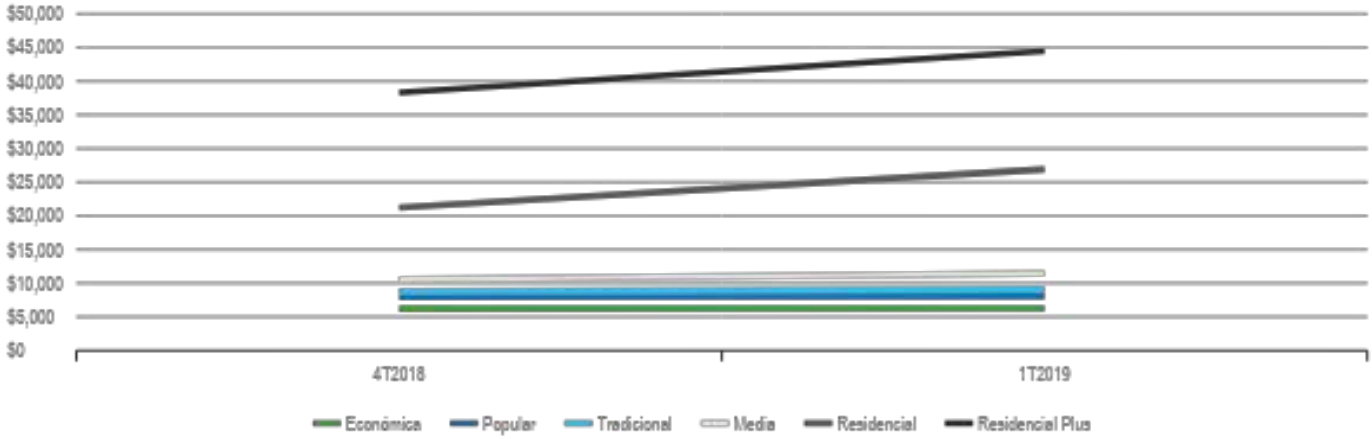
PRECIO/M² Y VELOCIDAD DE VENTA (%) – 1T2019



VALORES

Con respecto al 4T2018 se observa un ***incremento general en el valor por m2, pasando de $10,227/m² a $11,763/m²; donde el segmento Medio presenta un alza promedio del 8.7%.*** Con respecto al tamaño de las unidades, al 1T2019 la ***superficie promedio del mercado es de 83.5 m²***.

ÍNDICE DE VALOR M² POR SEGMENTO



ESTRUCTURAS SOLANA®

CONSTRUYENDO JUNTOS

SISTEMA SOLANA®

NAVES Y EDIFICIOS DE ACERO

EDIFICIOS

CENTROS LOGÍSTICOS

NAVES INDUSTRIALES

RAPIDEZ EN EJECUCIÓN
MÁS ÁREA RENTABLE
INVERSIÓN ASEGURADA
SOLIDEZ ESTRUCTURAL
TIEMPO RÉCORD

EFICIENTE

PREFABRICADO

MODULAR

ECOLÓGICO

(222) 281 2224

ventas@solana.mx

www.solana.mx

STOCK ACTUAL

Vivienda Vertical	
	VS. Trimestral
UNIDADES	4,002
VARIACIÓN	-3.9%
COMPORTAMIENTO	↓

Vivienda Horizontal	
	VS. Trimestral
UNIDADES	42,998
VARIACIÓN	-18.2%
COMPORTAMIENTO	↓

PRECIO DE VENTA PROMEDIO

Vivienda Vertical	
	VS. Trimestral
VALORES	$4,116,335
VARIACIÓN	13.8%
COMPORTAMIENTO	↑

Vivienda Horizontal	
	VS. Trimestral
VALORES	$815,167
VARIACIÓN	13.5%
COMPORTAMIENTO	↑

PRECIO/M² PROMEDIO

Vivienda Vertical	
	VS. Trimestral
VALORES	$37,353
VARIACIÓN	18.8%
COMPORTAMIENTO	↑

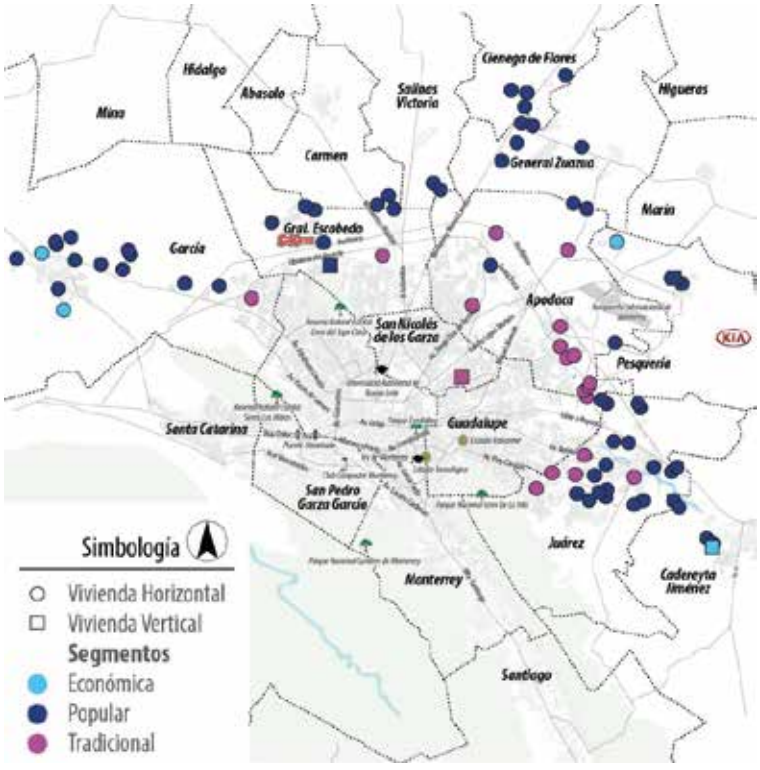
Vivienda Horizontal	
	VS. Trimestral
VALORES	$8,823
VARIACIÓN	4.3%
COMPORTAMIENTO	↑

SEGMENTO SOCIAL (ECONÓMICA, POPULAR Y TRADICIONAL)

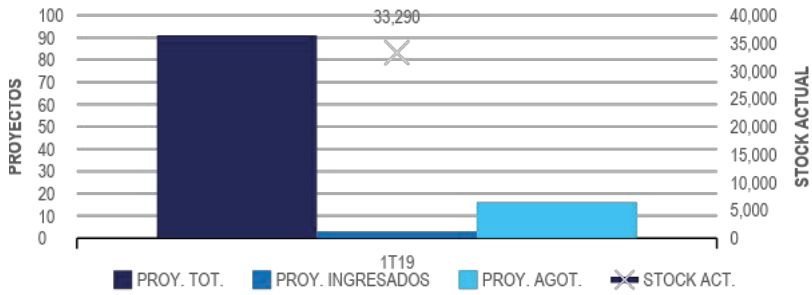
Los municipios que participan en estos segmentos son: Apodaca, Cadereyta, Ciénega de Flores, El Carmen, García, Gral. Escobedo, Gral. Zuauza, Guadalupe, Juárez, Pesquería, Salinas Victoria y San Nicolás de los Garza.

CUADRO RESUMEN

	1T2019
VENTAS	7,274
STOCK	33,290
UNIDADES INGRESADAS	1,016
PROYECTOS	91
MESES DE INVENTARIO	19.8
VELOCIDAD DE VENTAS	2.1%



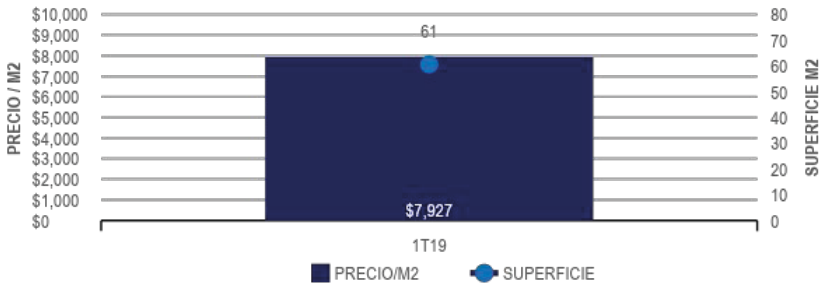
PROYECTOS VS STOCK ACTUAL



En el actual trimestre se registran 33,290 unidades disponibles y 91 proyectos activos dentro de los segmentos de interés social.

VALOR/M2 VS SUPERFICIE (M^2)

*VALORES M2 AJUSTADOS CON LA INFLACIÓN POR MEDIO DEL INPC.



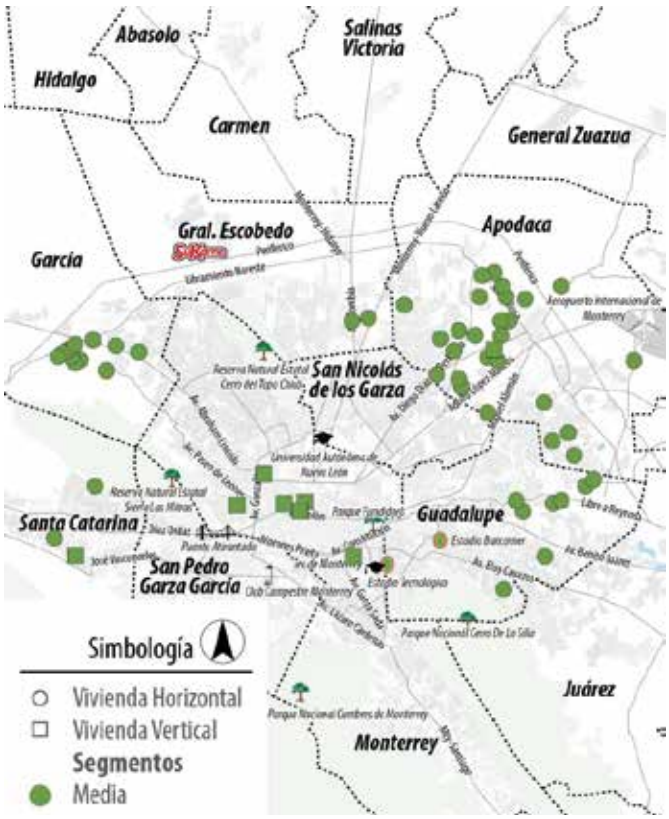
El precio promedio actual es de $456,773 y $7,927/$m^2$.
El tamaño promedio de las unidades en venta es de 61 m^2.

SEGMENTO MEDIO

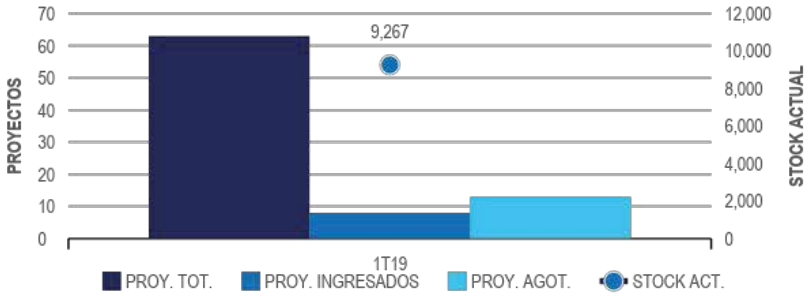
Los municipios que participan en este segmento son: Apodaca, García, Gral. Escobedo, Guadalupe, Monterrey y Santa Catarina.

CUADRO RESUMEN

	1T2019
VENTAS	1,931
STOCK	9,267
UNIDADES INGRESADAS	2,490
PROYECTOS	63
MESES DE INVENTARIO	22.8
VELOCIDAD DE VENTAS	2.4%



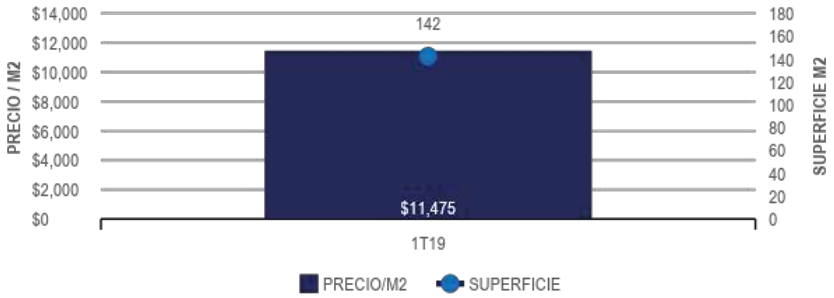
PROYECTOS VS STOCK ACTUAL



En el trimestre actual se **registran 9,267 unidades disponibles y 63 proyectos activos**.

VALOR/M2 VS SUPERFICIE (M²)

*VALORES M2 AJUSTADOS CON LA INFLACIÓN POR MEDIO DEL INPC.



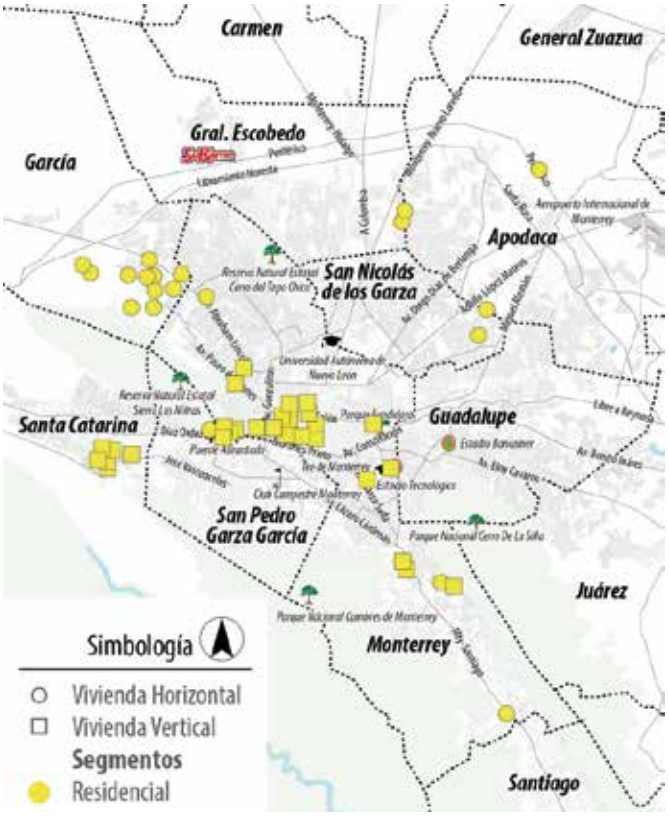
El valor promedio en el segmento Medio es de $1,533,826 y $11,475/m², con una superficie promedio de 142 m².

SEGMENTO RESIDENCIAL

Los municipios que participan en este segmento son: Apodaca, García, Gral. Escobedo, Monterrey, San Nicolás de los Garza, Santa Catarina y Santiago.

CUADRO RESUMEN

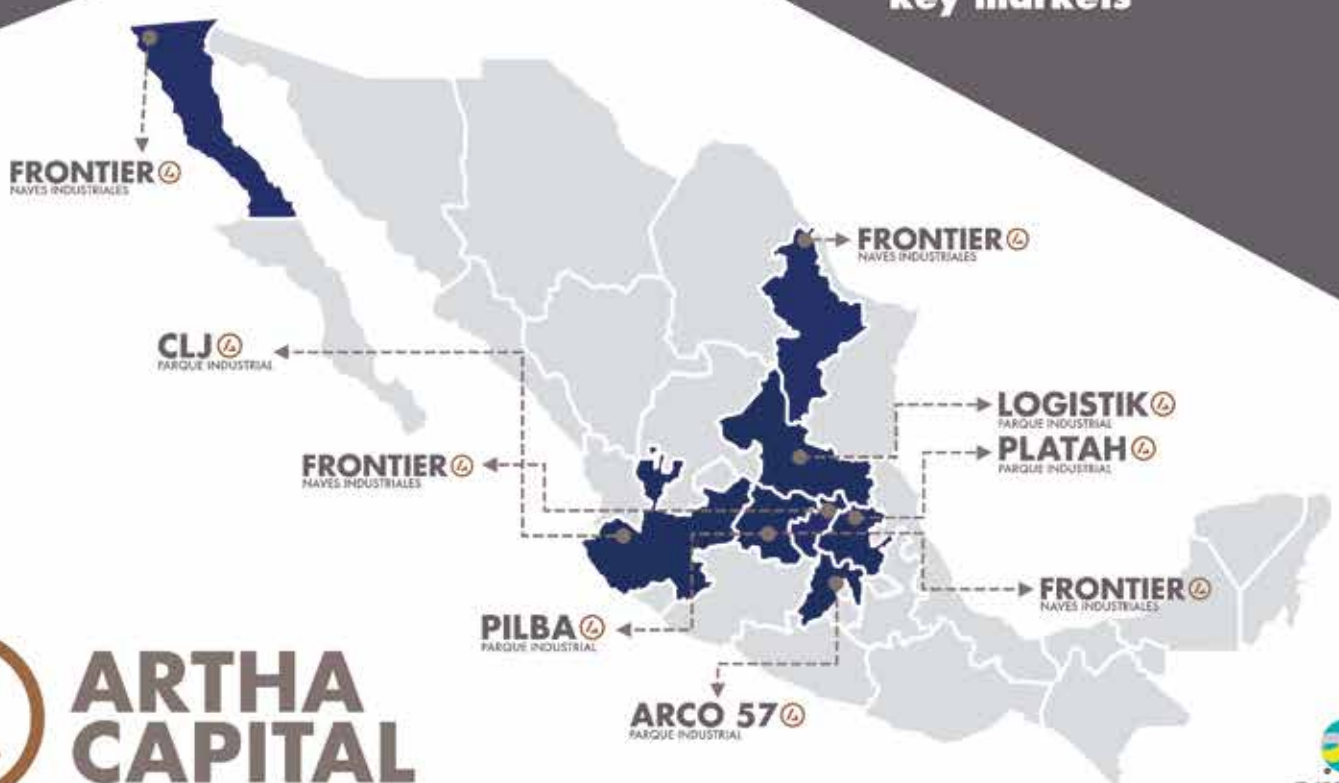
	1T2019
VENTAS	734
STOCK	3,759
UNIDADES INGRESADAS	1,089
PROYECTOS	59
MESES DE INVENTARIO	17.4
VELOCIDAD DE VENTAS	2.7%



Proven solution for the Industrial Real Estate Market

Contact us:
industrial@artha.com.mx
01 800 00 ARTHA

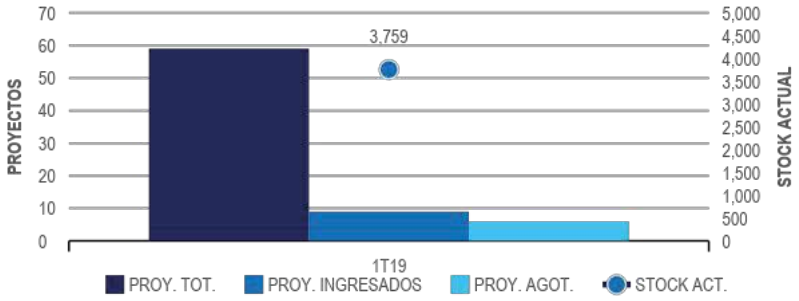
- **Ready-to-build** industrial land strategically located in **5 industrial parks**
- Industrial buildings for lease
- Build-to-Suit projects in **Mexico's key markets**



ARTHA CAPITAL

ampip
PROGRESO MEXICO

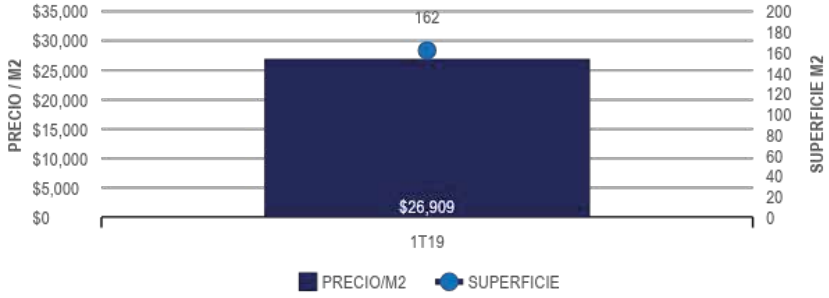
PROYECTOS VS STOCK ACTUAL



En el actual trimestre se registran **3,759 unidades disponibles** y hay un total de 59 proyectos.

VALOR/M2 VS SUPERFICIE (M^2)

*VALORES M2 AJUSTADOS CON LA INFLACIÓN POR MEDIO DEL INPC.



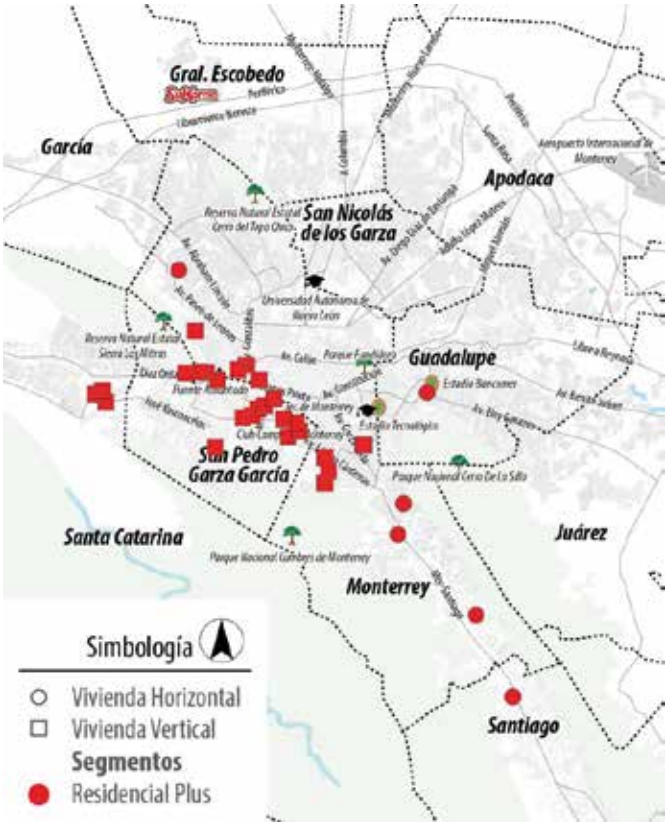
El precio promedio en este 1T19 **es de $3,322,264 y de $26,909/$m^2$.**

SEGMENTO RESIDENCIAL PLUS

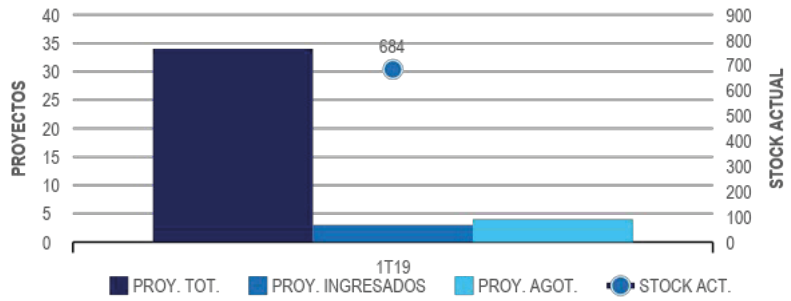
Los municipios que participan en este segmento son: Guadalupe, Monterrey, San Pedro Garza García, Santa Catarina y Santiago.

CUADRO RESUMEN DE SEGMENTOS

	1T2019
VENTAS	324
STOCK	684
UNIDADES INGRESADAS	440
PROYECTOS	34
MESES DE INVENTARIO	4.1
VELOCIDAD DE VENTAS	3.7%



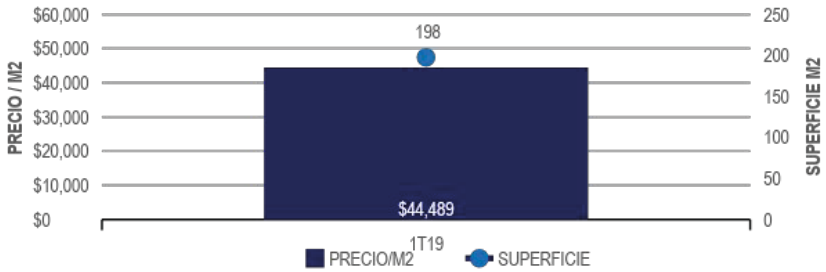
PROYECTOS VS STOCK ACTUAL



En el actual trimestre se registran 684 unidades disponibles y hay un total de 34 proyectos.

VALOR/M2 VS SUPERFICIE (M^2)

*VALORES M2 AJUSTADOS CON LA INFLACIÓN POR MEDIO DEL INPC.



El valor de venta promedio dentro del segmento Residencial Plus es de $7,426,508, mientras que el precio por m^2 es de $44,498.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

EL INVENTARIO INDUSTRIAL

SUPERA 40 MILLONES DE METROS CUADRADOS

ENTRE 10 MERCADOS LATINOAMERICANOS

Por Newmark Knight Frank

La sumatoria de los inventarios de las 10 ciudades latinoamericanas industriales más importantes alcanzó un total de 40.94 millones de metros cuadrados, más de 370,000 m² que el trimestre anterior; mientras tanto, la actividad en construcción se registró en 2.70 millones de metros cuadrados. La absorción trimestral se elevó a más de 810,000m², con lo que la tasa de disponibilidad se redujo en 10.5%.

El mercado inmobiliario industrial de Buenos Aires es el más grande de la Argentina con aproximadamente 2.31 millones de metros cuadrados en espacios clase A y más de 4,700 hectáreas distribuidas en 150 parques industriales. La disponibilidad aumentó ligeramente y cerró en 10.3% para el primer trimestre del 2019. El precio de renta promedio se mantuvo estable respecto al último trimestre, y alcanzó los $6.60/m²/mes. A nivel nacional, al fin del 2018 se registraron un total de 405 parques industriales. El 80% de estos son públicos, y casi el 50% fue creado en los últimos 8 años. En estos parques funcionan 8,000 industrias, generando un 15% del empleo industrial. De estas empresas, el 80% son PyMES y el 20% grandes empresas, en su mayoría multinacionales.

LOS INVENTARIOS DE LAS 10 CIUDADES LATINOAMERICANAS INDUSTRIALES MÁS IMPORTANTES ALCANZÓ UN TOTAL DE 40.94 MILLONES DE METROS CUADRADOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE, MÁS DE 370,000 m² QUE EN EL PERIODO ANTERIOR.

En Río de Janeiro, la absorción neta en el primer trimestre fue de 43,000m², ligeramente inferior a la mitad del volumen total del 2018. Las mayores operaciones se dieron en los corredores Duque de Caxias y Queimados-Seropédica. Nuevo inventario se sumó en este último, con 23,500m² y se identificó proyectos en construcción por 178,000m² a entregarse en los próximos dos años.

La demanda por superficie rentable industrial en Sao Paulo se mantuvo estable en este trimestre con una absorción similar al 25% del volumen total del 2018. La tasa de disponibilidad se redujo de 21.7% a 20.4%, manteniendo la tendencia en esta ciudad desde el primer trimestre del 2018. Se entregó solo 48,000 m^2 de espacio industrial nuevo y se ha detectado cerca de 600,000 m^2 en construcción.

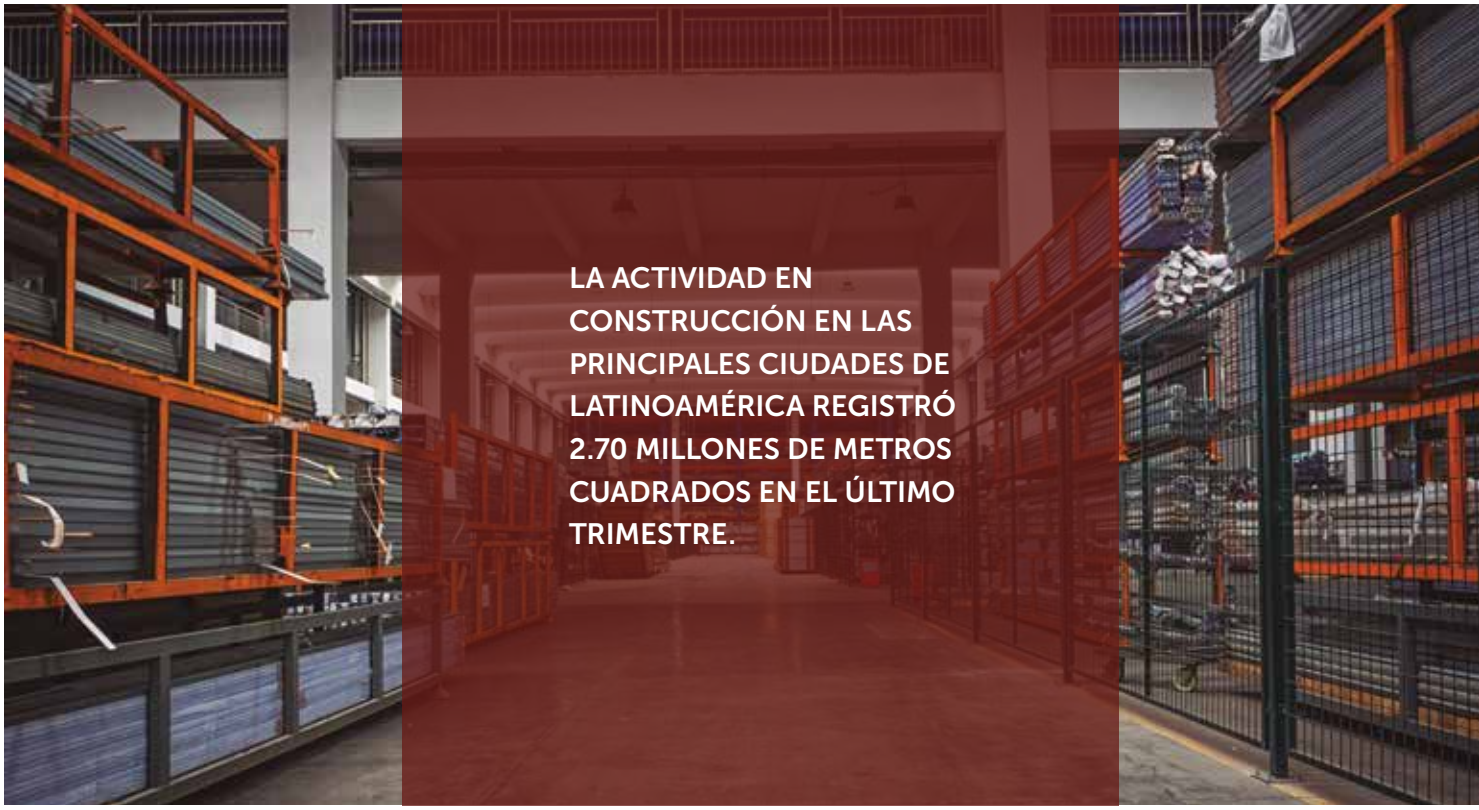
Santiago, la capital de Chile experimentó un crecimiento de 106,000 en el inventario industrial clase A a lo largo del segundo semestre del año. Con ello, el inventario alcanzó un total de 2.62 millones de metros cuadrados, mientras que los proyectos en construcción se redujeron a 153,600 metros cuadrados. El precio promedio de renta se redujo nuevamente a $5.09/$m^2$/mes.

Lima Metropolitana tiene un total de 5 zonas industriales: Lima Sur, Lima Norte, Lima Este, Lima Oeste y Lima Centro. Actualmente existen distritos que poco a poco se consolidaran como grandes clusters para el desarrollo industrial donde se focaliza el desarrollo de los denominados Parques Industriales. En el resto de este año se proyecta entrega unos 234,283 m^2, donde los desarrolladores más importantes serían Bodegas San Francisco, en el distrito de Lurín con una entrega de 120,000 m^2, y Peruana de Almacenes PDA, asentado en el distrito de Gambetta con un área de 83,000 m^2. La absorción estuvo focalizada en el distrito de Huachipa y Lurín (zona Este y Sur) donde se tomaron espacios por importantes empresas de logística, farmacéutica y retail.

El mercado de Bogotá muestra un dinamismo positivo por la inversión directa que genera el sector. Dicho fortalecimiento se debe al grado de confianza de los empresarios y principales constructoras del país que se encuentran comprando tierra para nuevos desarrollos de vivienda en Bogotá, a pocos días del cambio del Plan de Ordenamiento Territorial (POT). En consecuencia, se incrementó la compra de bodegas industriales con grandes extensiones de terreno. Ello se aprecia en Puente Aranda, donde se realizó la compra de una gran extensión de terreno en el cual existían bodegas y ahora están desarrollando un importante complejo de vivienda. Esto ha llevado a que parte de la industria de alto y mediano impacto emigren de la ciudad a parques industriales en área de la Sabana.

En San José, el mercado industrial se ha mantenido estable dado que la mayoría del producto se ha mantenido bajo formato *build-to-suit*. A pesar de ello, se ha presentado un incremento en la tasa de disponibilidad debido a la incursión de proyectos nuevos de índole especulativa y a la liberación de espacios industriales antiguos que quedan obsoletos ante la nueva competencia.

Otro motivo para este fenómeno es la renovación de planes reguladores que han llegado a limitar el uso de ciertos sectores para la industria. A nivel general, la actividad industrial continúa con mayor demanda en sectores como Coyol de Alajuela, La Lima de Cartago, y otros focos como La Uruca/Pavas y otros sectores emergentes en las afuera de la Gran Área Metropolitana.



LA ACTIVIDAD EN CONSTRUCCIÓN EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE LATINOAMÉRICA REGISTRÓ 2.70 MILLONES DE METROS CUADRADOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE.

LA ABSORCIÓN TRIMESTRAL SE ELEVÓ A MÁS DE 810,000m² EN LATINOAMÉRICA, CON LO QUE LA TASA DE DISPONIBILIDAD SE REDUJO EN 10.5%.

En el caso de México, la zona industrial del área metropolitana de Monterrey presentó un incremento en la tasa de vacancia con respecto al trimestre anterior (4T 2018) pasando de 8.1% a 8.6%. Esto es en parte a consecuencia de la entrada de nueva oferta especulativa Clase A y a espacios industriales desocupados. Asimismo, la actividad industrial registró un ritmo lento al compararlo con el cuarto trimestre de 2018, pasando de una absorción bruta o comercialización de espacio industrial Clase A de 266 mil m² a 104 mil m². En el segundo trimestre del año se espera que más de 100 mil m² sean finalizados en diversos submercados industriales de tipo Clase A, relacionados con desarrollos de tipo especulativo y *build-to-suit*. De igual manera se espera que el precio de renta promedio se mantenga en un rango de US$4.20/m²/mes y US$4.25/m²/mes.

Guadalajara, por su parte, presenta la mayor parte de la oferta de superficie industrial concentrada en el corredor el Salto cuya ubicación estratégica ha favorecido las inversiones en esta zona de la ciudad y se espera que dicho crecimiento se mantenga a lo largo del año. Las transacciones más destacadas de este trimestre fueron para los sectores logístico y manufactura, principalmente en corredores como: Zapopan, con más de 200 mil metros cuadrados y en el Corredor Periférico Sur con más de 159 mil metros arrendados.

Mientras tanto, en Tijuana, con los cambios en la política fronteriza y el cambio del TLC al T-MEC, el mercado tenía cierta inestabilidad por los posibles impactos que tendrían en los sectores manufactureros. Ahora, con la certeza de un nuevo tratado, el mercado está encontrando un auge con nuevos proyectos de parte de todos los desarrolladores presentes y la introducción de nuevos en el mercado, como FIBRA Upsite y VIA Capital. Existen submercados que se han visto beneficiados por las condiciones económicas en la frontera, particularmente el submercado de Boulevard 2000 y El Florido, que vio desarrollar en el lapso de 18 meses alrededor de 100,000 m². Con estas construcciones en todos los submercados y con los arrendamientos antes de terminación de obra cada vez más frecuentes, los precios están viendo un alza estable.

Finalmente, en la Ciudad de México, tras un cierre de año lleno de incertidumbre debido al cambio de gobierno, el inicio del 2019 confirmó la solidez del mercado industrial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. El inventario clase A se mantuvo con tendencia positiva. Cuautitlán continúa siendo el mercado con mayor inventario con más de 3.1 millones de metros cuadrados de superficie rentable. Destacan las operaciones realizadas por Grupo Modelo y Wal-Mart en Megapark cuyas ocupaciones que superaron los 100,000 metros cuadrados. Las naves que tuvieron más demanda durante este trimestre fueron para uso logístico por parte de empresas dedicadas, en su mayoría, a bienes de consumo industrial, y alimentos y bebidas. La absorción tuvo una mejora importante durante el primer trimestre del año al alcanzar cerca de 255,000 metros cuadrados.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

Thomas Alva Edison
Industrial Park

FRONTIER
NAVES INDUSTRIALES

Único sitio en Tijuana con hasta 3000 KVA's garantizados

- **Más de 530,000 pies cuadrados en construcción**
- **28 pies de altura mínima**
- **Hasta 45 andenes**
- **Edificios Especulativos Clase A**
- **A 20 minutos de la garita comercial con Estados Unidos**
- **En el corazón del sub-mercado más activo de Tijuana**
- **Primer Edificio Disponible 1Q 2020**

D +52.664.480.0465
orodriguez@ngkf.com.mx

+521.664.374.7839
rodrigo.caballero@ngkf.com.mx

Newmark Knight Frank

FONDO BINACIONAL HOTELERO:

NUEVOS MODELOS Y AUGE DE LA INVERSIÓN INMOBILIARIA TURÍSTICA EN MÉXICO

Por Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com

En los últimos años, el mercado de hospedaje en México ha ido creciendo y generando ingresos continuos con excelentes retornos de capital, siendo cada vez más atractivo para los inversionistas tanto nacionales como extranjeros. Hoy, el turismo es uno de los productores de riqueza más importantes para el país y, a reserva del cambio de estrategia en la promoción del destino a nivel internacional, queda de manifiesto el interés del actual gobierno por seguir dinamizando al sector con la "Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024", que pretende seguir fortaleciendo la posición de México como potencia turística competitiva y de vanguardia, sobre todo en países que pueden emitir viajeros de negocios y placer con un mayor poder adquisitivo que incrementen la derrama sobre el volumen de personas.

De acuerdo con el *Informe de Avances y Resultados 2018* de la Secretaría de Turismo (SECTUR), los ajustes económicos que el país ha experimentado en años recientes se han reflejado en el buen posicionamiento del turismo a nivel internacional con altas divisas, al grado que en 2016 se superaron las ganancias correspondientes a la exportación de petróleo. Mientras que en el 2017 el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) ascendió a 1,797,374 millones de pesos con una participación estimada de 8.7% en la economía nacional. A enero 2019 el ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales ascendió a 2 mil 289 millones de dólares, lo que representa un incremento de 17.7% con respecto a enero de 2018.

Los datos preliminares del PIBT del segundo trimestre del 2018 mostraron un crecimiento del 2.2% con respecto al mismo periodo en 2017, arrojando una tasa de incremento nacional superior al 0.6%, mostrando además un marcado en desarrollos en los últimos 12 trimestres. Con base en los Indicadores trimestrales de la actividad turística, el PIB turístico registró un alza de 3.3% en el tercer trimestre de 2018 respecto al mismo periodo de 2017, según cifras desestacionalizadas. Por componentes, los servicios aumentaron 3.3% en términos anuales y los bienes crecieron 3.1% en el mismo periodo.

SECTUR ha señalado que tan sólo en el 2018 se contabilizaron 41.4 millones de viajeros, quienes contribuyeron a generar una derrama económica de 22.5 mil millones de dólares, 5.1% más que lo contabilizado en el 2017 y 77.3% mayor que en el año 2012. Siendo Estados Unidos y Canadá, los emisores más importantes, representando al 70% de los visitantes a México.

De acuerdo con el *Estudio Estratégico de Mercado* realizado por la consultoría HVS Global Hospitality Services, "el panorama económico de México se considera fundamentalmente sólido en lo que respecta a los problemas que podrían afectar los viajes de negocios y la demanda de alojamiento en hoteles". En ciudades cuya base económica se centra en el sector industrial, y en corredores industriales que forman parte de la Ciudad de México, los hoteles de marca han aumentado en número, pero el porcentaje de este inventario sigue siendo bajo en términos relativos.

En estos segmentos, hay una tendencia hacia una migración gradual a hoteles de marca, que ofrecen soluciones de alojamiento que los viajeros de negocios requieren en los diferentes lugares que visitan, y que permiten la negociación de acuerdos corporativos. El crecimiento del inventario se centra en gran medida en los tipos de productos de servicio selecto y servicio limitado.

Muchas áreas urbanas e industriales se caracterizan por una actividad económica robusta, basada en la presencia de importantes generadores de demanda. Los mercados que exhiben estas características tienden a propiciar un requerimiento de alojamiento relativamente profundo. Los sitios turísticos del estudio atraen a los viajeros de negocios entre semana, y también ofrecen atracciones para los que vacacionan los fines de semana y durante los períodos de asueto.

Según informa el Consejo Nacional de Turismo (CNT), México es el país con mayor número de infraestructura hotelera en Latinoamérica, cuenta con 583,731 cuartos en 14,963 establecimientos de hospedaje. Sin embargo, aún se necesita de una amplia infraestructura de marca estandarizada, para atender la demanda del turismo doméstico.

Las expectativas sobre el sector son positivas y se espera continúe el dinamismo durante todo el 2019, en particular con los grupos nacionales, como los fondos y los Fideicomisos de Inversión y Bienes Raíces (FIBRAS), que son cada vez más atractivos. Con este crecimiento y resultados de desarrollo del sector en el país, las oportunidades en esta industria se abren tanto para inversionistas mexicanos como internacionales.

VEHÍCULOS DE INVERSIÓN PARA EL SECTOR HOTELERO MEXICANO

Conforme a los datos de JLL Hoteles & Hospitality publicados por Expansión, durante el 2018, se realizaron en el sector hotelero transacciones inmobiliarias (compraventa) por 980 millones de dólares, 26% más que en el año anterior; siendo los FIBRAS los principales compradores de activos hoteleros, tal como se viene dando desde hace algunos años.

En el país, Fibra Hotel (FIHO) y Fibra Inn (FINN) han sido los dos vehículos especializados en el ramo hotelero con una amplia cartera de inmuebles relevantes (recuadro 1). FIHO en el primer periodo del año (enero-marzo) reportó ingresos por 1,041.9 millones de pesos, equivalente a un alza de 3.3% respecto al mismo periodo, en el 2018. Al cierre del primer trimestre, su portafolio quedó conformado por 86 hoteles, con reconocidas marcas del operador Grupo Posadas como Fiesta Americana, Live Aqua, Fiesta Inn y One, entre otros.

Por su parte, FINN, ha apostado por diversificar su portafolio con una variedad de marcas internacionales entre las cuales destacan Wyndham, IHG y City Express. Concluyendo el primer trimestre del año con 42 hoteles en operación, equivalentes a 6,944 habitaciones. Además, participa en una inversión en 4 propiedades, bajo el modelo de desarrollo externo que añadirá 633 cuartos.

En un principio, cuando se conformaron ambos vehículos tenían el objetivo de integrar portafolios de hoteles de negocios, paralelamente y con el crecimiento del sector, han incursionado en hoteles de larga estancia; recientemente, FIHO se ha adentrado en el segmento de placer, al adquirir un inmueble en Cancún de Grupo Posadas. Sin embargo, dado el enfoque en la promoción de la actividad productiva interna del nuevo gobierno, la demanda que generará el segmento de negocios presenta una gran oportunidad de expansión.

Si bien, FIHO y FINN son los dos principales vehículos de inversión especializados en el segmento, existen otros instrumentos como Fibra Uno (FUNO) y Fibra Danhos que han integrado propiedades hoteleras a sus portafolios, principalmente en proyectos de usos mixtos, lo cual se suma a los fondos institucionales extranjeros vía filiales o asociaciones con empresas locales que también buscan activos en el mercado hotelero. Además, para mediados de este año se espera que Fibra Stay, que pertenece a la cadena mexicana de hoteles líder en el segmento de servicios limitados City Express, retome sus planes de listar en la Bolsa Mexicana de Valores, con lo que se anticipa que creará liquidez para reforzar el ducto de desarrollo de la compañía y establecer un mecanismo de reciclaje de activos sostenibles que permite un crecimiento continuo sin dilución para los accionistas.

	FIHO	FINN	FUNO	DANHOS
AÑO DE LISTADO	2012	2013	2011	2013
INMUEBLES DE HOTELERÍA POR IBRA	86	42	5*	2
MARCAS RELEVANTES	LIVE AQUA, SHERATON, FIESTA AMERICANA GRAND, CAMINO REAL, COURTYARD BY MARRIOTT, ONE HOTELS, CAMINO REAL SUITES, FIESTA INN LOFTS OPERADOS POR DIFERENTES COMPAÑÍAS COMO: GRUPO POSADAS, GPO. REAL TURISMO Y MARRIOTT INTERNATIONAL.	HOLIDAY INN, CROWNE PLAZA, WYNDHAM GARDEN, MARRIOTT, ALOFT, CAMINO REAL, CITY EXPRESS, CASA GRANDE, BEST WESTERN	HOTEL HILTON, FIESTA INN Y GRAND FIESTA AMERICANA. *(1) CARTERA HOTEL CENTRO HISTÓRICO (3) CARTERA TURBO (1) CARTERA SAMARA EN USOS MIXTOS	HOTEL FIESTA INN EN PARQUE ALAMEDA (USOS MIXTOS) Y HOTEL FIESTA AMERICANA EN TOREO PARQUE CENTRAL (USOS MIXTOS).

EXPANSIÓN DE LA MARCA HOTEL 6 EN MÉXICO, ANCLADA EN LA BANCA DE INVERSIÓN INMOBILIARIA

El año pasado en el marco de Expo Negocios Inmobiliarios, que se celebra en el mes de noviembre, ACCESSO Group, firma de desarrollo y gestión de inversiones inmobiliarias binacional centrada en la selección de oportunidades únicas entre los Estados Unidos y México, dio a conocer mediante su subsidiaria, AP CAPITAL (AP CAP), su iniciativa de un nuevo modelo de expansión por medio de la creación de su primer fondo hotelero de capital privado denominado APC MEXICO HOTEL FUND I.

La iniciativa de AP CAP se fundamenta en la adquisición de los derechos exclusivos para México de la nueva marca HOTEL 6, una versión evolucionada para expansión global de G6 Hospitality, con sede en Dallas, Texas, propietaria y líder del segmento económico hotelero en Estados Unidos con sus marcas icónicas Motel 6 y Studio 6. Posterior a la adquisición por BRE Everbright M6 LLC en el 2012 de G6 Hospitality, la empresa ha recibido una fuerte inversión superior a los $700 millones de dólares en la remodelación de hoteles propios como infraestructura interna para elevar sus estándares de calidad, tecnología y competitividad nacional americana, creciendo a más de 1400 hoteles en tan solo 6 años, de forma que da mayor solidez a su iniciativa de crecer internacionalmente.

Rob Palleschi, CEO G6 Hospitality LLC.

"México tiene una vasta historia de viajes y turismo, una infraestructura de negocios muy desarrollada, una gran fuerza laboral en hospitalidad y una economía dinámica, por lo que tiene mucho sentido para nosotros hacer crecer nuestra red aquí, con Hotel 6 [...] Creemos que todos deben tener derecho a viajar, por lo que les brindamos a las personas un lugar accesible y acogedor para descansar sin importar el destino de su viaje. Durante más de 55 años, hemos sido conocidos como el mejor lugar en los EE. UU. para ofrecer una habitación limpia y cómoda con un excelente servicio a un precio justo" manifiesta **Rob Palleschi, CEO G6 Hospitality LLC.**

Sin embargo, "sabemos que ingresar a un nuevo mercado requiere un socio local con experiencia en la región. Hemos visto a otras compañías ingresar al mercado mexicano sin ser sensibles a las necesidades y deseos de los consumidores, razón por la cual hemos diseñado un producto que creemos que se adapta a nuestra oferta de valor así como las necesidades y gustos de mercado" agrega el directivo.

La nueva marca HOTEL 6 prototipo México, con diseño de vanguardia se adapta a las necesidades y aspiraciones del segmento de viajeros de negocios del país y América Latina, quienes valoran una experiencia de hospedaje de alta calidad, en un espacio funcional de diseño actual y acogedor, con amenidades y opciones de conectividad indispensables para el trabajo y sobre todo, que maximice la relación costo beneficio en estadías cortas o extendidas.

Con una cartera de más de 830 hoteles bajo su operación en todas las categorías, AIMBRIDGE Hospitality, es la empresa líder en la operación hotelera independiente en Estados Unidos la cual será la operadora de HOTEL 6 en México para fortalecer la fórmula de éxito de AP CAP.

Dave Johnson,
CEO Aimbridge Hospitality.

"Consideramos una gran oportunidad sumarnos a la estrategia de AP CAP para la expansión de la nueva marca HOTEL 6, impulsada por la gran trayectoria de G6 Hospitality para agregar la capacidad operativa de AIMBRIDGE Hospitality; ya que contamos con una amplia experiencia adquirida de las marcas que manejamos en nuestro portafolio, misma que nos hace líder en los Estados Unidos. Esto nos impulsa también como empresa a crecer en América Latina de la mano con un sólido aliado estratégico, como lo es AP CAP" comenta **Dave Johnson, CEO Aimbridge Hospitality.**

CONVERTIR, CONSTRUIR, ESTABILIZAR Y VENDER

El fondo APC MEXICO HOTEL FUND I es un vehículo binacional de grado institucional que ofrece un modelo diferenciado basado en las ventajas del impulso del capital privado, aplicado para generar velocidad y ahorros mediante una estrategia de compra-conversión y nuevas construcciones para acelerar la penetración y cobertura nacional. Esto ofrece a los inversores institucionales calificados un retorno de inversión superior, alcanzables al momento de la venta de las propiedades a otros fondos privados, *family offices* (nacionales y extranjeras) y/o FIBRA.

Para respaldar la expansión de la franquicia, AP CAP ejecutará la planeación, estructuración y promoción del fondo, coordinando el financiamiento y la importante actividad de relación con inversionistas. Asimismo, realizará la evaluación y selección de los sitios, la planificación arquitectónica y de diseño interior, la elaboración de presupuestos de inversión y operación, así como la supervisión de adecuaciones o desarrollo, hasta la finalización de las construcciones y remodelaciones de la puesta a punto para la operación. El fondo tendrá la posesión de las propiedades en la cartera de 3 a 5 años, para luego abrir su portafolio a fondos de bienes raíces o cualquier interesado en la compra accionaria.

"La creciente evolución del mercado de capitales hotelero en México plantea una posibilidad atractiva para introducir la nueva marca: Hotel 6. Detectamos esta oportunidad y formulamos una estrategia anclada en la banca de inversión inmobiliaria, a través de un vehículo financiero que genera un capital de crecimiento para acelerar la penetración del mercado, cuyos beneficios se traducen en mejores condiciones de compra tanto a nivel inmobiliario como para todos los materiales e insumos requeridos en la construcción y operación, ofreciendo así mejores rendimientos desde el inicio", expresa en entrevista exclusiva para Inmobiliare, **Salim Dahdah, CEO de ACCESSO Group.**

Salim Dahdah,
CEO de ACCESSO Group.

La estrategia ideada por AP CAP contempla la apertura de por lo menos 20 hoteles en los próximos cinco años, cuyas ubicaciones fueron seleccionadas con el soporte de un estudio especializado de mercado realizado por HVS, quien evaluó los generadores de demanda, el acceso al mercado, el desarrollo regional, la composición actual y el desempeño reciente de los hoteles existentes. Al final del estudio identificaron las tendencias que más impactan en la inversión de las propiedades, así como las ciudades con mayores oportunidades económicas compatibles con el programa de inversión y desarrollo de HOTEL 6 en México.

Algunas de las ubicaciones seleccionadas para la primera fase de penetración de mercado son: Cancún y Riviera Maya, Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, Hermosillo, Toluca, Puebla, Querétaro, León, Celaya e Irapuato.

Cada hotel tendrá un diseño contemporáneo con un matiz de identidad propia que armonizará con el destino, algunos de sus cuartos incluyen cocineta y ofrecerá diferentes experiencias dependiendo de la demanda específica de cada mercado, para satisfacer la demanda de los viajeros.

La estrategia lidereada por ACCESSO Group de reunir a dos grandes firmas de la industria hotelera en Estados Unidos, G6 Hospitality y AIMBRIGE Hospitality crea una oportunidad de inversión única en México y Latino América. Esta fórmula de alianzas estratégicas resulta muy rentable al unificar y estandarizar la operación y manejo de los inmuebles con lo cual se busca garantizar la calidad de los servicios, de forma que se puedan ofrecer activos estabilizados a todos aquellos inversionistas interesados en el mercado mexicano de inversión inmobiliaria hotelera.

G6 HOSPITALITY LLC

CEO: Rob Palleschi

Después de más de 55 años, y considerado un verdadero ícono estadounidense, G6 Hospitality, administra su propia cartera de 400 hoteles y ofrece una plataforma operativa de respaldo para más de 1000 franquiciatarios; convirtiéndose así en la compañía líder en su segmento de servicios limitados económicos bajo las marcas Motel 6 y Studio 6 en los Estados Unidos y Canadá; y ahora con la evolución de sus nuevas marcas Hotel 6 y Estudio 6 para América Latina y el mundo.

ACCESSO GROUP

CEO: Salim Dahdah

Es una firma de desarrollo y gestión de inversiones inmobiliarias multinacionales en la selección de oportunidades de negocio únicas en los Estados Unidos, México y Latino América; centrada en un portafolio diversificado en los sectores de hotelería, salud especializada y *wellness.*

ACCESSO tiene oficinas representativas en ciudades clave como Phoenix (EU), Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Cancún, Tijuana y Hermosillo; cuenta con un experimentado equipo de ejecutivos y asesores para brindar liderazgo, experiencia y rendimientos a los inversionistas.

AIMBRIDGE HOSPITALITY

CEO: Dave Johnson

Es la firma de gestión e inversión hotelera independiente más grande de Estados Unidos, con una amplia trayectoria ofreciendo rendimientos superiores a los propietarios y desarrolladores hoteleros más prestigiosos en aquel país. Con sede corporativa en Plano, Texas, y con oficinas regionales en Chicago, San Clemente y San Juan, opera una gran gama de propiedades como resorts, franquicias de marca, hoteles independientes de lujo, boutiques y hoteles *lifestyle.* Cuenta con gran experiencia en la creación y maximización de activos; además mantiene una posición privilegiada como empresa de gestión, desarrollo, renovación y consultoría de las principales marcas de hospitalidad.

Baja Norte

BAJA CALIFORNIA | MÉXICO

La Conquista de tu Vida

Ruta del Vino | Ensenada

bajanorte.com

BAJA CALIFORNIA

DESTINO DE INVERSIÓN TURÍSTICA

Por Redacción Inmobiliare

Baja California se encuentra en un proceso constante de crecimiento y desarrollo; su cercanía con Estados Unidos ha convertido al estado en uno de los puntos más visitados por turistas norteamericanos. Fenómeno que ha impactado positivamente en la región, y ha propiciado el desarrollo de nuevos servicios turísticos y el surgimiento de nuevas industrias.

Sin lugar a duda es una de las entidades mejor conectadas del país, cuenta con vuelos directos a 34 ciudades de México y es el único destino de Latinoamérica con ruta a dos ciudades asiáticas: Beijing y Shanghai.

Aquí se encuentra el único puente binacional del mundo que conecta a México con una terminal internacional aeroportuaria en Estados Unidos. Además sus seis cruces fronterizos internacionales, dentro de los cuales está el más transitado del mundo con más de 142 mil traslados diarios. Además, de tener el puerto turístico de cruceros más importante del pacífico con 267 arribos.

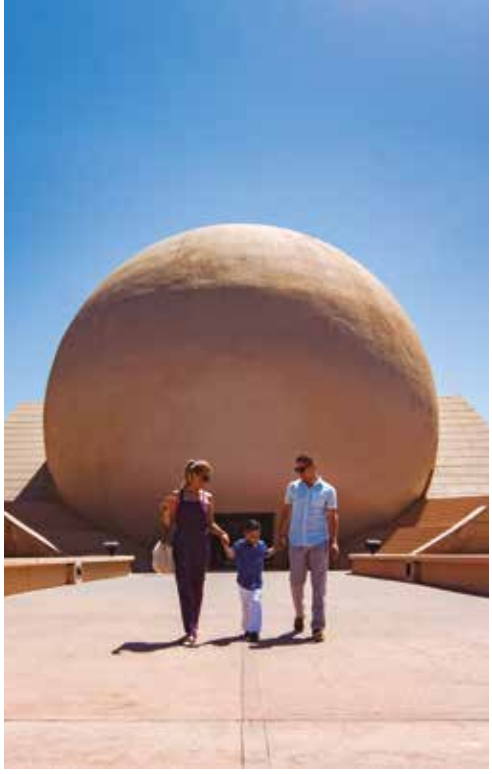
Cabe señalar que Baja California no sólo es turismo, prueba de ello es la dinámica actividad industrial resultante de un total de cien parques industriales (con más de 900 maquiladoras), divididos en cinco destinos: Tijuana con 65 propiedades, Mexicali con 25, Ensenada con cinco, Tecate con tres y dos en Playas de Rosarito.

TIJUANA

Es la quinta ciudad más poblada de México y la sexta zona metropolitana del país. En conjunto con Rosarito, Tecate y San Diego (California) es la zona metropolitana transnacional más grande de México.

La ciudad cuenta con un gran potencial para los negocios, principalmente en siete clústeres: aeroespacial, electrónico, médico, dental, de tecnología de la información (TI) y hospitalario. Esto ocasiona que el número de turistas de negocios cada vez sea mayor y la exigencia de los visitantes demande nueva infraestructura turística.

Hay que destacar que el destino ha sido reconocido por su turismo médico, ya sea por excursionistas que viajan solos para ser atendidos por algún médico, o bien, pacientes que llegan por tratamientos de largo plazo. En el caso de los pacientes que necesitan cirugía, por lo general son acompañados por familiares que requieren de hotel, o bien alojamiento para estancias prolongadas. Todo esto ha dejando una importante derrama en una amplia cadena de servicios, entre los cuales destacan: servicios médicos, oftalmológico, odontológicos, farmacéutico, sumados a servicios de restaurantes, bares, centros nocturnos y actividades culturales.



Tijuana es un destino atractivo para el turismo, ya que posee ricos platillos gastronómicos y una amplia variedad de cervezas artesanales, por sus ochenta empresas dedicadas a la elaboración de dicha bebida. Asimismo, es un lugar que tiene múltiples actividades culturales en recintos como el Centro Cultural Tijuana (CECUT), la Cineteca, el Museo de las Californias, la Casa de la Cultura Altamira y el Museo de Historia de Tijuana, así como en sus corredores: Pasaje Rodríguez, Pasaje Gómez y Plaza Revolución.

ROSARITO

Se caracteriza por ser uno de los destinos turísticos preferidos de los visitantes fronterizos. Sus playas son visitadas cada año por miles de norteamericanos lo que convierte al municipio en una zona potencial para la industria hotelera y de bienes raíces. Aproximadamente el 34% de los ingresos que recibe la ciudad provienen de los servicios turísticos.

La costa de Playas de Rosarito es la que ha presentado mayor dinamismo por tener la mayor extensión de litoral (50 km de costa) y por su cercanía con la línea internacional (distancia entre 30 y 45 minutos de recorrido por carretera en automóvil).

Algunas de las actividades más populares para realizar son: surfear, recorridos en motos por las dunas de la región y volar por el litoral y sierra de Playas de Rosarito a través del Alta Delta. En cuanto a la gastronomía, en Playas de Rosarito se encuentra la famosa Villa Langostera de Puerto Nuevo, fundada en 1956 y reconocida a nivel mundial.

De camino hacia Ensenada, sobre la carretera Federal 1, se ubica el Corredor Artesanal Popotla donde se pueden adquirir piezas artesanales de la región. Además, en el municipio existen diversas galerías de arte, entre ellas, la Galería de Arte del Estado, con exposiciones que sorprenden a los turistas.

En Rosarito están los estudios cinematográficos más importantes del norte de país, los Estudios Baja, donde se han filmado algunas de las películas y series más afamadas en la historia del cine: Titanic, Pearl Harbor, Master and Commander All is Lost, Fear The Walking Dead, entre otras. Asimismo, cuenta con el único Centro Autosustentable de México, el Baja California Center, que se ha posicionado como el recinto de mayor crecimiento con capacidad para eventos de hasta 11 mil personas.

Aquí los inversionistas tienen los elementos para apoyar el arte local, por medio de infraestructura para talleres y canales de comercialización de productos elaborados en el municipio.

TECATE

Es el único pueblo mágico en la frontera y su cercanía con la frontera facilita el acceso de turistas de Estados Unidos. Es el punto donde inicia la Ruta del Vino.

Ofrece diversas opciones de esparcimiento gracias a su geografía en la que predominan cerros, y valles; con varias opciones recreativas como: haciendas, ranchos, spa, balnearios y sitios de acampar, donde destaca 'Rancho la puerta' el mejor spa del mundo, nombrado así por cinco años consecutivos.

ENSENADA

Es el municipio con mayor extensión territorial del país y con sorprendentes lugares para realizar actividades de ecoturismo y turismo de aventura.

Con más de ciento treinta vinícolas, produce más del 90% del vino nacional, recibiendo a casi un millón de visitantes al año. La Ruta del Vino invita a invertir en nuevos viñedos, infraestructura, hoteles de categoría y tematizados, restaurantes, spas, centros de retiro para adultos mayores, entre otros.

Ensenada tiene la única reserva mundial del surf en México y una de las seis en el mundo. Es famosa por ser el destino de inmensos cruceros con pasajeros nacionales e internacionales, también es ideal para actividades al aire libre y cuenta con áreas protegidas como Valle de los Cirios, Islas del Golfo, la Biósfera de Isla de Guadalupe, así como parques nacionales como Constitución de 1857 y Sierra de San Pedro Mártir.

Tiene actividades de aventura como pesca deportiva, kayaking, golf, rappel, hiking, ciclismo de montaña, tirolesa, campismo, observación de la ballena gris y nado con tiburón y ballena.

La Bufadora es un géiser marino ubicado a 35 kilómetros al sur de Ensenada, durante el camino se puede adquirir artesanías, degustar alimentos y admirar la actividad del géiser desde el mar en un kayak.

El ambiente de vida nocturna comienza en la Calle Primera –zona centro- y puede concluir en lugares como Hussongs, Ryerson 51 o Papas & Beer.

MEXICALI

Ha recibido con los brazos abiertos a visitantes de otros países que llegan a quedarse, en especial de Asia. Debido a las migraciones, hoy en día hay alrededor de 120 restaurantes de comida China, entre ellos los mejores de la región.

Su potencialidad lo lleva a contar con el Aeropuerto de mayor crecimiento durante 2018 en México. Además tiene alrededor de 190 plantas maquiladoras que incrementan la visita de viajeros de negocio, y por lo tanto la demanda de infraestructura turística.

Miles de productores y proveedores de México y Estados Unidos asisten cada año, ocasionando una gran demanda hotelera, ya que la ciudad es sede de diferentes eventos y convenciones, entre ellas la "Expo Agro Baja", la única exposición agropecuaria y de pesca de la región. Además de las Fiestas del Sol, considerada la festividad más importante de la región que reciben cerca de 360 mil asistentes y 300 expositores.

Actualmente el sector terciario emplea al 52.1% de la población ocupada, de la cual el 44% es empleada en hoteles y restaurantes. La ciudad cuenta con un estimado de 82 hoteles, siendo solamente dos de 5 estrellas.

Lamudi.com.mx
PRESENTA

TIBURONES INMOBILIARIOS

Nadando en el mar de los expertos

Jueves 13 de junio

Hotel Camino Real
San Pedro Garza García, N.L.

Asiste al evento

Conoce a fondo el mar inmobiliario bajo una perspectiva internacional. En este evento vas a prepararte, tomar herramientas y aprender de los expertos para ser un líder de ventas innovador del mundo inmobiliario.

Tiburones Inmobiliarios

Tony **Hánna**
Tiburón Inmobiliario

Cathy **Mitchell**
Presidente de Metrotex

Roberto **Kelleher**
CEO INMOBILIA

Bella **Leal**
AMPI Monterrey

Roberto **Dauajare**
CEO LUXIMIA

Speakers

Sergio **Felgueres**
Tiburón Inmobiliario

Juan Carlos **Ramírez**
Presidente de Metrotex

John **Mayfield**
CEO INMOBILIA

Jairo **vives**
Pininfarina

Es un evento que permite

1

Exponer las mejores prácticas en la comercialización de inmuebles y aprovechamiento de la tecnología para impulsar los negocios inmobiliarios.

2

Reunir a líderes inmobiliarios, quienes saben que perfeccionar el talento es la clave para el éxito del negocio.

3

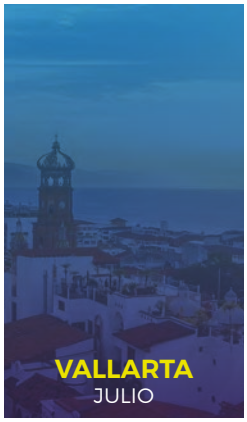
Establecer fuentes de contacto potenciales en un networking que genere negocios a corto, mediano o largo plazo.

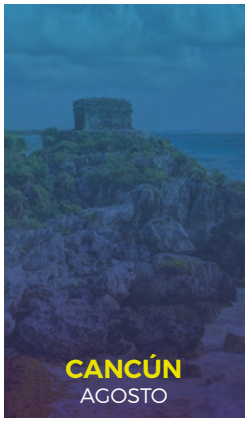
Participa como patrocinador

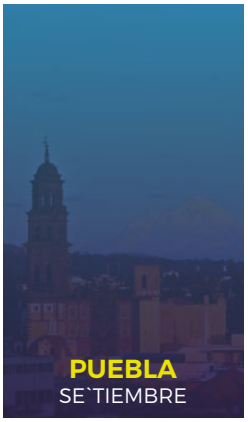
Para nuestros patrocinadores será una oportunidad clave para generar branding entre más de 300 asesores inmobiliarios más exitosos de cada región donde se llevará a cabo el Foro: Monterrey, Vallarta, Cancún, CDMX, Querétaro, entre otras ciudades que serán anfitriones de los Tiburones Inmobiliarios.

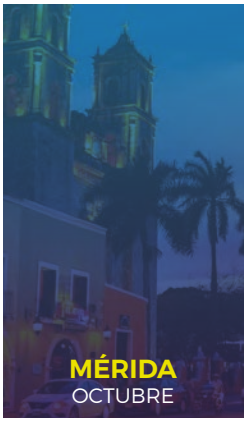
HANNA INMOBILIARIA | INMOBILIA | AURA Smart Luxury Living | pininfarina | SECOND HOME USA | ELGRIAL RESIDENCIAL

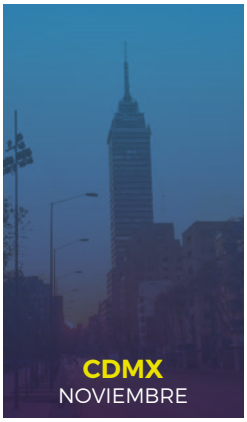
Próximos Eventos

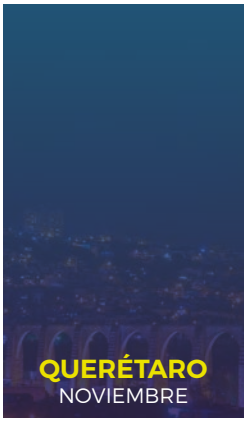












Daniel **Narváez**
Director de Marketing y Comunicación

daniel.narvaez@lamudi.com.mx 6383 9790 Ext: 5052 www.lamudi.com.mx/tiburones-inmobiliarios-monterrey/

ESTANCIAS PROLONGADAS
UN NUEVO MODELO DE HOSPEDAJE CON FUTURO

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

El territorio mexicano es desde hace varias décadas destino de importantes inversiones hoteleras, año con año el flujo de turistas internacionales que arriban al país va en aumento, lo que da como resultado un crecimiento en la demanda de habitaciones de hotel.

De acuerdo con la firma inmobiliaria JLL, la industria turística de México se encuentra actualmente entre los destinos más importantes, tanto para viajes de negocios como de placer en América Latina y el mundo.

No obstante, existen turistas tanto nacionales como internacionales que buscan hospedajes por largos periodos de tiempo ya sea por una situación médica, de negocios o por placer; en cualquiera de los casos es posible encontrar un punto medio entre sentirse en un hotel con o sin amenidades y un espacio con todas comodidades para considerarse un hogar temporal.

El concepto *extended stay* o estancias prolongadas es un modelo de hospedaje consolidado en Estados Unidos, que recientemente ha llegado al país de la mano de varias cadenas que ya cuentan con una amplia experiencia en el mercado hotelero tradicional.

"El concepto *extended stay* o estancias prolongadas es un modelo de hospedaje consolidado en Estados Unidos, que recientemente ha llegado al país de la mano de varias cadenas que ya cuentan con una amplia experiencia en el mercado hotelero tradicional."

De acuerdo con Germán Ongay, Regional VP Franchise Sales & Development Mexico, InterContinental Hotels Group, existe un mar de oportunidades para este segmento, "al principio la aceptación del producto fue lento pero hoy día se ha destapado [...] veo mucho futuro en nuestro país, además el mercado no esta competido".

HYATT APUESTA POR NUEVA MARCA DIRIGIDA A *EXTENDED STAY* EN MÉXICO

Por su parte Alfredo Reynoso, Director of Development, Hyatt Hotels Corporation comenta que se trata de un concepto altamente exitoso en Estados Unidos con elevados porcentajes de ocupación, razón por la cual decidieron replicar la fórmula con su marca *Hyatt House* de la cual sólo tienen una propiedad abierta en todo el país y América Latina.

Misma que fue inaugurada en junio del 2017 de la mano de Grupo Presidente. *Hyatt House* está pensado principalmente para el viajero de negocios, así como para quienes requieren servicios médicos o académicos. Al igual que todas las marcas Hyatt está dirigido a mercados de lujo, con habitaciones de tipo residencial, estudio y suite con cocineta y estancia; además de ser *pet friendly* cuenta con facilidades para personas que utilizan silla de ruedas o muletas, entre otras cosas.

"Es un segmento (larga estancia) relativamente nuevo o novedoso en el mercado mexicano con un gran potencial de crecimiento [...] Creemos que hay buenas oportunidades de desarrollo para la marca de Hyatt House y que podemos tener varios hoteles de este tipo próximamente" comenta.

Alfredo Reynoso, señala que está planeado un segundo hotel bajo esta misma marca en Monterrey, Nuevo León; el cual también será operada por Grupo Presidente, contará con (aproximadamente) 130 habitaciones y elementos similares a los de Hyatt House Santa Fe. La apertura se espera entre 2020 y 2021.

Se trata de un desarrollo de hoteles de doble marca, ya que contará con un Hyatt House y Hyatt Place. Es la primera vez que la cadena implementa un proyecto de este tipo en México "tener dos conceptos distintos hoteleros de la misma marca es una sinergia perfecta que ya nos ha funcionado bien en otras partes del mundo".

Así como en los hoteles tradicionales existen diversos tipos de servicios y/o amenidades que son exclusivos de ciertas marcas, en el caso de los hoteles enfocados en estancias prolongadas, también es posible encontrar una amplia gama que se adapten a las necesidades de cada huésped.

Como lo menciona Reynoso, el sello de Hyatt siempre ha sido el lujo en cualquiera de su marcas y el concepto de Hyatt House no es la excepción. Sin embargo, existen otras opciones con la misma calidad dirigido a quienes no buscan amenidades o servicios extra para su estancia.

> "Hyatt House, al igual que todas las marcas Hyatt está dirigido a mercados de lujo, con habitaciones de tipo residencial, estudio y suite con cocineta y estancia."

EXTENDED SUITES:
PIONERA EN SEGMENTO DE LARGA ESTANCIA

Tal es el caso de Extended Suites, una cadena exclusivamente dirigida al mercado de estancias prolongadas que inició operaciones en 2011 en la ciudad de Monterrey, donde construyó su primer hotel.

Las tres primeras ubicaciones de Extended Suites, Apodaca en Monterrey; Coatzacoalcos en Veracruz y Ciudad del Carmen en Campeche, fueron enfocados al turismo de negocios, es decir, con localizaciones cercanas a zonas industriales y aeropuertos. No obstante, la cadena observó que se trata de un mercado desatendido, no sólo para negocios, sino para todo tipo de turismo en el país.

Antonio Patjane, Expansion and Development Director, Extended Suites, señala en entrevista exclusiva para Inmobiliare "Nosotros hemos sido los pioneros y la primera cadena oficial de larga estancia [...] si hay un crecimiento de hoteles de negocio en México desde hace varios años pero no enfocado sólo a este segmento".

Una de las cosas que los caracteriza es que no ofrecen ningún tipo amenidades, salvo una pequeña alberca; lo que de acuerdo con Antonio Patjane beneficia el precio de las tarifas manteniendo un servicio sencillo pero de calidad que no sea más costoso por amenidades que en ocasiones los huéspedes no utilizan.

"Lo que hacemos es ubicarnos en zonas cercanas a plazas comerciales para que nuestros clientes tengan todos los servicios y entretenimiento cerca. Tratamos de evitarnos servicios complejos que luego el huésped no quiere y que impactan en la tarifa de la habitación".

Dentro de esa dinámica de sencillez es que Extended Suites opera todas sus propiedades con igual número de personas, un promedio de 12. Todos los hoteles poseen el mismo diseño, concepto y número de habitaciones (123), equipadas con cocineta completa, quemadores, microondas y refrigerador grande; además de un área de lavandería para que las personas puedan lavar su ropa.

Siete de las 123 habitaciones están habilitadas para personas con discapacidad, bajo la ley americana *Americans with Disabilities Act* (ADA), es decir, cuentan con adaptaciones para huéspedes con movilidad reducida: espacios más amplios, rampas para las regaderas, antonio tubos, soportes, etc. Más enfocadas a pacientes en recuperación.

"Una de las cosas que los caracteriza a Extended Suites es que no ofrecen ningún tipo amenidades, salvo una pequeña alberca; lo que beneficia el precio de las tarifas manteniendo un servicio sencillo pero de calidad."

Después de 2015, año en el que se aperturó el tercer hotel dirigido a viajeros de negocios; Extended Suites decidió apostar por el turismo en general, desarrollando proyectos en ubicaciones mucho más turísticas y cercanas a zonas de crecimiento comercial y de entretenimiento. "En 2017 entramos en una etapa de expansión un poco más agresiva abriendo Ciudad Juárez, Mexicali y Tijuana; en 2018 abrimos Celaya, Saltillo, Chihuahua y Cancún; y ahora en 2019 acabamos de aperturar Querétaro y estamos en construcción de Mérida y un segundo hotel en Tijuana" señala Patjane.

El crecimiento de Extended Suites en México seguirá para los siguientes años, pues planean aperturar 30 hoteles en un periodo de 2 a 3 años en ciudades como Puebla, León, Aguascalientes, San Luis Potosí, Torreón, Hermosillo, Culiacán, Toluca y Veracruz, dentro del corto plazo.

Asimismo, comenta que después de los 20 hoteles construidos, implementaran un formato más vertical manteniendo el mismo concepto, producto e imagen. Lo anterior con el objetivo de llegar a destinos como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey "nuestra huella es muy grande y el terreno que necesitamos también, por lo que la única manera de entrar es construir en vertical" comenta.

Hasta el momento dentro de los planes de la compañía no está el llegar a otras partes del mundo, aunque no descartan la posibilidad; sin embargo, consideran que México aún tiene mucho que ofrecer, por lo que buscarán más aperturas después de terminar los 30 que ya se encuentran en la agenda.

Con lo que respecta a la integración de futuras amenidades, el directivo señala que no es algo que se tenga en mente, ya que prefieren mantener la tarifa y no afectar a sus huéspedes "el modelo nos ha funcionado bastante bien, lo que nosotros buscamos es que las personas se sientan como en casa" finaliza.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA VERTICALIZACIÓN EN GUADALAJARA

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

"Las oportunidades son muy relevantes para los siguientes 10 años en Guadalajara, no veo de ninguna manera el mercado saturado, habrá opciones si la economía sigue fuerte y atrayendo a más inversionistas"

-Jaime Flores, director general de Kiva.

Si bien es cierto que durante el primer trimestre de 2019, los inversionistas se mostraron cautelosos debido a diferentes temas que sucedieron en el país como la cancelación del nuevo aeropuerto internacional y el desabasto de gasolina; Kiva, especialistas en detección, desarrollo y administración de negocios financieros de alto valor de bienes inmuebles, ve un escenario positivo y observan oportunidades de negocio durante los siguientes meses del año.

"En KIVA tenemos una perspectiva positiva debido a la concentración en dos regiones (Querétaro y Guadalajara), ya que son ciudades prósperas con una demografía creciente que sigue atrayendo inversión", comenta en entrevista para Inmobiliare, Jaime Flores Solís, Director General de KIVA Grupo Inmobiliario.

En México se puede observar un fenómeno de desarrollo vertical en diferentes ciudades; ejemplo de ello es Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Tijuana y Querétaro. Anteriormente en Guadalajara se permitía tener oficinas horizontales en ubicaciones privilegiadas, pero hoy día que la ciudad ha crecido y "cuando el Gobierno desarrolla documentos rectores, como son los planes parciales, en ese momento se está cimentando el crecimiento de una ciudad y eso es lo que está ocurriendo".

Jaime Flores, Director General de Kiva

Durante el primer trimestre del presente año el mercado de oficinas en Guadalajara reaccionó con cautela con un ligero incremento de 1.7% del inventario y una contracción del 3.3% en el volumen de construcción, manteniendo los precios casi estables, de acuerdo con información del reporte del 1T2019 de la plataforma inmobiliaria Solili. En construcción iniciaron dos proyectos, uno de ellos es Avania Business Center.

Además los edificios en desarrollo que reportan 156,969 m², se sitúan sobre cuatro corredores: Puerto de Hierro, Providencia, López Mateos Sur y Nueva Zona Financiera. En total se edifican 18 proyectos donde siete de ellos corresponden a edificios de más de 8 mil m², los cuales son de clase A. Por su parte, Providencia fue el único corredor donde se inició construcción con 8,930 m².

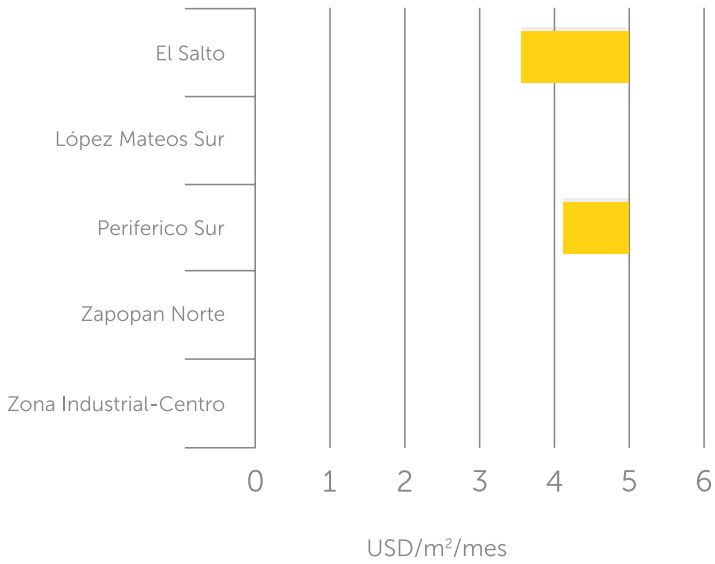
Cabe destacar, que los precios reflejan un bajo incremento en el 1T2019 de 3 centavos de dólar, con rentas promedio de $21.32 USD/m²/mes entre una mínima de $17.20 USD/m²/mes en el corredor de Providencia y una mínima de $23.18 USD/m²/mes en el corredor Puerta de Hierro.

En la actividad de arrendamiento se reportó una absorción bruta de 10,555 m² y una absorción neta 10,796 m², que se contrajo en 36% con respecto al resultado del 4T 2018, muestra de la prudencia con la que el mercado reaccionó ante las medidas políticas y económicas que incidieron en el sector corporativo.

De acuerdo con Flores Solís, en la región de Andares, que es una área más corporativa se está observando una consolidación de oficinas, comercio y vivienda vertical, así como una transformación en el sitio de Providencia y en la Nueva Zona Financiera donde se da una tendencia en oficinas; de igual forma el sur de la ciudad está teniendo un crecimiento donde se están construyendo desarrollos, principalmente comerciales y en menor escala de vivienda en proyectos verticales.

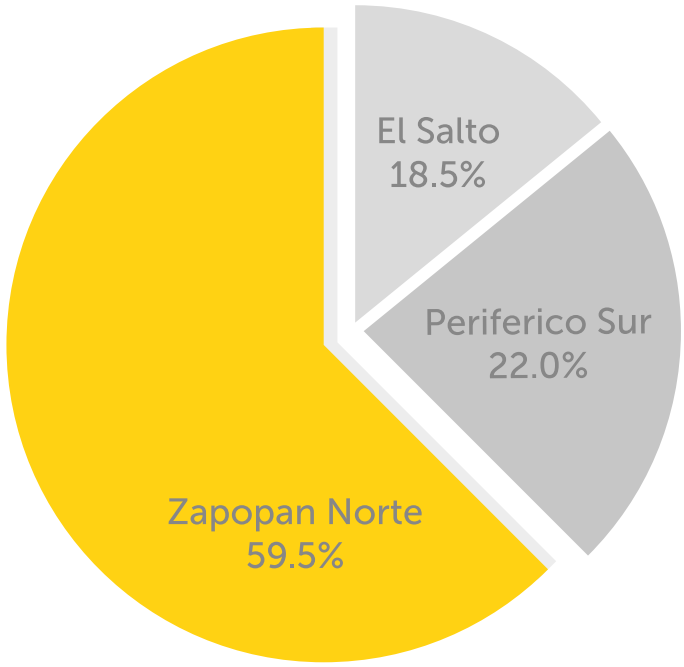
Durante el 1T2019, el mercado de oficinas en Guadalajara reaccionó con cautela con un ligero incremento de 1.7% del inventario.

Precio de Renta por Corredor



Fuente: Solili Marzo 2019

Absorcion Bruta



Fuente: Solili Marzo 2019

¿Existen problemas de verticalización?

La verticalización en algunas ciudades puede traer problemas tanto para sus habitantes como para la región, esto debido al mal uso de suelo o el desplazamiento que las personas necesitan hacer para moverse de un punto a otro. Según información del Director General de KIVA Grupo Inmobiliario, hace alguno años se aprobó el Plan de Ordenamiento Territorial Metropolitano, el cual es un documento rector de regulación de la ciudad que abarca a todos los municipios del Área Metropolitana de Guadalajara; adicional en el municipio de Gdl se actualizó el Plan Parcial, esto hace que se auto regule el mercado, es decir, los desarrolladores saben que se puede y no construir en un terreno y eso finalmente da certidumbre de hacia dónde está creciendo la capital tapatía.

Los retos que tiene esta ciudad en el tema de verticalización es de infraestructura, "cuando se tiene mayor verticalidad en un área lo que se debe hacer es cambiar la infraestructura, es decir, brindarles mayores servicios a la gente que habitará y trabajará en la zona".

En cuestión de movilidad es un tema estratégico para la ciudad, "la directriz ahora está enfocada a incrementar transporte público como el tren ligero, camiones articulados, ciclovías, así como áreas de interconexión y parques públicos".

Los edificios en desarrollo que reportan 156,969 m2, se sitúan sobre cuatro corredores: Puerto de Hierro, Providencia, López Mateos Sur y Nueva Zona Financiera.

Actividad en precios y ocupación.

El incremento en el costo de los terrenos y de los precios de los materiales de construcción provocan un incremento en el valor de los desarrollos, "el alza que ha habido en los materiales ha sido relevante, en algunos productos hemos tenido incrementos desde hace tres/cuatro años desde casi el 40%, yo creo que uno de los retos que tenemos los desarrolladores es poder contener esos costos; los terrenos evidentemente entre más demanda haya por vivir o trabajar en una zona, los precios se van a incrementar de manera natural", manifestó Jaime Flores.

En México se puede observar un fenómeno de desarrollo vertical en ciudades como: Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Tijuana y Querétaro.

La experiencia que ha adquirido KIVA Grupo Inmobiliario en cuestión de proyectos verticales le ha permitido conocer la importancia de la amenidades que las empresas deben ofrecer al cliente, "cuando empieza haber más competencia existe beneficio para el consumidor; hay que entender muy bien los mercados de la verticalización, es decir, creemos que en vivienda residencial de uno a tres millones está creciendo y sigue habiendo oportunidades. En nuestra experiencia en oficinas, nosotros estamos enfocados a empresas medianas o pymes, estamos desarrollando soluciones integrales para nuestros clientes que resuelvan todas sus necesidades".

Además considera que "las oportunidades son muy relevantes para los siguientes 10 años en Guadalajara, si la economía sigue fuerte y atrayendo a más inversionistas tendremos mucha opciones, esto siempre y cuando desarrollemos soluciones integrales a los clientes".

KIVA Grupo Inmobiliario se posiciona en la Región de Occidente

Kiva surgen en 2012 en Guadalajara, hoy en día tienen 21 proyectos en operación distribuidos en el Área Metropolitana de Guadalajara y Querétaro de los cuales tiene en construcción siete proyectos (dos en Qro y cinco en Gdl); una de las áreas de oportunidad que vieron sus cinco socios/fundadores en la región occidente de México fue ser una desarrolladora con modelos de negocio con soluciones en políticas operativas transparentes y rendimientos entre 18-20% a sus inversionistas, así como la ubicación que tiene, ya que está conectada con el norte, noreste y noroeste del país; además de su dinámica económica y el ambiente tecnológico en el que se ha estado trabajando en el área metropolitana; "yo creo que la ciudad ofrece mucha oportunidad tanto para el área de vivienda, comercio y oficinas, obviamente cada mercado se tiene que segmentar, pero me parece que cada una tiene una dinámica hasta el momento positiva", mencionó Jaime Flores.

Proyectos de Kiva en GDL

Novena México: proyecto de usos mixtos el cual tiene 3,785 m^2 de terreno, los cuales están destinados para 17 locales comerciales, 65 oficinas, 5 niveles para cajones de estacionamiento y un hotel de 13 niveles con 120 habitaciones, se espera su terminación para finales de 2019.

Novena México

Avania: edificio de usos mixtos que se está desarrollando en una superficie de mil metros, los cuales están destinados tres mil metros para oficinas y un local comercial de 600 metros, 105 cajones de estacionamiento, se espera que termine su construcción en 2020.

Avania

Bravante: será un desarrollo de usos mixtos, se destinarán 7 mil m2 para oficinas, dos mil para comercio y 70 estudios de entre 50 a 55 m^2, los cuales serán de una recámara. Se espera que inicie su construcción en octubre de 2019 y finalice a finales de 2021.

Bravante

Ubika El Refugio

Además de estos proyectos, en la Zona Metropolitana de Guadalajara tienen en proceso de obra a Dario Business Center, Avant Industrial Park y Parque Industrial Trex La Venta; en la zona del Bajío tiene presencia en Querétaro: Ubika El Refugio y Álamos Business Center.

REAL ESTATE BUSINESS SUMMIT GUADALAJARA 2019

GUADALAJARA EL CENTRO DE INVERSIÓN EN EL OCCIDENTE DEL PAÍS

POR **MÓNICA HERRERA**
monica.herrera@inmobiliare.com

La ciudad de Guadalajara, Jalisco se convirtió por segundo año consecutivo en la sede de *Real Estate Business Summit Guadalajara 2019*, donde se dieron cita cerca de 350 personalidades de la industria inmobiliaria, entre los que se encontraban arquitectos, desarrolladores e inversionistas; así como representantes del gobierno del estado.

La identificación de retos, tendencias y oportunidades de inversión en la región fueron los principales tópicos en la que Erico García, director de B2B Media e Inmobiliare Magazine, enfatizó en su discurso inaugural, el enorme crecimiento que ha mostrado Guadalajara a lo largo de los últimos años, "es una ciudad en constante crecimiento y verticalización, lo que ha generado que sea un gran foco de inversión pública y privada para el sector inmobiliario".

PLAN DE ACCIÓN PARA EL CRECIMIENTO DEL ESTADO. TRANSPARENCIA Y GOBERNABILIDAD DEL SECTOR INMOBILIARIO EN JALISCO

Hugo Luna Vázquez, Jefe de Gabinete del estado de Jalisco, presentó ante los asistentes, la nueva forma de trabajo de la actual administración estatal, los diferentes planes de trabajo para ciertos destinos de Jalisco, así como el rediseño institucional que permite alinear esfuerzos para un fin común, y de esta manera enfocarse en cuatro grandes bloques: Seguridad, Desarrollo Social, Económico y Desarrollo Territorial.

De acuerdo con el Jefe de Gabinete, para la inversión en infraestructura que planea realizar el gobierno estatal se tuvo que hacer un 'reacomodo' en el diseño del presupuesto, para generar una serie de mecanismos con apoyo de la iniciativa privada, de forma que se completara una bolsa de infraestructura de 17 mil 658 millones de pesos.

También, dio a conocer seis planes maestros regionales que están llevando a cabo los gobiernos municipales y del estado para las zonas de Paisaje Agavero, Costa Alegre, Tapalpa, Chapala, Sierra del Tigre y Zona Norte. Así como el proyecto del Peribús, el cual contempla convertir al actual anillo periférico en un anillo interior "se va a convertir en una especie de boulevard (...) alrededor tenemos un montón de tierra con potencial para construir ciudad de todos los niveles socioeconómicos, diseñandolo correctamente" comentó.

Hugo Luna Vázquez, Jefe de Gabinete del estado de Jalisco

Finalmente señaló que las puertas de Guadalajara están abiertas con reglas importantes para el desarrollo inmobiliario e invitó a los asistentes a invertir en el estado, construir comunidad y hacer ciudad.

Pablo Errejón Alfaro, Director General de Guía Inmobiliaria; José Luis Valencia, Director Ejecutivo en Agencia de proyectos estratégicos de Jalisco; Cristina Ojeda, Directora General de Promodesa; Alberto Baz García de León, Director de nuevos proyectos de Brayco Corporativo.

REINVENTANDO EL DESARROLLO INMOBILIARIO EN EL OCCIDENTE DEL PAÍS

Contó con la participación de Cristina Ojeda, Directora General de Promodesa; Alberto Baz García de León, Director de nuevos proyectos de Brayco Corporativo; Pablo Errejón Alfaro, Director General de Guía Inmobiliaria; José Luis Valencia, Director Ejecutivo en Agencia de proyectos estratégicos de Jalisco; y Sergio Hinojosa, Director Jones Lang LaSalle Guadalajara, como moderador del panel.

De acuerdo con los especialistas, el mercado de Jalisco representa un acceso al sistema de desarrollo regional, que sumado a los planes maestros anunciados por Luna Vázquez representan la oportunidad de estructurar proyectos inmobiliarios que sean sostenibles. "Con áreas para diversos sectores, turismo de naturaleza en Costa Alegre, turismo de interés cultural en Paisaje Agavero; o en la zona de Tapalpa (...) que junto con los equipamientos

sociales podamos sostener proyectos de inversión y desarrollo económico. Proyectos inmobiliarios que sean con el soporte, la certeza jurídica y realmente el impulso para jalisco" comentó José Luis Valencia.

Por su parte Pablo Errejón, mencionó que el mercado de second home en Puerto Vallarta y la Riviera Nayarita son mercados dolarizados muy atractivos; que los últimos tres años han recuperado su ritmo de venta a pesar de haber pasado por una etapa de crisis. Asimismo, alentó a los demás desarrolladores a hacer proyectos boutiques para acompañar todo el crecimiento de la Zona Agavera y el resurgimiento de Chapala.

Juan Carlos Ostos, Director General de Cinuk; Mariel Zúñiga, Directora de Grupo en Concreto; Jack Levy Hasson, Fundador y Director General de Grupo Veq; Ignacio Ramírez, Director General de Inverti.

USOS MIXTOS Y LA VERTICALIDAD DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA

Las tendencias para el crecimiento vertical de la ciudad de Guadalajara fue el tema con el que Mariel Zúñiga, Directora de Grupo en Concreto, abrió la conversación con Jack Levy Hasson, Fundador y Director General de Grupo Veq; Ignacio Ramírez, Director General de Inverti; y Juan Carlos Ostos, Director General de Cinuk.

De 10 años a la fecha, la capital de Jalisco inició una etapa de verticalización rápida, en su mayoría por tres razones: 1. Disponibilidad de tierra; 2. La seguridad de la zona; y 3. La movilidad; lo que lleva, no sólo a realizar desarrollos verticales, sino también de uso mixto como lo Andares, Landmark y La Perla, señaló Jack Levy Hasson.

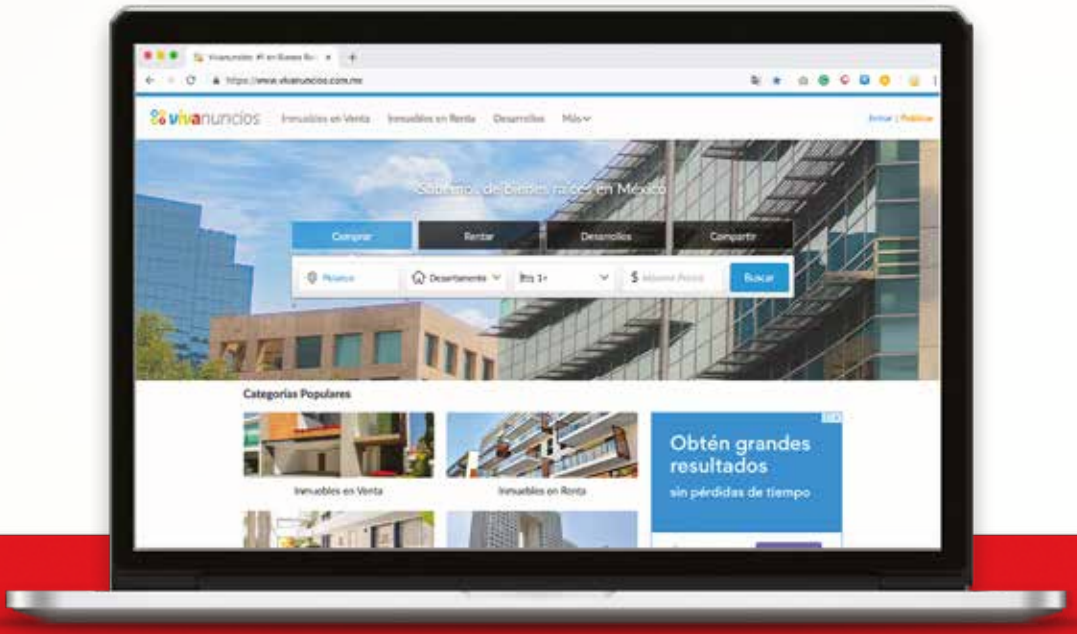
Además, comentó que para los siguientes cinco años "los desarrolladores como nosotros vamos a venir al mercado a traer experiencias de usos mixtos que tendremos fuera de México y para hacerlo de manera exitosa no podemos ignorar al mercado local, tenemos que venir y hacer equipo con ellos".

Alberto Tacher, Director de Tacher Arquitectos; Fernando Amescua, Socio Director de Kiva Grupo Inmobiliario; Gonzalo Leaño Aceves, Director General de Grupo Leac; Álvaro Arizti, Director Ejecutivo de Huella Desarrollos.

MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO URBANO DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA (ZMG)

Para Álvaro Arizti, Director Ejecutivo de Huella Desarrollos, la responsabilidad y el desarrollo sustentable están orientados en tres ejes fundamentales: la sustentabilidad económica, ecológica y la social, es decir, ofrecer una mejor calidad de vida para las personas, "cuando juntamos estos tres elementos y los llevamos a la parte financiera, es ahí donde encontramos el reto, ya que tenemos que asegurar la rentabilidad de los grupos empresariales a los que representamos, sin dejar de lado los otros dos ejes".

vivanuncios
Sabemos de bienes raíces



VENDE MÁS RÁPIDO

Vivanuncios es la opción **#1** para la gente que busca su próximo hogar

¿Ya te anuncias con nosotros?

Obtén hasta un 40% de descuento en nuestros paquetes

menciona el código **VIVAINMO**

01 800 681 1050
protool.vivanuncios.com.mx

Por su parte Alberto Tacher, Director de Tacher Arquitectos, coincide en que el bienestar de las personas es una parte importante, pues siempre buscan que los proyectos ofrezcan la mayor calidad de vida posible para el usuario final, lo que de acuerdo con ellos, se traduce en una mejor ciudad.

En el caso de Gonzalo Leaño Aceves, Director General de Grupo Leac, señaló que una de las cosas que debería de adoptarse de otros países como Estados Unidos, es el obligar a los desarrolladores a realizar vivienda media alta y social en la misma zona para contar con una convivencia de los diferentes círculos sociales en un solo espacio. "Guadalajara tiene un gran problema, por ejemplo en el norponiente de la ciudad solo hay vivienda media alta; es importante fomentar una equidad en todas las zonas para lograr un equilibrio".

Lisandro Videla, Vicepresidente de Inversión de Prodigy Network; Roberto García Olavarrieta, Director General de Capital RE; Nicolás Santacruz, Director de adquisiciones de GAVA Capital; Ernesto Fragoso, Director Ejecutivo Fiduciario de Banco Inmobiliario Mexicano.

PRESENTACIÓN PROYECTO AMBAR POR HUMBERTO SALAS, DIRECTOR COMERCIAL DE BOS INMOBILIARIA

BOS Inmobiliaria cuenta con 30 años de experiencia en asesoría inmobiliaria integral con presencia en la Ciudad de México, Querétaro y Guadalajara.

Ambar es un proyecto que estará ubicado sobre la Avenida Hidalgo en la ciudad de Guadalajara; de acuerdo Humberto Salas, la propuesta arquitectónica contempla una torre escalonada de 25 niveles y 90 unidades al fondo del predio con terrazas y departamentos de 80 metros cuadrados. El despacho Macías Peredo fue el encargado de realizarla.

"Se conceptualizó entendiendo el valor cultural y arquitectónico de la zona para lograr que las plazas que aporta el desarrollo sean incluyentes a todo el público. Es un proyecto pensado para considerar las distintas formas de vivir".

FINANCIAMIENTO, FUENTES DE CAPITAL E INVERSIÓN

Contó con la presencia de Nicolás Santacruz, Director de adquisiciones de GAVA Capital; Lisandro Videla, Vicepresidente de Inversión de Prodigy Network; Ernesto Fragoso, Director Ejecutivo Fiduciario de Banco Inmobiliario Mexicano; Roberto García Olavarrieta, Director General de Capital RE; y como moderador Juan Carlos Méndez, Director de Colliers International Guadalajara.

Para Roberto García, las fuentes de financiamiento no se rigen por nuevas tendencias; sin embargo, siempre deben ir acompañadas de ciertas características para levantamiento de capital, la primera es ofrecer una creación de valor; seguida de una alineación de intereses y un gobierno corporativo robusto con una claridad y transparencia en la comunicación.

Uno de los puntos más discutidos por los panelistas fue el 'factor AMLO' como ellos lo llamaron; quienes coincidieron en que sigue existiendo cierta precaución en las inversiones para realizar desarrollos inmobiliarios en el país; sin embargo, enfatizaron que México tiene suficiente capital para invertir. "Mi sorpresa es que el 1T19 fue el trimestre de mayor captación de capital que hemos tenido en la historia del fondo, cerca de 270 mdp y la razón es que si hay dinero, ya se dieron cuenta que no se va a acabar el mundo, ni México, aunque hay incertidumbre" comentó García Olavarrieta.

HB
HIDROSISTEMAS BAJA

22 AÑOS DE EXPERIENCIA EN SISTEMAS CONTRA INCENDIO

SUMINISTROS

EQUIPOS DE ALTA ESPECIFICACIÓN

MANTENIMIENTO PREVENTIVO, PUESTA EN MARCHA, DIAGNÓSTICO Y REPARACIÓN

INGENIERÍA, CONSULTORÍA Y DISEÑO

MONITOREO DE SISTEMAS: APP FIRE REPORT

INSTALACIÓN DE SISTEMAS ESPECIALIZADOS

Nuestros clientes cuentan con el respaldo de una amplia gama de soluciones en servicios desde fases preliminares hasta la instalación y posterior mantenimiento de los equipos.

CONTÁCTANOS
T. 01 800 478 7642
contacto@hb.com.mx
www.hb.com.mx

Arturo González, Regional Partner de Grupo 4S; Elizabeth Quintero, Key Account Manager para Desarrollos de Vivanuncios; Rigoberto Vega, Director Comunidad Guadalajara de WeWork; Julio Pindter, Director General de Interurbana.

TENDENCIAS EN EL NEGOCIO INMOBILIARIO

La penúltima presentación estuvo a cargo de Alberto Limón, Socio Fundador de Consulta MX; Elizabeth Quintero, Key Account Manager para Desarrollos de Vivanuncios; Julio Pindter, Director General de Interurbana; Arturo González, Regional Partner de Grupo 4S; y Rigoberto Vega, Director Comunidad Guadalajara de WeWork.

El tema generacional puede considerarse como algo que está basado en tendencias o caprichos, señala Alberto Limón, sin embargo, para Rigoberto Vega, es una cuestión de adaptación del mercado, ya que el patrón de consumo de las nuevas generaciones ha cambiado más rápido de lo que el desarrollador puede ofrecer "me parece que hay temor de cambiar a nuevos productos, lo que estamos viendo es que el mercado lleva una dinámica mucho más rápida de lo que está sucediendo, hay mucho producto y una oferta inmobiliaria que no está adecuada lo que el mercado está buscando".

Por su parte Elizabeth Quintero considera que es un error pensar en que se trata de un capricho generacional, pues para ella es mucho más fácil pensar, diseñar y construir un proyecto acorde a los millennials pero con la capacidad de evolucionar para las siguientes generaciones, en lugar de demoler e iniciar de cero.

Actualmente, la localización de los proyectos no lo es todo, las amenidades deben, también generar un impacto en las personas, por lo que Arturo González recalcó que utilizar sólo dos variables (precio y ubicación) como punto de comparación entre los diferente proyectos que existen, ya no es suficiente "hoy en día hay una sobreoferta que nos hace llegar a una guerra de precios, sin darnos cuenta que lo que debemos hacer es crear una marca, una identidad propia para los desarrollos".

Arquitecto Leonardo Díaz Borioli, Socio Fundador y Director Creativo de Estudio 3.14.

EQUITY Y EQUIDAD. COLABORACIÓN ENTRE INICIATIVA PRIVADA Y SECTOR PÚBLICO

Como parte del cierre del Real Estate Business Summit Guadalajara 2019, el Arquitecto Leonardo Díaz Borioli, Socio Fundador y Director Creativo de Estudio 3.14, ofreció una conferencia en la cual se analizaron las formas de colaboración entre iniciativa privada y pública para crear espacios y generar una integración social.

Estudio 3.14 ha colaborado en un sinnúmero de proyectos públicos y privados, entre los que destaca Andares de Guadalajara y la densificación de la metrópolis de Guadalajara, está última como parte de un proyecto para el sector público.

"Andares se diseñó porque vimos que Zapopan es uno de lo municipios con mayor inequidad en México, el Gobierno aplicó el impuesto a la densidad para los lugares más ricos para que ese dinero llegue a las zonas marginadas del municipio. Es un impuesto que trata de mejorara el espacio público pero también trata de mejorara el espacio de zonas marginadas".

Para el arquitecto el tema social y la generación de una dinámica de convivencia entre los diferentes estratos socioeconómicos es de vital importancia al momento de visualizar y diseñar un proyecto. "No estamos hablando sólo de un tema social, sino de cómo una equidad social se convierte también en un buen negocio, porque no hay nada más poco glamoroso que irse a meter a un club exclusivo detrás de unos muros en un país donde afuera hay pobreza".

Armour
Secure
Title & Escrow
#1
Con la adquisición de Fidelity National Title de México, por Armour Holdings, convirtiéndonos de esta forma en Armour Secure Insurance, la empresa líder en el ramo de Seguros de Títulos de Propiedad y Servicios de Escrow, con una participación del 90% en el mercado mexicano.
En conjunto, con nuestro reasegurador Lloyd´s de Londres (www.lloyds.com) ofrecemos toda la experiencia para asegurarnos que su inversión inmobiliaria tenga los mejores cimientos.
Bosque de Radiatas 50 Piso 4
Bosques de las Lomas
05120 Cuajimalpa, México D.F.
T (55) 9177 - 0867
www.armoursecure.com

USG SE FORTALECE AL UNIRSE A GRUPO KNAUF

La firma especializada en sistemas de construcción ligera, se fusionó con Grupo Knauf, con lo cual se consolidó como la empresa líder en el ramo, no solo en México sino en el mundo.

Por Redacción Editorial

México, es un bastión importante en el modelo y estrategia de negocio de USG, ya que representa una plataforma estratégica para el suministro de los mercados de Centroamérica y el Caribe.

Con una fuerza laboral de 36 mil empleados y 295 plantas a nivel mundial, USG fortalecerá su legado en seguridad, calidad, innovación y servicio al cliente de la mano de Grupo Knauf, con quien comparte valores y una larga historia de colaboración como empresas líderes de construcción. Por delante se forja una nueva historia y un fuerte compromiso no nada más con los clientes sino con el país.

Tenemos la firme convicción de seguir creciendo e invirtiendo en México, donde actualmente operan cinco plantas y cuatro oficinas regionales" comenta Fernando Fernández, director general de USG México y Latinoamérica.

"Para USG es un orgullo convertirnos en líder absoluto en sistemas de construcción ligera a nivel global tras unirnos a Grupo Knauf. México es un bastión estratégico en nuestro modelo de negocio; conservamos nuestras marcas y desde luego, la excelencia en servicio que nuestros clientes demandan para hacer realidad sus proyectos arquitectónicos" comenta Fernando Fernández, director general de USG México y Latinoamérica.

México, siempre ha sido un bastión importante en su modelo y estrategia de negocio, ya que es una plataforma estratégica para el suministro de los mercados de Centroamérica y el Caribe, ante ello existe un compromiso muy importante por parte de la empresa para que su plan de inversión continúe.

"Hemos tenido un crecimiento sostenido en los últimos años; exportamos entre el 40 y el 50% de los materiales que producimos en USG México. Tenemos la firme convicción de seguir creciendo e invirtiendo en México, donde actualmente operan cinco plantas y cuatro oficinas regionales. Estamos cerrando una inversión de 10 millones de dólares en nuestra planta de Monterrey, destinada a la expansión de la línea de tablero de cemento USG DUROCK® para poder satisfacer las demandas del mercado. Cada una de las acciones que estamos llevando a cabo tienen un claro enfoque en superar las expectativas de nuestros clientes" añadió el directivo.

USG fortalecerá su legado en seguridad, calidad, innovación y servicio al cliente de la mano de Grupo Knauf

USG México continuará operando en el país con sus reconocidas marcas e innovadoras soluciones constructivas, las cuales desde hace medio siglo, han evolucionado la industria, con soluciones constructivas para muros interiores TABLAROCA®, fachadas USG DUROCK® y USG SECUROCK®, plafones reticulares y más recientemente tableros arquitectónicos como USG STONEBOARD® Y USG ARTSOUND®, entre muchas otras.

Además de estar comprometidos con el medio ambiente y la reducción de huella de carbono implementando productos que están en armonía con el medio ambiente, hasta acciones relacionadas con el cuidado del entorno, así como apoyo a las comunidades en las que se diseñan, fabrican, distribuyen y utilizan las soluciones constructivas de USG.

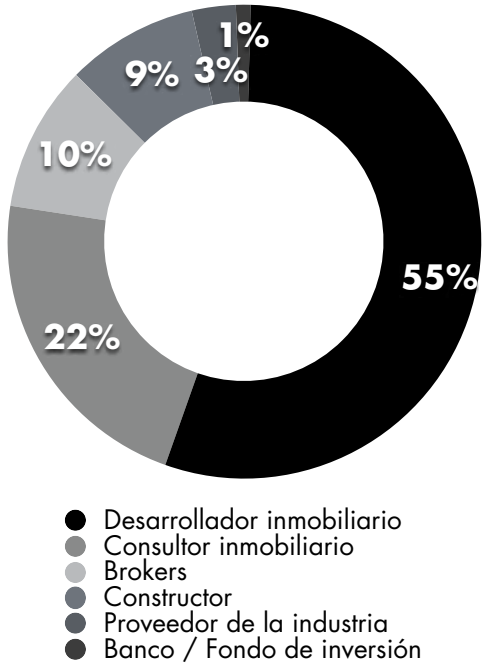
PANORAMA DESARROLLO INMOBILIARIO EN MÉXICO 2019

Por 4S Real Estate

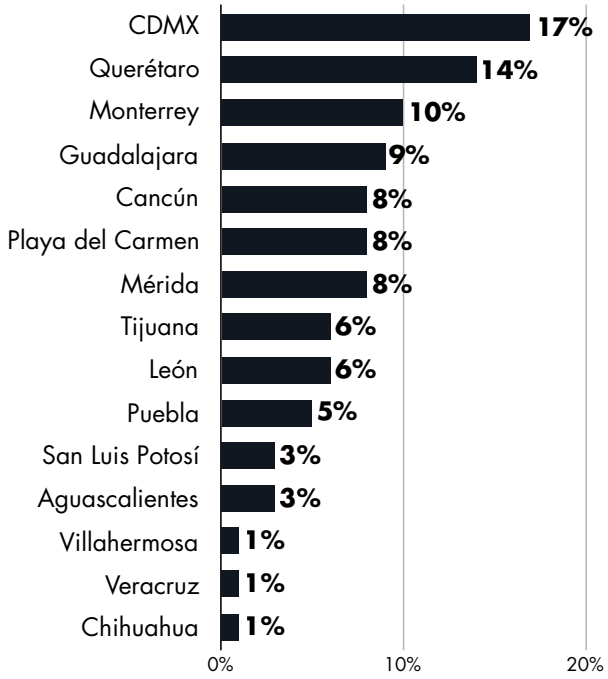
Un año más, 4S Real Estate presenta el análisis de opiniones y expectativas de distintos líderes del mercado inmobiliario en México para este 2019, esta recopilación permite entender mejor el timing actual, las oportunidades más destacadas de la industria y el comportamiento de las diferentes plazas clave dentro del país.

En esta ocasión, los resultados corresponden a la opinión de 135 participantes de los cuales el 55% son desarrolladores inmobiliarios, 22% son consultores, 10% brokers, 9% constructoras, 3% proveedores de la industria y el 1% instituciones bancarias o fondos de inversión, quienes operan desde distintas sedes dentro de la república como: CDMX (17%), Querétaro (14%), Monterrey (10%), Guadalajara (9%), Cancún (8%), Playa del Carmen (8%), Mérida (8%), entre otras.

Perfil de los Participantes



¿En qué ciudades tiene mayor presencia su empresa?



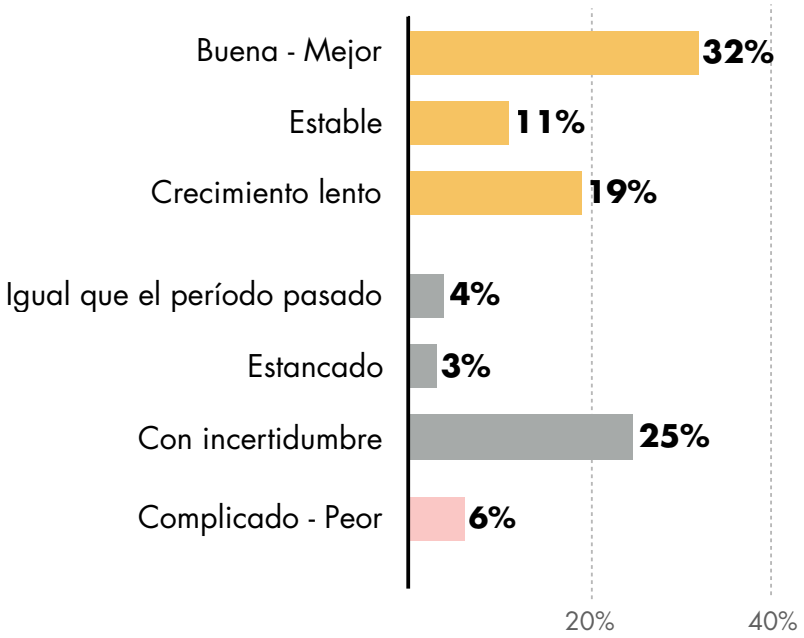
Continuando con la descripción de los participantes, se observa que en la mayoría de los casos los desarrolladores inmobiliarios, proveedores de la industria e instituciones bancarias/fondos de inversión operan en ciudades como CDMX, Querétaro, Monterrey y Guadalajara, mientras que los consultores inmobiliarios se localizan principalmente en CDMX, Querétaro, Cancún y Playa del Carmen. Por su parte, los brokers que participan en el estudio generalmente radican en Querétaro y Mérida y quienes se enfocan en la construcción representan mayormente a la ciudad de Tijuana, seguida de CDMX, Querétaro, Monterrey, Aguascalientes, entre otras.

Distribución de las ciudades según el mercado primario del participante

	Desarrollador inmobiliario	Consultor inmobiliario	Brokers	Constructor	Proveedor de la industria	Banco / Fondo de inversión
CDMX	**17%**	**21%**	10%	**12%**	**15%**	**15%**
Querétaro	**13%**	**15%**	**13%**	**12%**	**23%**	**15%**
Monterrey	8%	9%	10%	**12%**	**15%**	**15%**
Guadalajara	**10%**	6%	10%	8%	**15%**	**15%**
Cancún	8%	**11%**	10%	-	8%	8%
Playa del Carmen	8%	**11%**	10%	3%	-	8%
Mérida	7%	9%	**13%**	8%	8%	-
Tijuana	6%	4%	10%	**15%**	-	8%
León	8%	6%	8%	2%	-	-
Puebla	5%	4%	3%	8%	8%	8%
San Luis Potosí	5%	-	-	8%	-	-
Aguascalientes	-	4%	3%	**12%**	8%	-
Villahermosa	3%	-	-	-	-	-
Veracruz	1%	-	-	-	-	8%
Chihuahua	1%	-	-	-	-	-
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA MEXICANA Y FACTORES DE IMPORTANCIA EN EL SECTOR INMOBILIARIO

De manera general, ¿Cómo considera que sería la situación del mercado inmobiliario post-elecciones?



Acerca de la economía mexicana, más de la mitad de los líderes de la industria (62%) coinciden en que se vislumbra un buen panorama en el mercado inmobiliario post-elecciones (32% consideran que la situación del mercado será mejor, 11% indican que será estable y el 19% opinan que crecerá lentamente); únicamente el 6% de la muestra percibe el panorama como complicado o en depresión y el porcentaje restante piensa que se mantendrá igual que el período pasado (4%), estancado (3%) o con incertidumbre (25%).

Más comentarios:

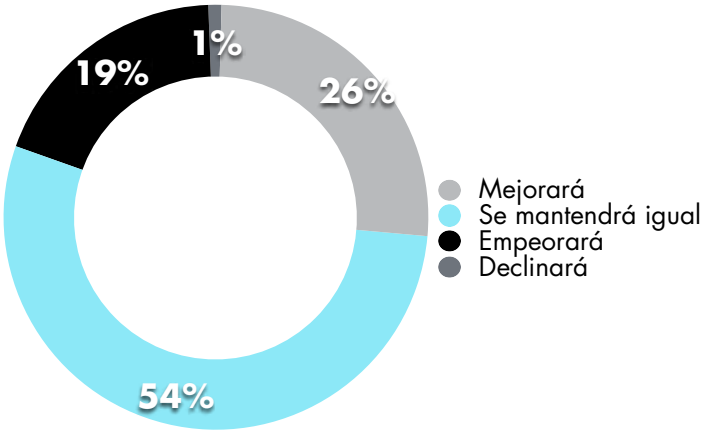
"Existirá mayor seguridad en la inversión de inmuebles"

"Los inversionistas seguirán apostando al sector inmobiliario"

"Inestable, en espera de lo que defina el gobierno"

"Consumidor con poco valor adquisitivo"

¿Usted considera que la economía mexicana mejorará, se mantendrá, empeorará o declinará en los próximos 12 meses?



De manera puntual, el 26% de las opiniones mencionan que la economía mexicana mejorará en los próximos 12 meses, mientras que el 54% indica que se mantendrá igual que en el último año, 19% menciona que empeorará y el 1% que el mercado declinará durante este año. Lo anterior, se encuentra en línea con la estimación realizada por la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI), en la que se estima que durante el 2019 habrá un crecimiento de entre 5.25% y 6% en la industria inmobiliaria en el país.

A.M.P.I.

*La Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) estima que en el país habrá un **crecimiento** de entre 5.25% y 6% en la industria inmobiliaria, durante el 2019.*

Evalúe el nivel de importancia que tendrá los siguientes factores en el ramo inmobiliario durante el año 2019

Los factores que tendrán mayor importancia en el ramo inmobiliario durante el presente año son principalmente: costos de tierra, costos de construcción, crecimiento lento de la economía, disponibilidad del capital y las tasas de interés, según la opinión de todos los participantes. Dichas respuestas coinciden con la información plasmada en el Diario Expansión en alianza con CNN, en su edición de diciembre 2018 "...desde el cambio de gobierno en Estados Unidos y la renegociación del antiguo TLCAN se vio un impacto en los precios de los materiales para construcción en hasta un 11%...".

*"...desde el cambio de gobierno en Estados Unidos y la renegociación del antiguo TLCAN se vio un impacto en los **precios de los materiales para construcción** en hasta un 11%..."*

Diario Expansión en alianza con CNN (Dic, 2018)

EXPANSIÓN EN ALIANZA CON CNN

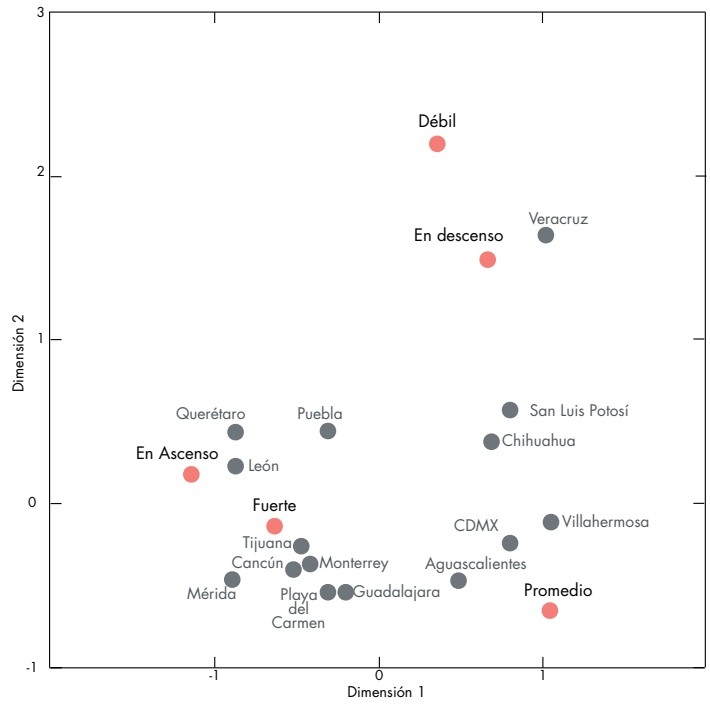
Yo sí invierto en mí Patrimonio
¡Conócenos
en Valle de Bravo!
www.fraccionamientosantuario.com
Yo tengo casa en
EL SANTUARIO
FRACCIONAMIENTO ECOLÓGICO

DESEMPEÑO INMOBILIARIO EN CIUDADES CLAVE DEL PAÍS

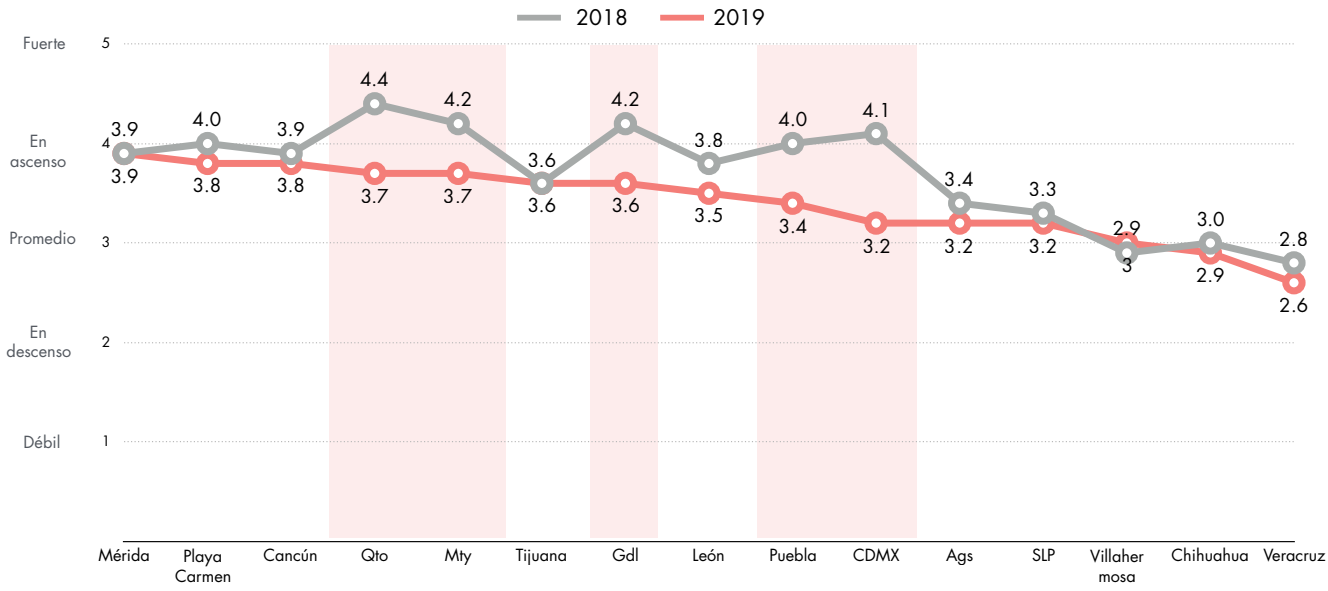
En la experiencia de los entrevistados, las ciudades que mejorarán fuertemente su desempeño en materia inmobiliaria durante en el año 2019 son Tijuana, Cancún, Mérida, Monterrey, Playa del Carmen y Guadalajara, seguidas de León, Querétaro y Puebla. En el caso de Veracruz y en menor medida San Luis Potosí y Chihuahua, se pronostica que habrá un descenso en su desempeño. Por su parte Aguascalientes, CDMX y Villahermosa se mantendrán dentro del promedio.

En comparación con el año pasado, los líderes inmobiliarios pronostican un escenario más conservador en el desempeño de las distintas sedes del país durante el 2019.

Percepción del desempeño inmobiliario en las principales ciudades de México



Forbes

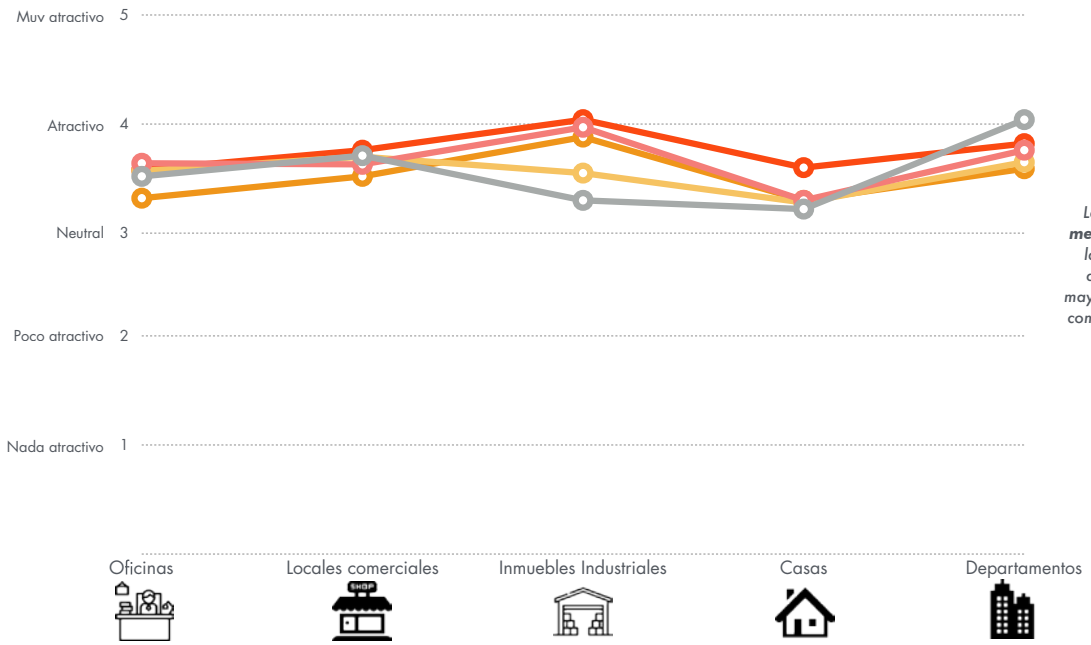


Forbes México

*Según la revista Forbes México los de estados con mayor potencial de inversión inmobiliaria en el 2019 son: BCS, **Nuevo León, Querétaro, Quintana Roo, Jalisco** y Veracruz*

EVALUACIÓN DE INMUEBLES PARA INVERSIÓN EN RENTA

Considerando las ciudades claves del país, ¿Cómo evalúa los siguientes tipos de inversión para RENTA?



*Las tasas de desocupación en el **mercado industrial** en México son las más bajas en las últimas dos décadas (4.6%) y se prevé una mayor expansión de industrias como: comercio electrónico, manufacturera ligera y logística*

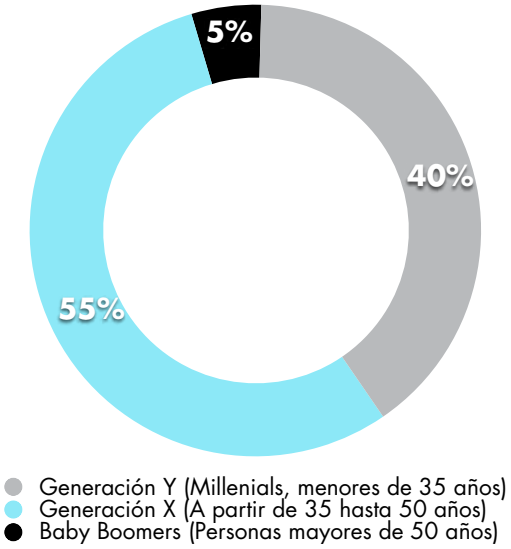
Revista Enlace Inmobiliario, AMPI CDMX (Ene-feb, 2019)

En lo que refiere a la inversión patrimonial en las ciudades claves del país, los líderes inmobiliarios evalúan que el tipo de inmueble más atractivo para comercializar en formato renta en CDMX es vivienda vertical (departamentos), mientras que en Monterrey, Tijuana y Querétaro recomiendan apostar por proyectos industriales. Asimismo, la renta de locales comerciales se percibe que será más atractiva en Guadalajara, los proyectos de oficinas en Monterrey y en cuanto al desarrollo de vivienda horizontal (casas) consideran que Querétaro será la ciudad más atractiva para este tipo de formato en alquiler.

Ciudad	Tipo de Inmueble	Promedio evaluación
CDMX	Oficinas	3.52
	Local Comercial	3.71
	Industriales	3.30
	Casas	3.22
	Departamentos	4.04
Monterrey	Oficinas	3.64
	Local Comercial	3.63
	Industriales	3.97
	Casas	3.30
	Departamentos	3.76
Guadalajara	Oficinas	3.57
	Local Comercial	3.70
	Industriales	3.55
	Casas	3.28
	Departamentos	3.65
Tijuana	Oficinas	3.32
	Local Comercial	3.52
	Industriales	3.88
	Casas	3.30
	Departamentos	3.59
Querétaro	Oficinas	3.58
	Local Comercial	3.76
	Industriales	4.04
	Casas	3.60
	Departamentos	3.82

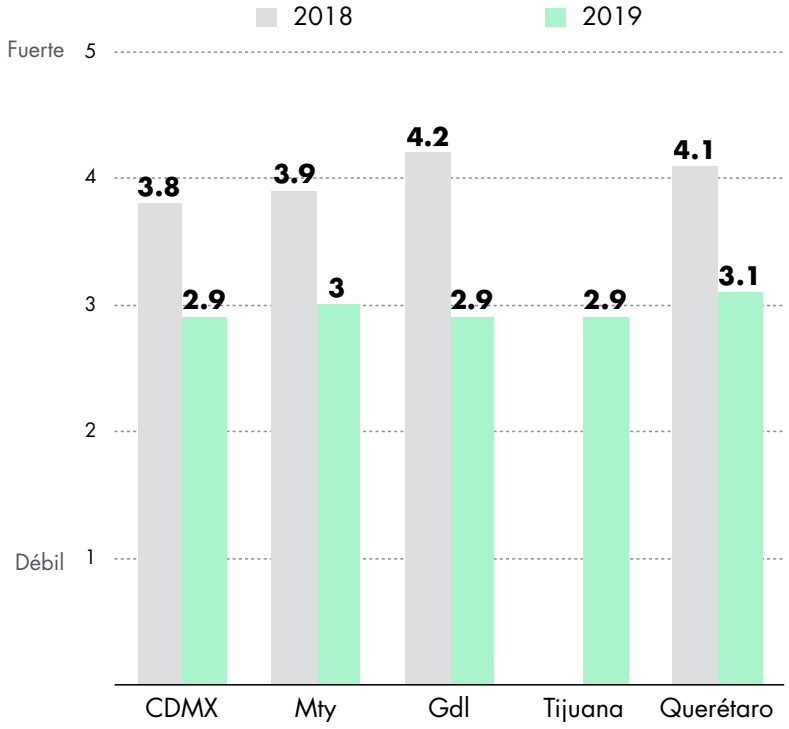
DEMANDA DE USUARIOS FINALES EN CIUDADES CLAVES DEL PAÍS

Considerando las ciudades claves del país, ¿Cómo evalúa los siguientes tipos de inversión para RENTA?



El mercado más relevante para la mayoría de los actores participantes (55%) son aquellas personas de 35 hasta 50 años, quienes corresponden a la Generación X, seguidos por los Millenials o Generación Y (menores de 35 años) con el 40% de las menciones. Tomando en cuenta a dichas generaciones como usuarios finales, se percibe un descenso específicamente de la demanda de productos de vivienda, en ciudades como CDMX, Monterrey, Guadalajara y Querétaro.

¿Cómo considera que será la demanda de vivienda por parte del USUARIO FINAL en las siguientes ciudades claves del país?



Nota: En el PI 2018 no se evaluó la ciudad de Tijuana

5 ABIERTO DE POLO CARIBE MEXICANO

RIVIERA MAYA & CANCUN

MEXICO

GRACIAS

a nuestros patrocinadores.

NOS VEMOS EN EL

ABIERTO DE POLO
DEL CARIBE MEXICANO 2020

Royalton Riviera Cancun Resort & Spa

IN RIVIERA MAYA & CANCUN

GMB GAMA MASTER BROKER

CIRQUE DU SOLEIL JOYÀ

PORSCHE

LUXURY IN MEXICO

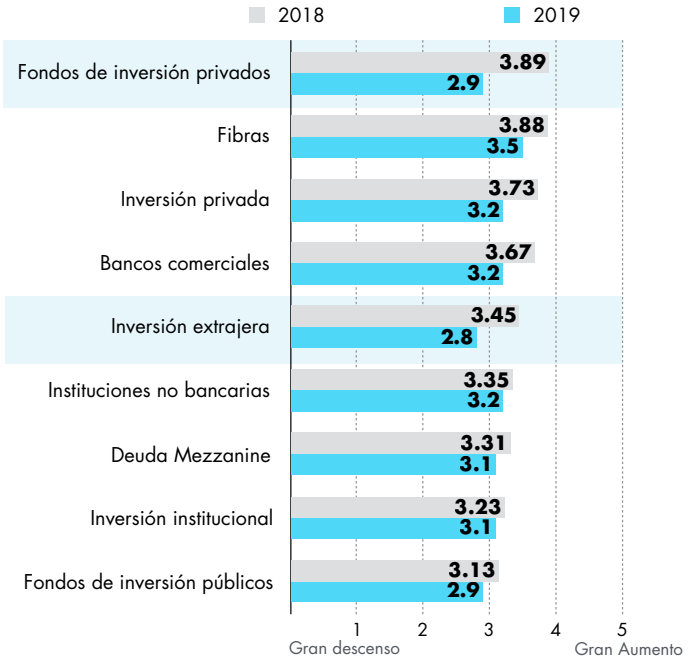
Desfile de Modas | Pabellón Gastronómico | Rifas VIP | Concurso de Sombreros | Kid's Club | Exhibición de Autos Clasicos

bienvenido@inmediagroup.com.mx

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En temas de financiamiento y créditos, según la opinión de los líderes inmobiliarios las fuentes de financiamiento este año irán a la baja, principalmente los Fondos de Inversión Privados y la Inversión Extranjera. Por su parte, los créditos puente este año también se mantendrán en equilibrio, de acuerdo al 61% de las menciones.

¿Cuál considera que será el comportamiento de las fuentes de fnanciamiento durante este año?



EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN – INVERSIÓN PATRIMONIAL Y DESARROLLO ESPECULATIVO Y RESIDENCIAL

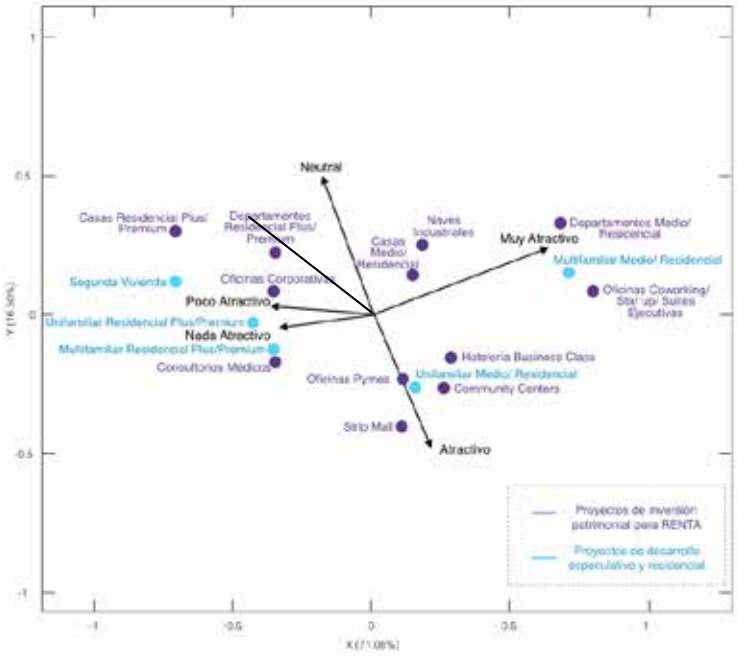
Considerando el panorama 2019, los proyectos de inversión patrimonial que resultan más atractivos son: departamentos para NSE medio/residencial y oficinas estilo coworking/startups/suites ejecutivas.

Por su parte, los multifamiliares para NSE medio/residencial son la opción más atractiva de los proyectos de desarrollo especulativo y residencial.

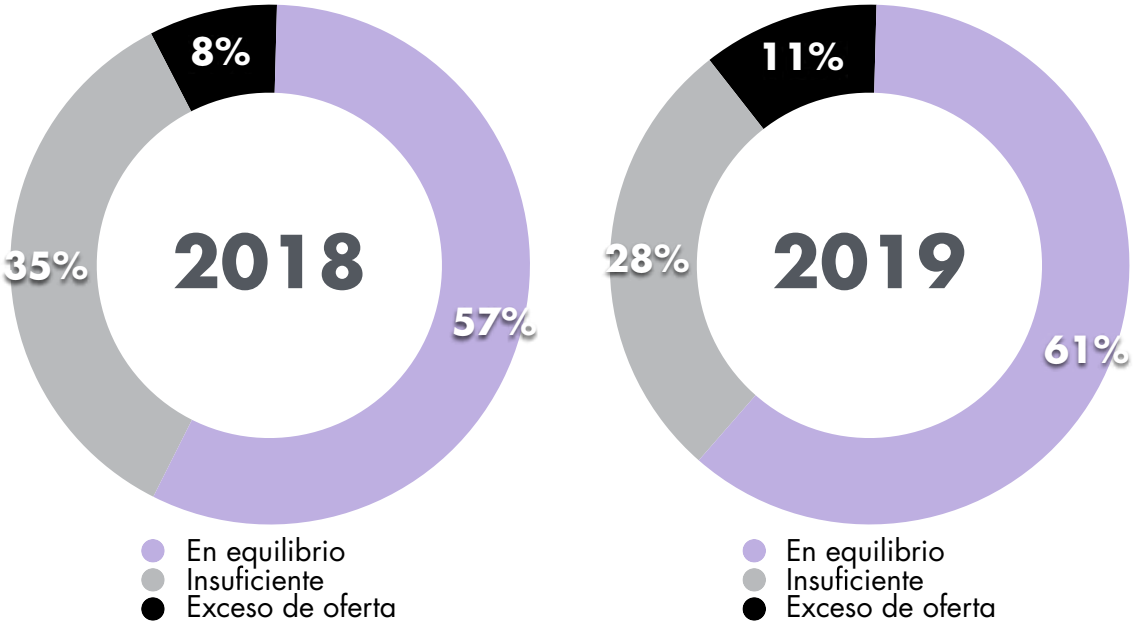
Inmuebles con enfoque de segunda vivienda, unifamiliares y multifamiliares para NSE residencial plus/premium, oficinas corporativas, consultorios médicos y en menor medida departamentos y casas para NSE residencial plus/premium son las opciones de proyectos consideradas como las menos atractivas dentro del mercado inmobiliario en el presente año.

Para este análisis, se utilizó la técnica multivariante MANOVA BIPLOT con un porcentaje de representatividad del 87.6% (sobre el 100% de las respuestas obtenidas); dicho método permite evaluar simultáneamente distintos tipos de variables y la relación que existe entre éstas.

Tomando en cuenta el panorama para el año 2019, ¿Qué tan atractivos serán los siguientes tipos de proyectos inmobiliarios a nivel nacional?



Oferta de créditos puente para la construcción

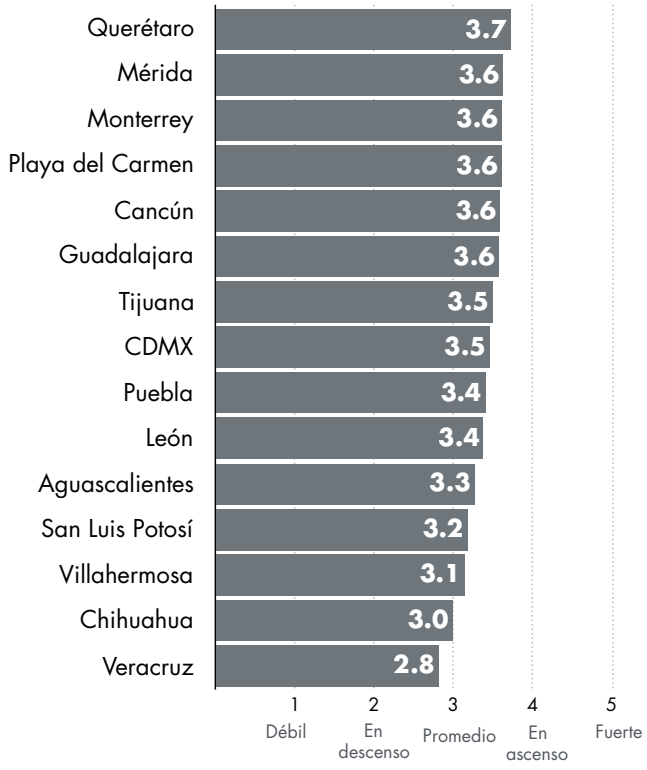


EXPECTATIVAS PARA PROYECTOS COMERCIALES

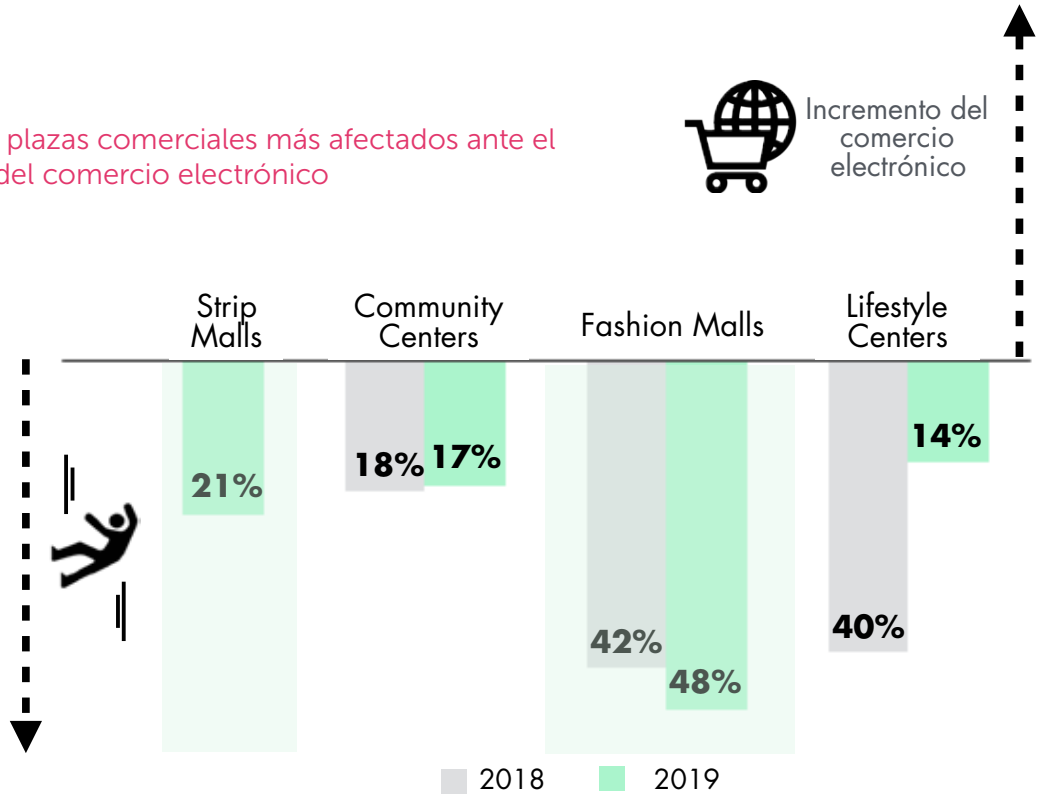
A partir de la expansión acelerada del comercio electrónico, se percibe un panorama conservador en cuanto a la demanda de metros cuadrados comerciales a nivel nacional. Las ciudades que requieren mayor cantidad de metraje comercial son: Querétaro, Mérida, Monterrey, Playa del Carmen, Cancún y Guadalajara, principalmente.

Asimismo, los participantes de este estudio indican que los formatos comerciales Fashion Mall y Strip Mall, son los más afectados ante el incremento del e-commerce y que a nivel nacional, el enfoque comercial que hace falta desarrollar más es el de entretenimiento, seguido por los de tecnología y cultura.

Demanda de metros cuadrados comerciales en las principales ciudades de México



Formatos de plazas comerciales más afectados ante el incremento del comercio electrónico



Considerando su plaza principal o la ciudad donde tiene mayor presencia, ¿Qué enfoque comercial considera hace falta desarrollar más?

	Entretenimiento	Tecnología	Cultura	Gastronómico	Fitness y bienestar personal	Luxury Goods	Fast fashion	Total
CDMX	**29%**	**29%**	19%	7%	12%	2%	2%	100%
Guadalajara	25%	**29%**	17%	8%	8%	5%	8%	100%
Monterrey	23%	19%	**27%**	15%	4%	4%	8%	100%
Puebla	**42%**	17%	17%	-	8%	8%	8%	100%
Querétaro	**38%**	19%	13%	3%	11%	8%	8%	100%
Cancún	**32%**	26%	16%	-	16%	10%	-	100%
Playa del Carmen	**30%**	20%	20%	15%	15%	-	-	100%
Tijuana	**52%**	12%	6%	12%	6%	-	12%	100%
León	**46%**	12%	6%	12%	-	12%	12%	100%
Villahermosa	25%	-	25%	25%	-	-	25%	100%
Veracruz	50%	-	-	50%	-	-	-	100%
San Luis Potosí	**72%**	-	-	14%	14%	-	-	100%
Mérida	24%	**29%**	24%	11%	6%	-	6%	100%
Chihuahua	-	-	-	50%	-	50%	-	100%
Aguascalientes	**49%**	17%	17%	-	-	17%	-	100%

OBRA BLANCA EXPO

EL ENCUENTRO CON
LAS IDEAS CONSTRUCTIVAS

15-17 OCT 2019

EXPO SANTA FE CDMX

UN EVENTO DE 3 DÍAS

- CONFERENCIAS CON PONENTES INTERNACIONALES Y NACIONALES
- ENCUENTROS CON PROVEEDORES
- INTERVENCIONES EN SITIO
- APP PARA MOSTRAR TENDENCIAS Y EVENTOS PARA NETWORKING
- LANZAMIENTO DE PRODUCTOS Y TECNOLOGÍA ESPECIALIZADA EN ACABADOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

Venta de espacios Informes: T. (55) 4629. 7750
info@obrablancaexpo.com

Pre-regístrate en línea
obrablancaexpo.com

ORGANIZADO POR

TCNA Consejo Cerámico de Norte América · TRADEX Exposiciones · círculo cuadrado

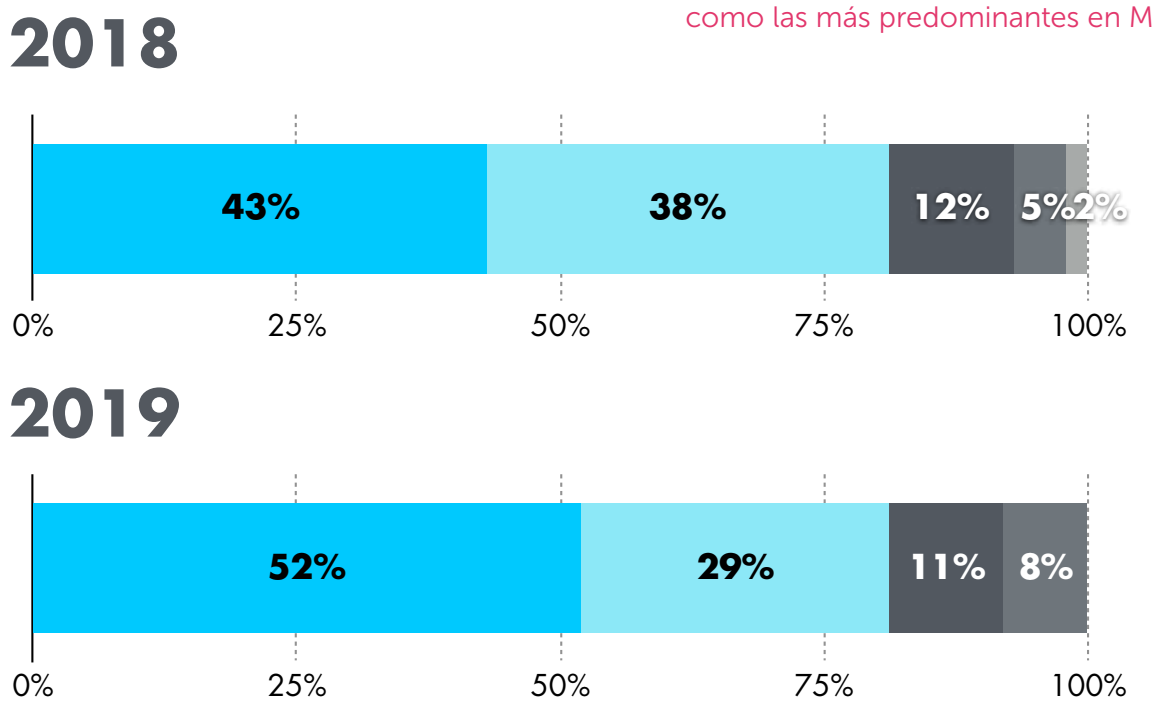
TENDENCIAS PARA EL 2019 EN PROYECTOS COMERCIALES Y DE OFICINAS

La tendencia para proyectos comerciales a nivel país apunta hacia la creación de centros de usos mixtos y comunidades planeadas desde hace dos años.

El mercado de oficinas se inclina hacia la construcción de proyectos con enfoque coworking y dirigido a empresas PYMES, principalmente en las ciudades claves del país.

Esquemas de financiamiento más accesibles, urbanización de la población y avances tecnológicos son las 3 tendencias principales que los líderes inmobiliarios auguran que transformaran el desarrollo inmobiliario en México.

Tendencias en centros comerciales consideradas como las más predominantes en México

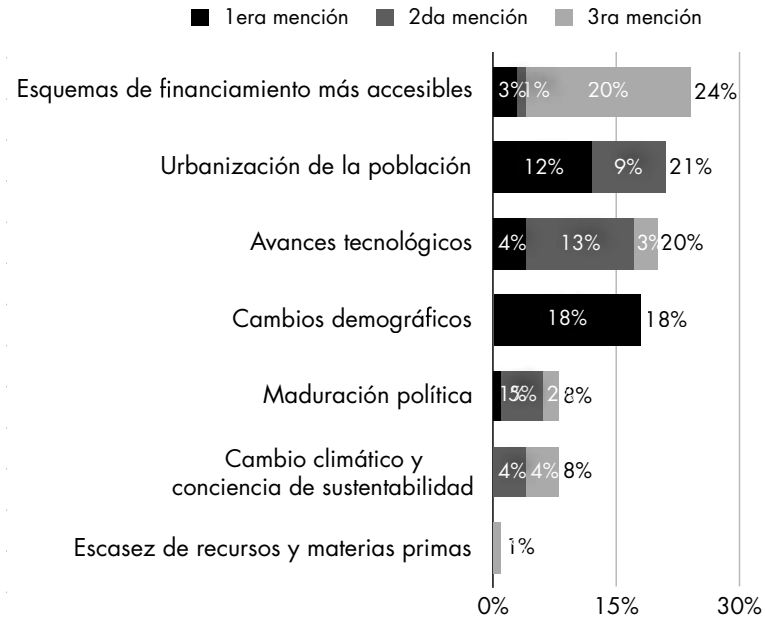


- Centros de usos mixtos y comunidades planeadas
- Centros comerciales con anclas que generen comunidad (anclas profundas: entretenimiento y cultura)
- Entretenimiento y eventos en centros comerciales
- Centros comerciales anclados con marcas tipo fast-fashion
- Tiendas exclusivas para clientes distinguidos

Considerando su plaza principal o la ciudad donde tiene mayor presencia, ¿Qué giro de ofcinas considera hace falta desarrollar más?

	Oficinas corporativas	Oficinas coworking	Micro-oficinas / Suites ejecutivas	Oficinas enfoque PYMES	Total
CDMX	6%	48%	9%	37%	100%
Guadalajara	4%	39%	18%	39%	100%
Monterrey	-	28%	8%	64%	100%
Puebla	-	50%	7%	43%	100%
Querétaro	13%	34%	11%	42%	100%
Cancún	5%	52%	19%	24%	100%
Playa del Carmen	5%	52%	19%	24%	100%
Tijuana	6%	29%	6%	59%	100%
León	-	35%	18%	47%	100%
Villahermosa	-	-	25%	75%	100%
Veracruz	-	-	-	100%	100%
San Luis Potosí	-	30%	35%	35%	100%
Mérida	5%	38%	14%	43%	100%
Chihuahua	-	-	-	100%	100%
Aguascalientes	-	57%	-	43%	100%

*Los resultados publicados en la revista Occupational & Environmental Medicine (2018), mostraron que en promedio los empleados que trabajan en **espacios abiertos** fueron 31.8% más activos en comparación con aquellos que laboran en sitios cerrados y en cubículos.*



¿Cuáles serán las 3 tendencias principales que transformarán el negocio del desarrollo inmobiliario en los próximos 5 años

En el 2018, urbanización de la población, cambios demográficos y avances tecnológicos, fueron las tendencias más mencionadas por los líderes inmobiliarios.

4S Real Estate (PI, 2018)

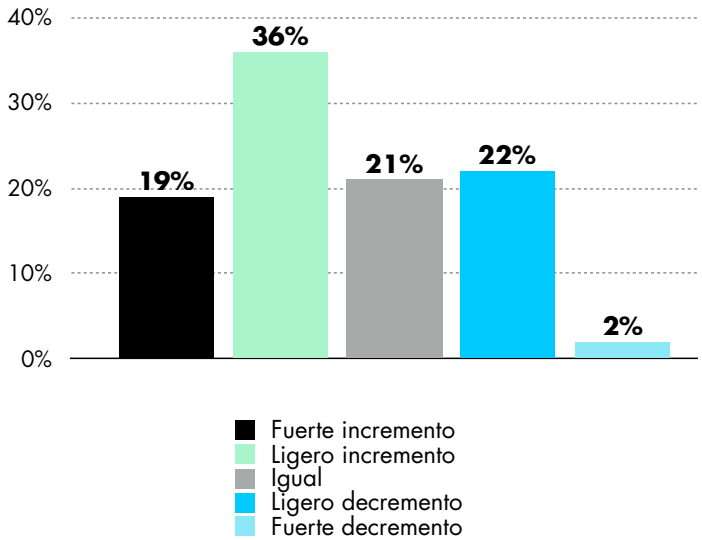
OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR INMOBILIARIO

Considerando el panorama económico actual, poco más de la mitad de los participantes percibe mayores ingresos en sus empresas en los próximos 12 meses (19% fuerte incremento y 36% incremento). Para el 21% de los casos, sus ingresos se mantendrán similares al año anterior, 22% sufrirán un ligero decremento y únicamente 2% tendrán pérdidas importantes.

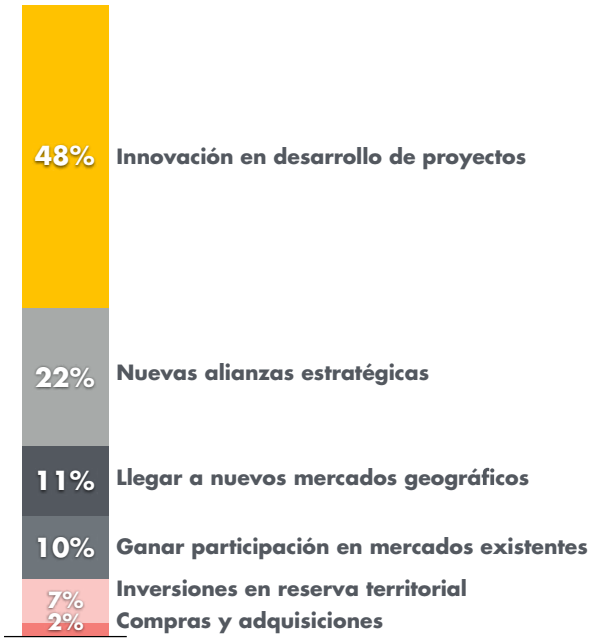
Con miras de hacer crecer sus negocios, los lideres inmobiliarios consideran que es importante apostar por la innovación en el desarrollo de los proyectos, además de crear nuevas alianzas estratégicas con distintos actores influyentes en la industria, para así poder expandirse y llegar a nuevos mercados geográficos y ganar participación en los mercados existentes, entre otras actividades.

Finalmente, las principales oportunidades en el mundo inmobiliario que los participantes visualizan para sus empresas en este próximo sexenio se resumen en: crecer en la construcción y oferta de proyectos inmobiliarios, especializarse en el desarrollo de productos diferenciadores que apuesten por la innovación y consolidarse dentro del segmento residencial.

¿Cómo percibe que será el comportamiento de ingresos en empresas como la suya en los próximos 12 meses?



¿Cuál de las siguientes actividades cree usted que es la más importante para hacer crecer su empresa en los próximos 12 meses?



¿Qué oportunidades visualiza para su empresa en este próximo sexenio?

- **Crecimiento en la construcción y oferta de proyectos inmobiliarios**
- **Especialización en productos diferenciadores/innovación**
- **Consolidación en el segmento NSE Residencial**
- Alianzas estratégicas
- Consolidación de servicios/calidad
- Mayor acceso a créditos/financiamiento
- Crecimiento en el mercado industrial
- Crecimiento/Posicionamiento dentro de la misma sede
- Regeneración urbana
- Expansión a nuevas sedes
- Fondeo privado
- Mayor demanda de vivienda NSE Medio/Bajo
- Crecimiento industria turística
- Adquisición de propiedades/terrenos a buen precio
- Aportación y lotificación
- Crecimiento demográfico
- Crecimiento económico del Estado
- Diversificación del mercado
- Nuevos esquemas de comercialización
- Reducción de costos gracias a la tecnología
- Retroceso en tasas de interés

A.M.P.I.

*En conferencia de prensa, Pablo Vázquez actual presidente nacional de la AMPI, mencionó que el **mercado residencial**, lujo, propiedad vacacional y hoteles, serán los subsectores que más incrementos registrarán en los próximos años...*

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

Orange Communications

Orange Communications empresa con más de **20 años de experiencia** en el ámbito editorial, cuenta con cinco publicaciones MDC The Event Planner's Magazine, Golf & Spa Lifestyle Magazine, Luxury Travel, Directorio Eventbook y próximamente The Wedding Book.

Boutique Publishing Group

Contrataciones: ventas@editorialorange.com
Teléfono: +52 (55) 5281 1200

suscripciones@editorialorange.com
DISTRIBUCIÓN EN LOCALES CERRADOS

orangecommunications.com

MDC LUXURY TRAVEL Golf&Spa THE WEDDING BOOK Eventbook AXOVIA GOLF LBN LUXURYLAB GLOBAL

PUBLISHING GROUP I DIGITAL MEDIA I CUSTOM MEDIA I MARKETING LAB. I NEWSWIRE I BUSINESS LAB. I EVENTS & MEETINGS I LUXURY EXPEDITIONS I SPORTS MARKETING I PR AGENCY

REAL ESTATE BUSINESS SUMMIT MONTERREY 2019:

LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA REGIÓN NORTE DE MÉXICO

POR **DANAE HERRERA**
danae.herrera@inmobiliare.com

Monterrey, capital del Estado de Nuevo León, ubicada al noreste de México, es considerada un centro industrial, turístico y comercial de gran importancia para el desarrollo económico del país, siendo punto de atracción para la inversión nacional y extranjera.

De acuerdo con Solili, plataforma inmobiliaria, tan sólo al cierre del 1T19, Monterrey ocupó el segundo lugar con la mayor concentración de inventario industrial del país con un crecimiento del 8.2%, superando los 125 millones de pies cuadrados (p²) de nueva oferta. En lo que respecta al segmento de oficinas, durante el mismo periodo, sumó al inventario una cifra superior a los 48 mil m², que en términos porcentuales representó el 5.7%, rebasando la barrera de 1 millón de m² del inventario corporativo de la ciudad.

Otras fuentes como Lamudi destacan a Nuevo León como uno de los estados con una distribución equilibrada en la clasificación de su vivienda donde predomina el desarrollo de tipo económico con un 32% de participación, seguido de la vivienda residencial con 25%, vivienda residencial plus 21%, con tendencia al alza y vivienda de interés medio con poco más del 20 por ciento.

Guillermo Almazo, Publisher de Inmobiliare Magazine E.U. & LATAM

Miguel Treviño, Alcalde de San Pedro G.G.

En materia turística y con base a los Resultados de la Actividad Turística Enero 2019, emitida por DataTur, durante el primer mes de 2019, el Aeropuerto Internacional de Monterrey recibió más de 20 mil visitantes extranjeros, colocándose en el séptimo lugar a nivel nacional.

Ante este panorama B2B Media e Inmobiliare Magazine llevaron a cabo este 23 y 24 de mayo, la octava edición de Real Estate Business Summit Monterrey, evento que reunió a líderes del sector inmobiliario, turístico y empresarial, además de representantes del Gobierno del Estado, con el principal objetivo de exponer y discutir los grandes temas de interés para el sector en esta región.

AGENDA PÚBLICA Y DESARROLLO URBANO

El Hotel Quinta Real, ubicado dentro del mismo municipio, fungió como sede de este octavo congreso, el cual se aperturó con un desayuno de cortesía para luego abrirle paso al debate sobre las tendencias, oportunidades y ventajas competitivas que ofrece la Zona Metropolitana de Monterrey.

El Summit estuvo encabezado por Miguel Treviño, Alcalde de San Pedro Garza García, quien reafirmó el compromiso de las autoridades locales y la iniciativa privada, para impulsar el desarrollo económico en el municipio. "El desafío, probablemente en la metrópoli completa, pero sobre todo en San Pedro, es que la infraestructura y la cultura desincentivan el uso del espacio".

Asimismo, señaló que es trascendental la realización de este tipo de cumbres inmobiliarias que logren generar entre desarrolladores, el intercambio de buenas prácticas y una visión de ciudad. "Es un gremio clave para nosotros; en la medida en que les demos certezas sobre lo que estamos haciendo como municipio, ellos podrán hacer mejor su trabajo y coincidir en construir con las características que queremos para la ciudad".

Cabe destacar que la actual administración de San Pedro G.G. contempla establecer y poner a disposición de la ciudadanía una plataforma digital denominada "Visor Urbano", con la cual se busca transparentar las licencias de construcción. Al respecto el Secretario de Desarrollo Urbano, Javier Alberto de la Fuente, explicó que se trata de "una plataforma abierta, fácil, la cual es resultado de un convenio con la ciudad de Guadalajara, condicionada a que fuera de código abierto y se pudiese replicar en cualquier ciudad".

"Visor Urbano" cuenta con información, a nivel catastral, actualizada constantemente, en ella se puede consultar la ficha técnica de cada predio, el uso de suelo, la superficie del terreno, alturas y reglamentación. En otro apartado, se encuentran los giros compatibles y giros condicionados a los que le corresponde cada predio; entre otros datos. De la Fuente recalcó que la intención en una segunda etapa, es que a través de dicha plataforma eventualmente se puedan realizar 11 trámites menores de edificación como la prórroga de construcción y alineamiento vial.

Alberto de la Garza Evia, IDEI; Federico Garza Santos, Desarrollos Delta; Juan Carlos Mier y Terán, HSBC; Marco Garza, GM Capital.

PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN Y CRECIMIENTO INMOBILIARIO

El mercado vertical en Nuevo León ha tenido un desarrollo importante, el estado está compuesto por una ciudad primordial que es Monterrey, la cual tiene más del 75% de participación en el mercado, "el crecimiento poblacional que hemos estado teniendo en los últimos años es de 2.2% al año y el crecimiento económico es de un 4 a un 4.3%, con esto nos damos cuenta que realmente el terreno inmobiliario está bien respaldado", así lo indicó Alberto de la Garza Evia, Presidente de Internacional de Inversiones de Monterrey y sus alrededores (IDEI).

Asimismo, explicó que durante los últimos 15 años, el mercado vertical de oficinas creció 1 millón 175 mil m^2 y se espera que en los siguientes cuatro años se integren otros 477 mil m^2 al inventario; mientras que del lado de la vivienda vertical, destacó que el crecimiento promedio al año es de 16% con la venta de más de 2 mil 500 viviendas. Siendo sin duda, estos dos sectores, los que registran mayor actividad en la región, resultado de la participación de jugadores nuevos y el uso de instrumentos financieros como los llamados FIBRAS, esto último, conforme a lo expuesto por Juan Carlos Mier y Terán, representante de HSBC.

AL CIERRE DEL 1T19, MONTERREY OCUPÓ EL SEGUNDO LUGAR CON LA MAYOR CONCENTRACIÓN DE INVENTARIO INDUSTRIAL DEL PAÍS.

De la Garza Evia, añadió que tanto la densificación y el desarrollo de proyectos de usos mixtos, son piezas clave para hacer de la verticalidad, un proyecto integral. Al respecto, Federico Garza Santos, Presidente de Desarrollos Delta, agregó que hacer este tipo de proyectos integrales resulta todo un reto, pues "la gran mayoría de los desarrolladores pensamos o hacemos proyectos de corto plazo pensando en la rentabilidad y no estamos tomando en cuenta el hacer ciudad [...] hay que aprender a trabajar con los vecinos, hacer equipo entre autoridades y desarrolladores para que logremos una integralidad de los espacios".

Para ello, de acuerdo con Marco Garza, Presidente de GM Capital se tiene "que crear la mezcla correcta de usos y de servicios [...] tenemos que empezar a pensar en conjunto, crear ideas y construir una ciudad de manera conjunta". Hizo un llamado a los tres actores principales, ciudadanía, autoridad e inmobiliarios, a ser más incluyentes y a actuar con responsabilidad.

SUSCRÍBETE

INM•BILIARE

LA REVISTA MÁS PRESTIGIOSA DE LOS NEGOCIOS INMOBILIARIOS

Todo lo que quieres saber sobre inversión inmobiliaria
con los proyectos más rentables del sector.

Costo por año:

$650.00
+ I.V.A.

T: +52 55 55147914
suscripciones@inmobiliare.com

Realiza tu depósito en:

Banco: HSBC
Cuenta: 4038277406
Sucursal: 1920
Clabe: 021180040382774065
Beneficiario: Editorial Mexicana de Impresos, S.A. de C.V.

Francisco Montalvo, Creel García-Cuéllar Aiza y Enríquez S.C.; Andreu Cors, Gava Capital; Jerónimo Hirschfeld, One Real Estate Investment Miami; Narciso Campos, Creel García-Cuéllar Aiza y Enríquez S.C.; Alejandro Navia, Driftwood.

ESTRUCTURA LEGAL Y REGULACIÓN DE VEHÍCULOS DE INVERSIÓN

Al ser Nuevo León uno de los estados fronterizos entre México y Estados Unidos, es fundamental conocer sobre la regulación de los distintos vehículos de inversión dentro del sector de bienes raíces en ambos países.

De acuerdo con Francisco Montalvo, socio de la firma de abogados, Creel García-Cuéllar Aiza y Enríquez S.C., específicamente en México se han ido creando instrumentos y estructuras que brindan tranquilidad y certeza al inversionista como los Certificados de Capital de Desarrollo (CKD's) y los Fideicomisos de Inversión y Bienes Raíces (FIBRAS).

"El propósito principal de los FIBRAS fue abrir al público la posibilidad de invertir en bienes inmuebles; pues el negocio inmobiliario se ha ido convirtiendo en un negocio prácticamente financiero", recalcó Montalvo. Por otra parte, los CKD`s son instrumentos de inversión con rendimientos a largo plazo, de los cuales algunos desarrolladores han hecho uso como es el caso de Gava Capital.

Andreu Cors, director de la firma, señaló que a la hora de emitir un CKD, la estructura se vuelve un poco más completa ya que tienen normalmente una vida de inversión de 10 años. "El CKD es un vehículo que ya es público en la Bolsa, el perfil de inversionistas, principalmente en un 85%, son afores".

Aunado a ello, el uso de la tecnología ha jugado un papel trascendental para el desarrollo de estos vehículos financieros y la operación de activos virtuales, como el Blockchain, regulados por la Ley Fintech (*financial technology)*, que por medio de sistemas digitales, involucra a interesados, en el mundo financiero.

La idea de la Ley Fintech en general, no solamente para el modelo de *crowdfunding*, es 'reconversar' el acceso de inversionistas a diferentes tipos de activos, de una manera más ágil, aprovechando la tecnología, así lo destacó, Narciso Campos de Creel y asociados.

Del lado extranjero "en Estados Unidos estamos viviendo un momento punto de lanza en la democratización de estas inversiones que antes solamente eran accesibles para inversionistas institucionales [...] creamos en 2014 un vehículo en donde tenemos un cap total de 70 millones de dólares, con el que atacamos las mejores oportunidades de hotelería en EE.UU., le ofrecemos a los inversionistas que entren como *dimity partner* con un mínimo de 50 mil dólares", o a través del programa EB-5 que busca incentivar la inversión extranjera, así lo indicó Alejandro Navia, Vice President of Sales and Marketing de Driftwood.

Finalmente, Jerónimo Hirschfeld, Presidente de One Real Estate Investment Miami, añadió que teniendo en cuenta que es importante tener un buen vehículo de inversión, otra de las herramientas utilizadas por las empresas mexicanas, es invertir o prestar dinero a una compañía americana, la cual después inyecta capital a la compañía madre, dueña del inmueble, siendo "esta una manera de poder regresar los recursos a donde salieron".

TRANSFORMACIÓN DE LA COMPRA DE INMUEBLES CON TECNOLOGÍA

"La tecnología viene a revolucionar cómo se está comportando el mercado inmobiliario tanto para el usuario final, como para los desarrolladores [...] Hablar de *Proptech* es referirnos a las aplicaciones y estas nuevas tecnologías para el sector", señaló Bianca Delgado, Key Account Manager de Desarrollos de Vivanuncios.

Un ejemplo de las empresas que están haciendo *Proptech* son los portales inmobiliarios, como Vivanuncios. Sin embargo, cabe señalar que en el país el usuario final sólo tiene acceso en línea, al 10% del inventario total del mercado.

Entre las grandes ventajas de la tecnología es la inmediatez a través de los *chatbots* "y por supuesto que los medios digitales son mucho más económicos, la inversión para el desarrollador disminuye al tener todas estas plataformas digitales versus los medios masivos que son mucho más costosos", refiere Delgado.

Hoy en día desde el móvil se puede buscar propiedades en línea y el desarrollador puede atender al cliente final a través de los *chatbots,* "sin duda la tecnología viene a cambiar y revolucionar el medio [...] a empujar, optimizar y brindar mayor efectividad

Existen países como en Europa donde ya se pueden hacer compras de propiedades en línea, sólo se necesita que "el comprador ingrese el requerimiento dentro de la Bolsa y el algoritmo encuentra 10 propiedades en cinco minutos con todas las similitudes que el cliente seleccionó [...] las Bolsas con inteligencia artificial, sin duda van a ser la revolución para poder buscar propiedades en línea y que se pueda tener todo el inventario dentro de la contienda".

Bianca Delgado, Key Account Manager Desarrollos de Vivanuncios.

TENDENCIAS: ARQUITECTURA Y DISEÑO

"La arquitectura está basada en el diseño y en la calidad del producto [...] Nosotros como diseñadores y artistas somos un componente importante para la industria completa, tanto inmobiliaria como de desarrollo urbano, refirió José Antonio González, CEO de Jagar Architecture.

Jagar es una empresa de arquitectura con sede en Los Ángeles, California, fundada por González, quien presentó durante Real Estate Business Summit Monterrey algunas de las principales tendencias que han enmarcado a esta ciudad norteamericana, basadas en los trabajos que su firma ha realizado a los largo de más de siete años de experiencia.

En términos de desarrollo, enfatizó que hoy en día el concepto de *retail* ha evolucionado hacia un *retail* con entretenimiento. "Los Ángeles está demostrando que es un proceso de transformación pero no desaparición", afirmó. Además presentó parte de sus proyectos que están dirigidos hacia zonas de regeneración urbana, "estamos enfocando en recrear nuestros espacios urbanos existentes [...] Tratamos de hacer construcción muy eficiente con cierta identidad arquitectónica":

"En tendencias en Los Ángeles, hablando de inquilinos y del futuro de los espacios comerciales, nos hemos involucrado mucho con la situación de *wellness* con espacios de salud, pero no hacia el sector de relajación y turismo, estamos hablando de un *wellness* enfocado a los espacios urbanos, para gente de trabajo".

José Antonio González, Principal de Jagar Architecture, Los Angeles.

Finalmente en las tendencias que imperan dentro de las grandes ciudades de México, se mostró en pro de una mayor densidad en las construcciones "la verticalidad es un componente, que hecho con responsabilidad por parte del Estado, de la autoridad pública y por parte de los desarrolladores, es la mejor herramienta para crear comunidades sustentables", destacando el desarrollo que vive Monterrey junto a la motivación de todos los participantes del gremio.

Roberta Gutierrez, Orange Investments; Carolina Llanas, Homie; Nicolai Wilmes, Los Amigos Tulum; Rodrigo Mazal, Wework Monterrey; Daniel Masliah, Inzigna Capital; Jordan Malugen, Nomad Living.

DESARROLLO INTEGRAL Y ECONOMÍAS COMPARTIDAS

De acuerdo con el estudio "Plataformas de Economía Colaborativa: Una Mirada Global", la economía colaborativa puede considerarse como una verdadera revolución económica. El cambio que ha producido ha impactado a varios sectores, entre ellos el inmobiliario y en poco tiempo se ha registrado un crecimiento exponencial en las plataformas tecnológicas asociadas a dicho término.

Al respecto, Jordan Malugen, Director de Nomad Living; Nicolai Wilmes, CEO de Los Amigos Tulum; Daniel Masliah representante de Inzigna Capital; Rodrigo Mazal de Wework Monterrey; Carolina Llanas de Homie; y Roberta Gutierrez de Orange Investments, hablaron sobre cómo estas novedosas formas de demanda, buscan satisfacer las necesidades del usuario por medio de los nuevos modelos de negocio que ha generado la economía compartida. Una vez que la industria logre adaptarse a estas tendencias y logre atender a la demanda de las actuales generaciones, es cómo se van a poder diseñar las ciudades del futuro, reafirmaron los expertos.

En el sector de Real Estate, existe una serie de ejemplos al respecto, como es el caso de Airbnb, con una oferta particular de alojamiento turístico, por lo que los panelistas destacaron también el trabajo de otras empresas como WeWork, que están realizando el desarrollo de proyectos de bienes raíces con conceptos de *coworking* o *coliving* en México, ámbitos dentro de las llamadas económicas compartidas o colaborativas, que agregando valor y generando comunidad. "Estamos intentando estar en la última tendencia, el futuro está por verse pero con empresas como estas, llegaremos más preparados", concluyó Roberta Gutierrez, Real Estate Intelligence en Orange Investments.

El evento más importante de la industria de la construcción sustentable

Greenbuild México ofrece un foro para que la comunidad de construcción sustentable se una, cambie vidas, revolucione los negocios y aborde cuestiones apremiantes, como la calidad del aire, la salud humana, el uso de energía y el cambio climático.

GREENBUILD México
INTERNATIONAL CONFERENCE

18 Y 19 DE JUNIO 2019
CIUDAD DE MÉXICO

greenbuild.usgbc.org/Mexico

Presentado por el U.S. Green Building Council y Sustentabilidad para México A.C.

Sergio Resendez, Colliers International Monterrey; Juan Manuel González, 7 Bridges Latam LLC; Luis Jiménez, Haskell; Javier Ugarte, FINSA; Lourdes Salinas, Three Consultores.

EVOLUCIÓN DE LOS PARQUES INDUSTRIALES SUSTENTABLES

Monterrey es una ciudad netamente industrial y uno de los términos que hace referencia a dicho sector, es el tema de sustentabilidad, el cual ha adoptado mayor relevancia dentro del sector. En el país, durante los últimos 3 años se ha registrado un crecimiento en el mercado de edificación sustentable en todos los sectores, incluyendo el industrial, mismos que se espera que se duplique en los próximos años.

En referencia, "un parque industrial sustentable es aquel que no solamente ve hacia el interior, sino también se conoce como un responsable de lo que hay en sus alrededores [...] buscan manejar de alguna manera los recursos, que puedan ser más ecológicos y puedan impactar de manera positiva", manifestó Lourdes Salinas, Directora de Three Consultores, empresa dedicada a generar análisis y guiar estudios que permitan que los proyectos sean cada vez más rentables, tengan un menor impacto en el medio ambiente e incrementen la calidad de vida de las personas.

Respecto al cuestionamiento realizado por Sergio Resendez, Managing Director en Colliers International Monterrey, sobre ¿cuáles son los requerimientos en cuanto a diseño y construcción para que un parque se considere sustentable? Luis Jiménez, Vicepresidente de Haskell Latinoamérica, refirió que esto incluye varios aspectos, como la utilización de energías renovables y el optimizar el consumo de materias primas en las cadenas productivas.

Una de las firmas que habló sobre la labor que realizan en materia de sustentabilidad fue FINSA en voz de su Vicepresidente de Ingeniería y Construcción, Javier Ugarte, quien afirmó que los proyectos que han desarrollado "están enfocados principalmente a la sustentabilidad, tenemos más de 19 parques, registrados o certificados con la PROFEPA y también con la Asociación Mexicana de Parques Industriales Privados (AMPIP), estamos con mucho esfuerzo enfocados en la sustentabilidad industrial".

Juan Manuel González, Country Manager de 7 Bridges Latam LLC, apuntó que "el componente ambiental cada vez se vuelve más importante desde las etapas iniciales, la toma de decisiones de inversión, desde el análisis técnico, selección de predio, el mantener un diseño integral y sustentable de todos los elementos críticos, desde captación de agua, energía y puntualmente es importante con relación a la comunidad".

Al término de esto, Juan Pablo Vázquez, Principal de Gomez Vazquez International; en conjunto con Guillermo Almazo y Erico García, directivos de B2B Media, clausuraron la octava edición de Real Estate Business Summit Monterrey, agradeciendo la participación de asistentes, ponentes y patrocinadores.

De izquierda a derecha: Juan Pablo Vázquez, Gomez Vazquez International; Erico García, B2B Media.

COCKTAIL - NETWORKING

Summit Monterrey incluyó un Cocktail de Networking para los más de 300 asistentes, realizado en el *Showroom* de *Distrito Armida*, proyecto encabezado por GM Capital (Patrocinador Platinum del evento), situado en Del Valle Oriente, San Pedro Garza García N.L., al cual se dieron citas grandes personalidades del medio. Durante el cocktail, Guillermo Almazo, Publisher de Inmobiliare Magazine, E.U. & LATAM, destacó el crecimiento que se ha detonado en Monterrey, subrayando que es una plaza que sigue innovando en el tema de desarrollo vertical. "En el municipio de San Pedro y alrededores, se ve un crecimiento moderado pero bastante completo", aseguró.

MÁS DE 25 SPEAKERS

3TH ANNUAL
Real Estate BUSINESS SUMMIT RIVIERA MAYA 2019

SAVE THE DATE

5 Y 6 DE SEPTIEMBRE

GRAND HYATT, PLAYA DEL CARMEN RESORT

PATROCINIOS DISPONIBLES | ADQUIERE TU STAND

inmobiliare.com/rivieramaya

CONGRESO + ZONA DE EXPOSICIÓN

contacto@inmobiliare.com +52 (55) 55147914

NETWORKING COCKTAIL

SAVE THE DATE

19 Y 20 DE SEPTIEMBRE

HOTEL GRAND FIESTA AMERICANA QUERETARO

PATROCINIOS DISPONIBLES

inmobiliare.com/queretaro

ORGANIZADO POR:

B2B media | INMOBILIARE

Entrevista a

Gene Towle:

una probadita de los hallazgos demográficos de las ciudades del futuro

Por Amal Mohamed
Future Design
Juan Manuel Rodríguez
Business Intelligence
en Mero Mole

Gene Towle, no sólo es el socio director de Softec, consultora de proyectos inmobiliarios, también es el gurú de la mercadotecnia inmobiliaria. Los demográficos de cada país, incluso de cada ciudad, son distintos: es importante entender los comportamientos locales para poder invertir y desarrollar en el mismo cumpliendo con las necesidades de sus habitantes.

Mero Mole entrevistó a Gene para conversar entorno a los hallazgos demográficos del desarrollo urbano mundial.

¿Cuáles son las tendencias de comportamiento en las ciudades contemporáneas?

Cada ciudad tiene una vocación económica, alrededor de esa misión se debe organizar un ecosistema basado en cómo atender la actividad principal, hay ciudades que basan su economía en la agricultura y otras en la manufactura, por ejemplo. La tendencia es que la actividad predominante desemboque en el resto de la derrama económica. Si una ciudad es primordialmente turística habrá demanda de vivienda para los trabajadores; por ejemplo, consideremos a Cancún, toda la demografía y la actividad se basa en el turismo. La ciudad se encarga de cómo ingresar turistas, insumos y trabajadores, pero cómo hacer que todo ello subsista generando vivienda, vialidades y empleos. ¿Es eficaz actualmente?

Lo ideal en una ciudad es haberla diseñado con un 'plan maestro' para prospectar un abastecimiento exitoso de servicios, transporte y mezcla de vivienda, comercio, entretenimiento y recursos naturales.

"Las ciudades son la herramienta económica más poderosa que ha generado el ser humano."

-Gene Towle

¿Cómo será la ciudad del futuro?

"Ciudades y demografías que se adapten al cambio climático van a ser las que saquen ventaja."

La gente típicamente compra su primera vivienda a los 35 años, esto significa que la población menor a 25 en 10 o 15 años van a ser las personas que busquen vivienda. Con este método se tiene un valor predictivo del 98% del número de viviendas que va aumentar una ciudad. Tanto China como Estados Unidos tienen su máximo de consumidores ahora, mientras que México incrementará su base hasta el 2070. En México durante los próximos 20 años la mayor parte de la población estará trabajando y consumiendo.

Habrá ciudades que solucionen servicios con alta tecnología y conveniencia para los millennials como los drones y los coches autónomos que, una vez que lleguen a las ciudades, se espera que reduzcan dos tercios del tráfico.

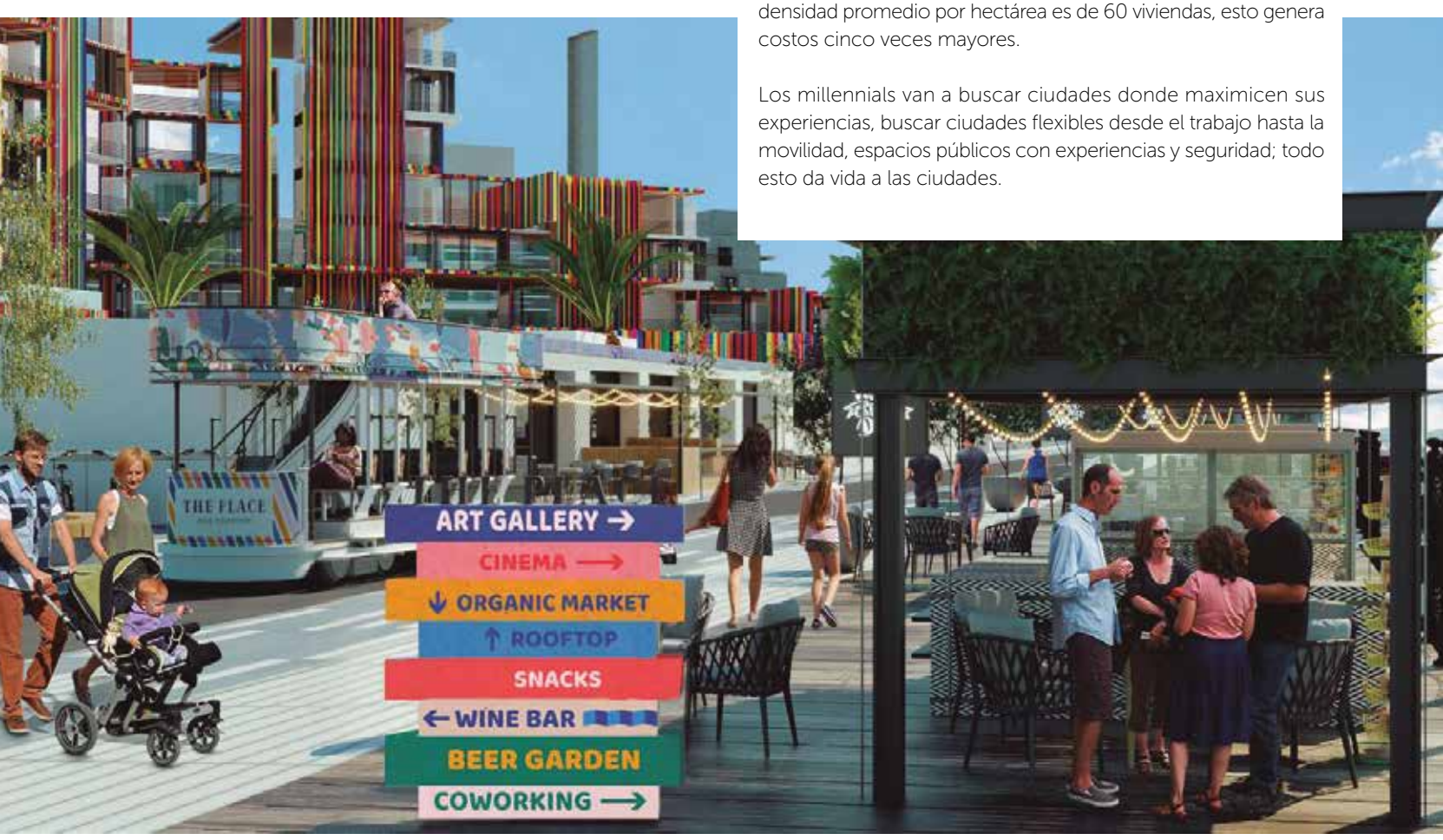
¿Cómo son los nuevos demográficos en la CDMX y qué buscan los nuevos consumidores en una ciudad?

"Los millennials se están adaptando a una tendencia global de densificación demográfica."

Se dice que los millennials tienen usos de compra diferentes a las generaciones anteriores, pero se ha visto que sus costumbres son similares por no decir iguales. Los millennials van a buscar vivienda a la misma edad que las generaciones anteriores. Lo que ha cambiado en los millennials de nuestro país es la densificación. ¿Qué significa esto? Vivir en departamentos, tener más viviendas en menos metros cuadrados.

Un concepto héroe a regir es: optimización. Un ejemplo claro es Londres o París, su densificación es de 300 viviendas por hectárea, lo que reduce costos en cuanto a instalaciones de luz, agua e incluso seguridad. Caso contrario a México que ha crecido sin una planeación estratégica precisa donde la densidad promedio por hectárea es de 60 viviendas, esto genera costos cinco veces mayores.

Los millennials van a buscar ciudades donde maximicen sus experiencias, buscar ciudades flexibles desde el trabajo hasta la movilidad, espacios públicos con experiencias y seguridad; todo esto da vida a las ciudades.



The Place, proyecto urbano en Los Cabos de Mero Mole.

¿Cómo es la tendencia de demográficos en el interior de la república?

En nuestro país la demografía apunta a que cada hora se habitan 114 viviendas, cada vivienda tiene 2.1 trabajadores, esto nos dice que cada día se incorporan a la fuerza laboral 240 personas. Por cada vivienda necesitamos cuatro metros de área comercial.

"Según Softec para los próximos 10 - 15 años, en la ciudad de México se van a necesitar 80 millones de m^2 comerciales, 38 millones de empleos y 760 millones de m^2 para albergar todos esos empleos."

Las ciudades inteligentes están comenzando a explorar nuevos modelos de urbanización y comercio. Un ejemplo claro son nuevas tendencias como las granjas urbanas para poder abastecer de mejor forma insumos o materias primas.

En cuanto a Alimentos y Bebidas (A&B), la actividad culinaria se detona por tres factores importantes:

- Cuando las zonas residenciales se alejan de zonas de trabajo, en las regiones corporativas o industriales aumenta la oferta de alimentos y en zonas residenciales disminuye.

- El turismo es importante para la innovación y el aumento de oferta gastronómica, mientras más visitantes viajen a una ciudad, ésta tendrá mayor demanda de alimentos y bebidas, por lo que es necesario generar más espacios.

- Centros comerciales con anclas de alimentos y bebidas.

Un ejemplo claro es Monterrey, hace 20 años sólo tenía tres opciones culinarias para los que visitaban la ciudad por trabajo; actualmente, tiene un sinfín de destinos gastronómicos. Esto se debe a dos razones: turismo laboral y zonas residenciales más alejadas de los empleos.

El reto: México como una ciudad inteligente

Hoy tenemos la mayor oportunidad para transformar nuestro país. Los millennials mexicanos son el tejido sobre el que sustenta el crecimiento. Es clave repensar la forma y el funcionamiento de la ciudad: su economía, infraestructura, sustentabilidad, diseño y futuro. ¿Estamos a la altura del reto?

Solesta, proyecto de A&B en Puebla.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

HACIENDA
CANTALAGUA
Hotel
Residencial · Club de Golf®

VENTA DE
LOTES RESIDENCIALES

Informes:
55 4129 8866

REVITALIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO
DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Por Danae Herrera
danae.herrera@inmobiliare.com

Con una superficie de 9.7 kilómetros cuadrados, el Centro Histórico (CH) de la Ciudad de México (CDMX) es considerado el principal destino turístico-cultural del país. Declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1987 por la Unesco y Patrimonio Artístico por el Instituto Nacional de Bellas Artes (hoy INBAL), alberga cerca de mil 500 edificios de gran valor histórico y artístico, entre los que se incluyen templos, museos, hoteles, galerías y teatros.

De acuerdo con información oficial, la importancia de la riqueza que encierra entre sus calles, yace de los hallazgos arqueológicos que son testimonio de la existencia de la gran civilización del imperio azteca; su arquitectura resume la historia de la época prehispánica, colonial, independiente y moderna de México.

Se cuenta que a través de diversos decretos, durante los años treinta se logró proteger al Zócalo y otros edificios importantes, luego de que autoridades e instituciones se percataran de que la ciudad era el destino de un importante número de visitantes. Más tarde, el 11 de abril de 1980, se declaró al CH de la CDMX como "Zona de Monumentos Históricos", dividida en dos perímetros.

Actualmente es reconocido como el centro más grande y emblemático de toda América Latina, entre sus joyas arquitectónicas se encuentra el Templo Mayor, centro religioso de la antigua Tenochtitlan; Palacio Nacional; la Catedral Metropolitana; el Antiguo Palacio del Ayuntamiento; el Museo Nacional de Arte; el Palacio de Bellas Artes; entre otros. En total mediante varios decretos y disposiciones, se han catalogado y protegido más de 500 edificios por ordenamiento de ley.

Aunado a todo este linaje patrimonial, el Centro Histórico mejor conocido como "el corazón de la ciudad", comienza a abrirle las puertas a la modernidad.

HABITABILIDAD DE LA ZONA CENTRO DE LA CIUDAD

EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CDMX ES CONSIDERADO EL PRINCIPAL DESTINO TURÌSTICO-CULTURAL DEL PAÍS.

Con una población total estimada de más de 21 millones de habitantes, la Ciudad de México es actualmente la quinta megaurbe a nivel mundial, de acuerdo con un informe de Naciones Unidas (ONU), lo que está generando una mayor demanda de vivienda en la zona central de la capital, donde se ubica el mayor número de centros de trabajo.

Es por ello, que algunas organismos en conjunto con la Autoridad del Centro Histórico han realizado diferentes foros sobre su revitalización y habitabilidad como el llamado "Foro Vivir el Centro", organizado por la asociación Mejor Ciudad, donde académicos, servidores públicos e integrantes de la sociedad civil, discutieron políticas públicas de vivienda y plantearon distintas alternativas para hacer habitable esta demarcación.

Dentro de los principales objetivos en el marco de dicho encuentro, fue impulsar programas de desarrollo urbano que permitan regenerar la ciudad central para fortalecer su actividad económica, de vivienda, infraestructura y mejorar la calidad de vida. "El CH es un espacio en el que es fundamental poder entender las dinámicas económicas, ambientales, sociales y urbanas que acontecen en esta zona, con el fin de que podamos garantizar que se siga teniendo vida, movimiento, y sobre todo comunidad, en un marco de sustentabilidad", señaló la titular de la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial (PAOT), Mariana Boy.

Asimismo, subrayó que la intervención del Gobierno e instituciones en el CH, no puede reducirse solamente a la restauración y conservación de inmuebles con valor histórico, arquitectónico y cultural. Remarcó que existen ciertas características y dinámicas que enfrentar, como el despoblamiento de ciertos cuadrantes que al mismo tiempo reciben a diario a una gran cantidad de población en tránsito temporal por turismo y empleo, lo que implica una demanda considerable de servicios públicos.

"Una de las prioridades que tenemos en materia de intervención de todo el CH, debe ser redefinir y estar evaluando constantemente las vocaciones de los usos de suelo para que podamos tener un ordenamiento territorial adecuado que no sacrifique las oportunidades de vivir con una buena calidad de vida y tampoco impida o limite el desarrollo y el crecimiento económico de la zona".

En referencia a este repoblamiento, condiciones y oferta de vivienda que permita utilizar todo el suelo subutilizado, Dunia Ludlow, titular de la Autoridad del Centro Histórico, refirió que hay muchos paradigmas que necesitan romperse, pues está demostrado que la preservación del patrimonio y la habitabilidad, pueden convivir en equilibrio, siendo la vivienda en renta una opción para lograr ciudades conectadas y compactas.

Otra de los organismos que han hecho alusión a este tema, es la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI), la cual llevó a cabo el VII Simposium de Centros Históricos, evento anual que este año tuvo como sede la Ciudad de México.

Al respecto, Pablo Israel Vásquez Rodríguez, Presidente de AMPI Nacional destacó en conferencia de prensa, el aporte económico del CH, siendo importante fortalecer y unificar el turismo con el tema de vivienda. Por lo que, Gloria Arroyuelo de Pöhls, Presidenta de AMPI CDMX, hizo un llamado a desarrolladores que se han mostrado reacios a invertir en lugares en los que existe una estricta relación sobre inmuebles catalogados, aseverando que existe un nicho de oportunidad primordial en esta circunscripción.

Los profesionales inmobiliarios de AMPI, manifestaron plena confianza en que con la revitalización del CH, la iniciativa privada invertida en el desarrollo de más y mejores espacios para la vivienda y el comercio, logrando captar capital, crear empleos y atender la demanda de los ciudadanos. "La vivienda además de ser un satisfactor social para la familia, es un generador de comunidad que da identidad a una sociedad, la CDMX nos recibe para hacernos partícipes de la valiosa iniciativa que juntos sociedad y gobierno podemos concretar, que es la habitabilidad de los centros históricos", finalizó Vásquez Rodríguez.

PROFESIONALES INMOBILIARIOS DE AMPI, MANIFESTARON PLENA CONFIANZA EN LA INVERSIÓN DEL DESARROLLO DE MÁS Y MEJORES ESPACIOS PARA LA VIVIENDA Y EL COMERCIO.

ACCIONES DE GOBIERNO

Como parte del Programa Integral de Rehabilitación del Centro Histórico, el Gobierno de la Ciudad de México, encabezado por Claudia Sheinbaum, anunció una inversión total de 750 millones de pesos (mdp) para los trabajos de recuperación de este cuadrante, con un gasto inicial de 250 mdp que serán destinados para mejora de obra pública.

La finalidad de dicho programa es acondicionar la zona para desarrollar nuevos modelos de vivienda, a traer mayores montos de inversión por parte de la iniciativa privada, bajo tres ejes fundamentales: garantizar la seguridad, consolidar una colaboración estrecha con habitantes y comerciantes; y generar un desarrollo urbano incluyente.

Los últimos datos otorgados por las autoridades, indican que en una primera fase, serán destinados 73 mdp para la Antigua Merced; en el área de Av. Hidalgo, Eje Central y Reforma, serán designados otros 177 mdp que contemplan la intervención en los sistemas de agua y drenaje, ampliación de banquetas, entre otras obras; y finalmente 12 mdp serán para la reparación de obras menores en infraestructura y vialidad en el Jardín de Santísima y Loreto, así como en Garibaldi, La Ciudadela y la calle de Leona Vicario.

Otro de los principales objetivos que incluye esta iniciativa, es la unificación del Centro Histórico que desde 1980 está clasificado en dos perímetros, actualmente ubicados en las delegaciones Cuauhtémoc y Venustiano Carranza. "Se busca unificarlos y convertir un esquema incluyente [...] Hoy queremos que ya no haya Polígono 'A' y Polígono B', sino realmente sea un sólo Polígono del CH para poder incorporar a todos los comerciantes y a todos aquellos que viven en esta demarcación tan importante, no sólo para la ciudad, sino también para todo el país", precisó Sheinbaum ante los medios de comunicación.

> EL GOBIERNO DE LA CDMX, ANUNCIÓ UNA INVERSIÓN TOTAL DE 750 MDP PARA LOS TRABAJOS DE RECUPERACIÓN DE ESTE CUADRANTE.

RETOS Y OPORTUNIDADES

Cabe destacar que dentro de los perímetros 'A' y 'B' que conforman el CH, existen 770 manzanas donde el 75% de los inmuebles están catalogados y el 35% restante, registra desocupación parcial, "entonces es un reto importante revitalizarlo, es claro que tiene una densidad de población mucho más baja que el resto de la ciudad", explica Eduardo Torres, Director Ejecutivo de Ai360.

"Algunos retos que tenemos en materia de vivienda se pueden ver aquí [...] prácticamente en el perímetro 'A' no hay una sola cuadra que tenga un inmueble que no cumpla con estas condiciones. O está catalogado por el INBAL, el INAH, Seduvi, o es colindante con alguno de esos inmuebles [...] entonces el reto debería ser cómo podemos crear los mecanismos para que a través de fideicomisos o la participación pública-privada, se puedan revitalizar algunos de estos inmuebles", puntualizó Torres.

En la parte del perímetro 'B', explicó que existe una parte importante que se puede desarrollar, destacando que los instrumentos de planeación en dicho cuadrante, son fundamentales para generar mecanismos que permitan aprovechar el máximo potencial de estas estructuras, sin dejar de lado el potencial que tiene el CH para detonar inversión privada y elevar el valor patrimonial de los inmuebles una vez restaurados.

En este sentido, Gloria Arroyuelo de Pöhls, representante de AMPI CDMX ha manifestado que los desafíos de las autoridades serán establecer las condiciones de habitabilidad, basados en seguridad, infraestructura, servicios, etc., para atraer al sector privado hacia los centros históricos.

Por su parte, la representante de la PAOT, se pronunció en pro de un control efectivo y equitativo de la calidad urbana. "Debe haber un sistema institucional y un sistema normativo transparente que no solamente regule el desarrollo urbano y el ordenamiento del territorio, sino que también asegure el cabal cumplimiento de la normatividad urbana con acciones de control y vigilancia efectivas".

En conclusión, los expertos refieren que las ofertas inmobiliarias deben ser productos más flexibles financieramente. "Cuando hablemos de vivienda, tenemos que hablar de vivienda nueva, en una construcción de una ciudad sostenible, tenemos que aprender a aprovechar lo que ya está construido y ver qué dinámica o instrumentos podemos utilizar para que a partir de lo construido, generemos diferentes ofertas de vivienda asequible", Dunia Ludlow.

PROPTECH, EL NUEVO Y MEJORADO FINTECH

Por Jordi Greenham
CEO & CoFounder Homie.mx

Desde el inicio de la industria se ha visto que uno de los puntos clave en los procesos y negocios, es la renovación, la mejora continua y adaptabilidad al tiempo que se está viviendo. El tiempo de vida entre los procesos es diferente, algunos requieren cambios mucho más rápidos y los demás pueden sobrevivir con el mismo modelo.

Con la llegada del internet, algunas industrias tardaron en entender cómo sacar provecho a esta herramienta y otros se rehusaron pensando que no sería algo benéfico o duradero. La realidad es que de una u otra manera la digitalización ha permeado a grandes y pequeñas empresas.

Es tanto el peso que han tenido la tecnología e innovación que hoy en día se puede hablar de conceptos combinados como el FinTech, LegalTech o PropTech, que independientemente de su ramo; coinciden en la implementación de la tecnología con la finalidad de mejorar y agilizar los servicios, entender a los clientes e incluir opciones que cubran sus necesidades.

Hablando específicamente de la nueva era, el FinTech, es el pionero en el uso de tecnología. Su origen se remonta a 2002 con la aparición de las transacciones bancarias por medio de una página web. Esto generó un interés por crear empresas similares que lograron un impacto no solamente a nivel empresa-cliente. Su crecimiento permitió un desarrollo en la economía de los países al facilitar procesos, reducir costos o permitir inversiones.

Si queremos analizar el avance que cada industria ha tenido desde la aparición del FinTech; solo tendríamos que observar la evolución de cualquier negocio, gracias a la disrupción y una tecnología accesible; se puede cumplir necesidades reales de toda la sociedad. En este momento es cuando tenemos lo que podría considerar una nueva revolución industrial tecnológica.

Es tanto el peso que han tenido la tecnología e innovación que hoy en día se puede hablar de conceptos combinados como el FinTech, LegalTech o PropTech.

La industria inmobiliaria por años se ha mantenido con el mismo esquema rígido; no tenemos la certeza que sea por el riesgo que se puede presentar en las transacciones, o bien, simplemente por la poca importancia que se le dio al sector durante décadas. Lo que sí puedo afirmar es que poco a poco se ha ido transformando y evolucionando.

Gracias a la optimización en el procesamiento de la información y agilidad que permite la innovación, se logró un mejor entendimiento y seguridad al momento de comenzar una solicitud de arrendamiento.

Durante el 2014, aproximadamente, surge y comienza la popularidad de la tan llamada Proptech, en otras palabras, es la tecnología aplicada a los bienes raíces. Esta nueva vertiente de disrupción brinda grandes posibilidades y oportunidades; se le ha llegado a considerar el nuevo boom tecnológico y por ende existen grandes expectativas para el crecimiento que pueda tener esta industria beneficiando a toda la sociedad.

Durante el 2014, aproximadamente, surge y comienza la popularidad de la tan llamada Proptech, que en otras palabras, es la tecnología aplicada a los bienes raíces.

Aún dentro del Proptech, existen diferentes áreas de oportunidad en los que hay huecos que se pueden cubrir o procesos que mejorar:

La realidad virtual o aumentada se centra en los desarrollos inmobiliarios que ofrecen la oportunidad de ver las instalaciones y acabados con claridad, incluso antes que comience la construcción. Esta herramienta ayuda a compradores y vendedores a visualizar un espacio y cerrar un trato. En el caso del arrendamiento, los recorridos virtuales son una nueva tendencia previo a la generación de una cita a cualquier inmueble.

El BigData es uno de los mayores aportadores al Real Estate, gracias a él es posible procesar información de diferentes lugares que ayuden a estimar con mayor precisión el valor de un inmueble ya sea para venta o arrendamiento, en cuestión de segundos. Además, permite generar un registro de todos y cada uno de los usuarios de internet y con ello generar confiabilidad en la información proporcionada al momento de arrendar.

Hablando específicamente de Homie y del proceso de renta; esto lo hemos mejorado de manera exponencial; logramos reducir el tiempo de respuesta y arrendamiento teniendo como resultado una conversión de 18 veces más eficiente a lo acostumbrado en la industria; además de contar un promedio de renta de 21 días, a partir de un inmueble que es publicado en nuestra plataforma.

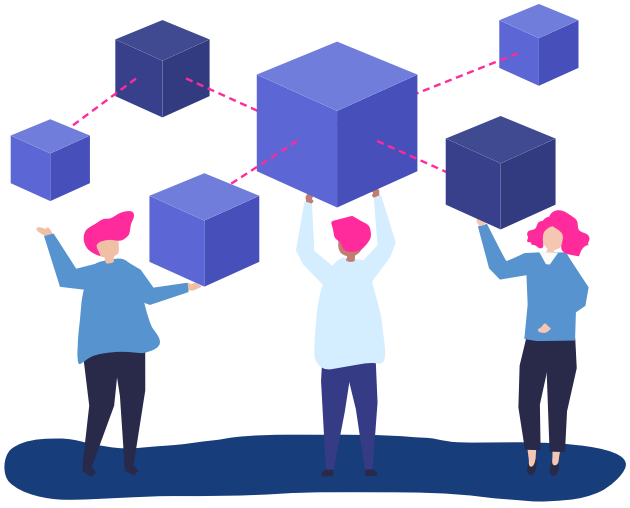
La inversión inmobiliaria ha tenido un crecimiento considerable gracias al crowdfunding inmobiliario que permite a los inversionistas buscar proyectos interesantes y poder invertir con una cantidad razonable ya que se realiza en conjunto con otros interesados.

Un punto importante donde converge el PropTech con el FinTech, es sin duda la nobleza de la convivencia y complementariedad. Empresas del giro inmobiliario han visto la luz o acelerado su crecimiento gracias a la tecnología y diversas alternativas existentes en el mercado, además que la gran mayoría de las transacciones son de rápida respuesta debido a las implementaciones de estas herramientas.

¿Y si el PropTech es efímero?

Desde mi perspectiva es algo que no debería contemplarse, está aún en sus inicios y necesita de tiempo para consolidarse; sin embargo, los cimientos están establecidos para tener una proyección exponencial. Es seguro que su crecimiento no sea tan lento como lo fue con el FinTech, ya que el camino está trazado y solo falta pulirlo para emplearlo a su máxima capacidad.

Pensar que podría ser efímero nos devuelve al momento en donde los negocios que no se adaptaron, rápidamente vieron su fin; además, el mundo ya está casi completamente globalizado y es casi imposible pensar en un futuro que no tenga dispositivos móviles, internet y acceso inmediato a transacciones.



El auge de la tecnología en las industrias ha obligado a los países a pensar en distintas regulaciones y creación de instituciones con la finalidad de controlar la transparencia, gestión de datos, inversiones, protegerse contra fraudes, sanciones etc. Como es el caso de la Ley FinTech que fue implementada en marzo de 2018 en México. La adaptación y aceptación no fue fácil, pero al momento de mostrar los beneficios, fue más sencillo amalgamar voluntades de todos los sectores para convertirla en realidad.

Gracias al BigData es posible procesar información de diferentes lugares que ayuden a estimar con mayor precisión el valor de un inmueble. Además, genera un registro de todos y cada uno de los usuarios de internet y con ello da confiabilidad a la información.

La realidad virtual o aumentada ofrece la oportunidad de ver las instalaciones y acabados con claridad, incluso antes que comience la construcción.

Es evidente que el PropTech aún se encuentre en el proceso de arranque; es necesario que se comience a pensar en una ley para asegurar que los procesos sean realizados sin opacidad, con buen manejo de la información y sobre todo adelantarse a situaciones que puedan afectar al desarrollo y la plena utilización de esta herramienta.

Esta automatización en los procesos se debe a la facilidad que otorga la tecnología; también la nueva generación se comporta de manera diferente, se acerca a los negocios en búsqueda de cubrir sus necesidades de forma eficaz, rápida y desde la comodidad de su dispositivo móvil. El consumidor cambia y, por ende, los negocios deben adaptarse para llenar las expectativas de cada cliente.

El crowdfunding inmobiliario permite a los inversionistas buscar proyectos interesantes y poder invertir con una cantidad razonable.

Pienso que el camino está trazado gracias al FinTech; ya que tuvo que luchar contra la dificultad de la aceptación, innovación, aplicación y regulación, así que el potencial que puede desarrollar el PropTech puede ir más allá y al ser una de las industrias más grandes, estoy seguro que existirá un boom más impactante y con una mayor fuerza en comparación a lo que vimos con la primera oleada tecnológica.

Estamos viviendo una nueva revolución disruptiva, no todas las industrias tienen la capacidad, aún, de optimizar sus procesos; lo que es definitivo es que ha comenzado y va despegando con gran velocidad.

Vislumbro que PropTech será la nueva FinTech y mejor, ya que lo poco o mucho que se ha observado en torno a la evolución tecnológica, nos muestra que ya tenemos una brecha marcada, las bondades y beneficios que otorgan cada una en particular o complementándose es destacable. Solo falta un marco regulatorio estable; el cual, permita exprimirlas al máximo y que la sinergia entre emprendedores, autoridades y grandes corporativos se alineen para así tener la proyección deseada en beneficio de la sociedad.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

XVIII EXPO deconarq Cancún 2019

desarrollo construcción y arquitectura

Agosto 20, 21 y 22

exhibición
exposición
foro
talleres
demostraciones

CANCUNICC
International Convention Center

www.deconarq.com.mx

Evenpro Cancun

Tel. (998) 286 02 83, e mail: ventas@deconarq.com.mx expo@deconarq.com.mx

LOS OUTLET CENTERS EN LATINOAMÉRICA, HISTORIA Y PERSPECTIVAS FUTURAS.

POR **JORGE LIZÁN**
Director General de Lizan Retail Advisors (LRA)
jorge@lizanretail.com

En una región del mundo, como Latinoamérica, donde la industria de centros comerciales y retail siguen creciendo y teniendo éxito, la gran incógnita es por qué los *Outlet Centers* no tiene el mismo desarrollo en comparación con otras regiones.

La gran incógnita es por qué los *Outlet Centers* no tiene el mismo desarrollo en Latinoamérica en comparación con otras regiones.

En 2018 existían unos 215 *Outlet Centers* en los Estados Unidos, en Europa unos 157, en Asia unos 43, y en todo Latinoamérica no más de 22, de los cuales 12 ubicados en Brasil, ¡simplemente no tiene sentido!

La industria de *Outlet Centers* en Latinoamérica no se ha expandido por varias razones. La principal es porque hay un gran desconocimiento y confusión sobre lo que es un Outlet Center. En nuestra región, la gente piensa que un Outlet Center es un centro comercial de bajo costo, lo cual esta totalmente apartado de la realidad en el resto del mundo.

Un Outlet Center es un centro comercial con marcas de prestigio, muchas de ellas de lujo las cuales ofrecen mercancía de alta calidad con un descuento al precio normal. En las tiendas outlet del resto del mundo no se vende mercancía con defectos o mercancía de baja calidad.

Los *Outlet Centers* surgieron como un canal para las marcas establecidas, para vender la mercancía que no se había logrado vender en su temporada correspondiente, pero evolucionó hacia un centro comercial con marcas de lujo a precios razonables.

Uno de los precursores de este sector de la industria fueron los Premium Outlets, de Simon Properties los cuales se han convertido en destinos turísticos en la mayoría de las ciudades con mayores visitantes de los Estados Unidos. Posteriormente surgieron otras compañías también desarrollando *Outlet Centers* con marcas de lujo en otras regiones del mundo, como Asia y Europa (donde Value Retail tiene algunos de los proyectos más exitosos).

En Latinoamérica, algunos de los *Outlet Centers* existentes no cumplen con el requisito de al menos el 50% del GLA deben de ser tiendas oulet, por lo que son *Outlet Centers* 'falsos'.

La gran barrera existente en nuestra región para el desarrollo de *Outlet Centers* es porque la mayoría de las marcas internacionales son manejadas por socios y no son tiendas corporativas. En los Estados Unidos o Europa, estas marcas producen mucha mercancía para llenar sus tiendas, por lo que al final de cada temporada cuentan con 'mercancía de exceso', la cual termina en las tiendas outlet. En Latinoamérica, los socios de las marcas solo compran lo que realmente van a vender, además las tiendas son más pequeñas que en sus mercados originales, por lo que al final de las temporadas queda muy poca mercancía para descontar.

Asimismo, en Estados Unidos y Europa las marcas producen mercancía especifica para sus tiendas outlet, lo cual no sucede en Latinoamérica. Los socios de estas marcas en nuestra región no tienen una mentalidad para vender en tiendas outlets. No es que no haya demanda, por supuesto hay un segmento de la población que compra en *Outlet Centers* fuera de sus países, cuando viaja; y hay quienes comprarían en sus países si existieran *Outlet Centers* con la misma calidad de mercancía y precios competitivos como en los Estados Unidos o Europa.

El hecho de que no existan muchos Outlet Center en nuestra región no es porque los desarrolladores de centros comerciales no los quieran desarrollar (algunos lo han hecho con resultados mixtos); ni porque los clientes no los estén buscando. El problema es que los socios que operan las marcas en Latinoamérica no están listos, no tienen la intención o simplemente no entienden este exitoso segmento de nuestra industria.

Reciementemente tuve la oportunidad de coincidir en Cartagena, Barcelona y Nueva York con la persona que tal vez sabe más del segmento de *Outlet Centers* a nivel mundial: Lisa Wagner, Directora de The Outlet Resource Group (TORG), a quien pude entrevistar.

Utilizando un enfoque integrado, TORG trabaja con los propietarios y reposiciona estratégicamente los activos de bajo rendimiento, maximiza el rendimiento de los *Outlet Centers* existentes y brinda orientación profesional sobre la expansión de retail. TORG también adquiere, desarrolla, arrienda y comercializa *Outlet Centers* en todo el mundo, desde la evaluación inicial de viabilidad hasta una apertura exitosa que mejora el valor.

Lisa Wagner y David Hinkle, los directivos de TORG aspiran a crear desde cero los mejores *Outlet Centers* del mundo, aprovechando la experiencia en todos los sectores de la economía para ofrecer valor a los inversores, socios minoristas y compradores.

EDIFICARE
EXPO FORO
INGENIERIA • TECNOLOGIA • ARQUITECTURA

OBTÉN TU GAFETE SIN COSTO:

www.expoedificarepuebla.com

13 · 14 · 15
MARTES, MIÉRCOLES Y JUEVES
AGOSTO 2019

- 26 PONENCIAS
- EMPRESAS EXPOSITORAS LÍDERES
- CAPACITACIONES TÉCNICAS
- 11 EDICIONES EXITOSAS

CENTRO DE CONVENCIONES PUEBLA
William O. Jenkins

MÁS INFORMACIÓN:

TEL: 01 (55) 5874 5887
E-MAIL: edificante@expoforoedificare.com.mx

Lisa Wagner, directora de TORG

Esto es lo que Lisa nos dijo sobre la situacion del segmento a nivel mundial:

Jorge Lizán: ¿Cuál es el estado de la industria de los *Outlet Centers* durante los difíciles tiempos que el retail está viviendo?

Lisa Wagner: ¡Los *Outlet Centers* van muy bien! El segmento de los *Outlet Centers* es la el único del retail 'brick & mortar' que sigue ganando tráfico y se mantiene al ritmo del crecimiento del comercio electrónico.

Jorge Lizán: ¿Por qué los *Outlet Centers* siguen funcionando bien?

Lisa Wagner: Los *Outlet Centers* surgieron como un canal de distribución para resolver un problema de exceso de existencias y excesos de productos, pero se convirtieron en un doble propósito: la sobreproducción intencional de productos para puntos de venta, lo que mejora los márgenes y, por lo tanto, el canal de salida dedicado brinda una oportunidad directa para el consumidor como ninguna otra. No hay otro entorno en el que el consumidor esté buscando comprar, no solo mirar. Desde el punto de vista del cliente, es como una vía rápida hacia la lealtad a la marca. Invertir en una marca de lujo, por ejemplo, con menos vacilación que entrar en la tienda de precio completo. Posteriormente, más de un tercio de los consumidores de los *Outlet Centers* quiere terminar comprando la marca a precio completo. No hay duda que el sector de *Outlet Centers* genera treinta por ciento de las ventas en marcas de lujo a nivel mundial.

Jorge Lizán: "¿Cuál es el cliente típico de los *Outlet Centers* en mercados establecidos como los Estados Unidos y Europa?"

Lisa Wagner: "Los *Outlet Centers* atraen a clientes de clase media alta y de clase alta. Los *Outlet Centers* definitivamente no son para los pobres, como algunos pensaron en los primeros días de la industria. Las marcas que florecen en los puntos de venta se encuentran entre las marcas más grandes del mundo y no son 'baratas'. El precio de salida es la magia de la categoría.

La industria ha madurado a lo largo de los años y ahora está en proceso de hacer su debut, con algunas ofertas y producciones especiales mezcladas con la "emoción de la caza". Pero en cuanto a los productos de baja calidad y bajo precio, esa no es la industria de los *Outlet Centers*. Eso sería más para los retailers de precio bajo, los 'discounters', pero de nuevo, eso no es la industria de los *Outlet Centers*".

Jorge Lizán: "¿Cuáles son las tendencias en la industria a nivel mundial?"

Lisa Wagner: "Los clientes de tiendas de moda más prevalentes en los mercados maduros de Estados Unidos y Europa, y los mercados emergentes del sudeste asiático son los *millennials* (adultos de 18 a 34 años). Este segmento

ampip

Asociación Mexicana de Parques Industriales Privados, A.C.

INFRAESTRUCTURA ESTRATÉGICA PARA LA INDUSTRIA EN MÉXICO

La AMPIP promueve el desarrollo de parques industriales inteligentes, seguros y sustentables para potenciar la competitividad de México. También apoya a empresas globales en su proceso de localizacion, sumándose a la promoción de México como lugar atractivo para invertir.

Contacto:
info@ampip.org.mx

Visítanos:
www.ampip.org.mx

@AMPIP

Hay un gran desconocimiento y confusión sobre lo que es un *Outlet Center.* En nuestra región, la gente piensa que un *Outlet Center* es un centro comercial de bajo costo, lo cual esta totalmente apartado de la realidad en el resto del mundo.

de la población ha crecido para ser cada vez más diferentes entre sí. Este grupo tiene un alto poder adquisitivo y compran artículos caros. Son exigentes y desean comodidad en la ubicación, además de la adición de opciones de restaurantes y entretenimiento. Esto está forzando a los desarrolladores de *Outlet Centers* a ubicarlos más cerca de los centros de población. Los *Outlet Centers* orientados al turismo, ubicados en destinos turísticos, siguen siendo muy exitosos y esperamos que se abran más".

Jorge Lizán: "¿Cómo se desempeñan los *Outlet Centers* en tiempos económicos turbulentos?"

Lisa Wagner: "¡Los tiempos económicos inciertos y problemáticos son los mejores para los *Outlet Centers*! Esos son los momentos en que los consumidores mas desean valor, pero los clientes educados y conocedores aún quieren las marcas que simbolizan la calidad y la moda. Aquí es donde los *Outlet Centers* proveen acceso a las marcas deseables, pero a un precio razonable. Nuestros mejores años como industria han seguido la crisis financiera a principios de los años 90 y en 2008-2009. Siempre decimos que los *Outlet Centers* son 'buenos en los buenos tiempos, pero excelentes en los malos' ".

Jorge Lizán: "¿Cuáles son las perspectivas para el desarrollo de *Outlet Centers* en Latinoamérica?"

Lisa Wagner: "El mercado de la moda latinoamericana se estima en US$170 mil millones, ¡lo cual es tremendo! Con toda esa demanda, existe una oportunidad para el desarrollo de *Outlet Centers* auténticos en la región para representar las marcas y ampliar la base de clientes.

El desafío en Latinoamérica, al igual que en muchas regiones fuera de Estados Unidos o Europa, es que las marcas están representadas por socios y titulares de licencias. Esos socios generalmente no conocen el canal de *Outlet Centers* de las marcas que representar y no están en comunicación con las divisiones de *Outlet Centers* de las marcas. Este es un tremendo desafío para crear una tienda outlet auténtica y por ende desarrollar *Outlet Centers*. Si la conexión no existe con la marca, el socio se encuentra en medio de todo y luego se pierde. La tienda resultante es una tienda de liquidación, no una tienda outlet. Estas tiendas no necesariamente logran atraer a los consumidores de marcas de lujo, por lo tanto, no cumplen con el objetivo de una verdadera tienda outlet.

Desafortunadamente, muchos de los supuestos *Outlet Centers* de Latinoamérica son en realidad Centros Comerciales de descuentos, lo que es un verdadero impedimento para el consumidor de marcas de lujo. El futuro es muy brillante para los *Outlet Centers* de Latinoamérica, pero tiene que haber un cambio".

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente refleja la posición de *Inmobiliare*.

HAZLO
BIEN
DE
RAÍZ

ASOCIATE A

A.M.P.I.

Asociación Mexicana de
Profesionales Inmobiliarios, A.C.

SOMOS LA RED QUE DA PRESTIGIO
A LOS PROFESIONALES INMOBILIARIOS

DESCUENTOS EN CAPACITACIÓN
CONSTANCIA Y MEMBRESÍA
RED DE NEGOCIO
EVENTOS GREMIALES

CONTÁCTANOS: ampi.org | (55) 5566 4260

En 2019 se añadirán al inventario de retail un millón de m² centrados en la Ciudad de México y la Zona Metropolitana, según el *Reporte de Outlook 2019* de CBRE.

EL MERCADO DE RETAIL EN MÉXICO

Texto por: Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com
Entrevista por: Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

La Inversión Extranjera Directa (IED) en México creció 6.94% en el primer trimestre de 2019, respecto al mismo periodo del año pasado, al captar 10,162 millones de dólares (mdd), según información de la Secretaría de Economía.

El estado económico del país se debe a la instalación de diversas empresas en el territorio mexicano con el objetivo de darse a conocer y tener presencia, ejemplo de ello son las firmas coreanas Mumuso y Yoyoso o la marca japonesa Miniso, las cuales suman más de 150 almacenes en la República.

De acuerdo con el Reporte de Outlook 2019 de CBRE, durante este año se añadirán al inventario un millón de m2 centrados en la Ciudad de México y la Zona Metropolitana; los nuevos centros comerciales serán en su mayoría regionales y de usos mixtos. Además, se esperá que realicen varias fusiones y adquisiciones en el mercado enfocados a activos que estén en buena ubicación.

Un detonador que hace que las firmas adquieran presencia en el mercado mexicano es el posicionamiento que los *holdings* les ofrecen, debido a ésto las empresas llegan a ser más grandes en México que en su país de origen, así lo expresa en entrevista para Inmobiliare, Carlos Ibarra, *Chairman* del *holding* IB Group.

En México se abrieron y/o expandieron muchos centros comerciales; de acuerdo con el Directivo, las plazas han evolucionado en dos periodos: antes del 2013 y después de ese año; en la primera etapa diversas marcas americanas, europeas y asiáticas decidieron llegar al país, lo que generó una invasión y una necesidad por tener más ubicaciones.

En la segunda etapa, las empresas originarias de China llegaron debido a los impuestos más razonables para introducir su mercancía a México y "es ahí cuando se empezó a ver una necesidad de locales y almacenes, de 2013 al 2019 han aumentado las construcciones de *retail* tipo *lifestyle* (no de *power center, stick center* o de *town center*); adicional a esto algunas desarrolladores han decidido realizar expansiones a los centros comerciales como es el caso de la región Pacífico, Noreste, Ciudad de México y Riviera Maya".

Para Carlos Ibarra se debe tomar en cuenta la importancia inmobiliaria y cómo es que si en el mercado mexicano se hacen correctamente las cosas pueden expandirse y posicionarse en otras partes, "entre el 40 y 50% de todo lo que se pueda hacer en México, es el equivalente de las [tiendas] que pueden inaugurar en todo el resto de América Latina, incluido Centroamérica con excepción de Brasil, debido al tema de importación", comenta.

EXPERIENCIA DEL VISITANTE

Uno de los retos que enfrenta el *retail* es la propuesta diferenciadora para que el consumidor tenga una experiencia única de compra, es por eso que algunos desarrolladores han ofrecido nuevos conceptos para atraer más al público, ejemplo de ello es Grupo Gisca que en el 2018 presentó su nuevo desarrollo Explanada Puebla bajo el concepto de Malltertainment, el cual cuenta con atracciones como: parque de diversiones, pista de *go cars,* globo aerostático, solo por mencionar algunos.

Ante esta situación de nuevas ideas, Carlos Ibarra comenta que los desarrolladores mexicanos han logrado un concepto que en otros países no lo tienen, el cual es el entretenimiento; "la experiencia presencial de compra de una familia mexicana en un centro comercial es completamente distinta a lo que existe en otros países, ya que toda la familia asiste a comprar, comer, jugar o a ver una película al cine, todo esto debido al entretenimiento que han incluido los desarrolladores".

Otra tendencia que están aportando los gerentes del proyecto es el movimiento verde, que es la creación de espacios abiertos y ecológicos donde los consumidores pueden sentirse relajados y el medio ambiente se ve beneficiado, a este modelo se le suma la tecnología 3D, dispositivos táctiles o realidad virtual.

E-COMMERCE VS RETAIL

De acuerdo con el Reporte de CBRE, el *e-commerce* en México ha tenido un alto crecimiento, en 2017 aumentó un 20% respecto al año previo, alcanzando lo $396 mil millones de pesos. Las empresas están buscando tener mayor participación de esa forma de comercio.

Por su parte, el Presidente de IB Group menciona que actualmente en México existen dos situaciones en las ventas *online*; la primera es que el país se encuentra un poco atrasado en *e-commerce,* debido a que en algunas ocasiones cada marca maneja su plataforma y hace que su logística de distribución no llegue a la perfección.

"Estamos enfrentado un país que tiene un dígito incremental en *e-commerce,* pero las tiendas departamentales no han terminado de desarrollarse y por ende no han podido superar el dígito de crecimiento".

En segunda instancia es que el crecimiento *online* ha sido mayor, "si la marca X tiene un 8% de ventas en línea quiere decir que el crecimiento fue positivo y no se ha ido alimentando de las tiendas *Brick & Mortar* o de la experiencia presencial de comprar [...] El mercado de *e-commerce* si está creciendo, pero la experiencia presencial que se vive en México hoy sigue siendo dominante, el comercio en línea va hacer muy exitoso y va a pasar a dos dígitos, espero que en unos tres o cinco años", externó Carlos Ibarra.

"El mercado de ecommerce si está creciendo, pero la experiencia presencial que se vive en México hoy sigue siendo dominante"- Carlos Ibarra, *Chairman* del *holding* IB Group.

PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

Hoy día, el mercado de *retail* en México tiene una caída, es decir, que el crecimiento que se planteaba a mediados del 2018 no se ha dado, debido a las nuevas regulaciones que ocurren en diferentes estados, "ejemplo de ello es Ciudad de México que no está teniendo un crecimiento por estas nuevas y recientes reformas y lo que sucede es que se detenga el desarrollo inmobiliario, por lo tanto habrá una pequeña recesión en ese sentido".

La economía de la República Mexicana se ha interrumpido debido a que "el gobierno no ha empezado a invertir en infraestructura y no ha realizado inversiones y eso es muy importante para la detonación de la economía; por otro lado la parte conservadora por dónde están entrando las inversiones en el país hace que no exista una generación de empleos que se haya parado, no quiero decir que nos lleva a una recesión, pero sí a un alentamiento en la economía".

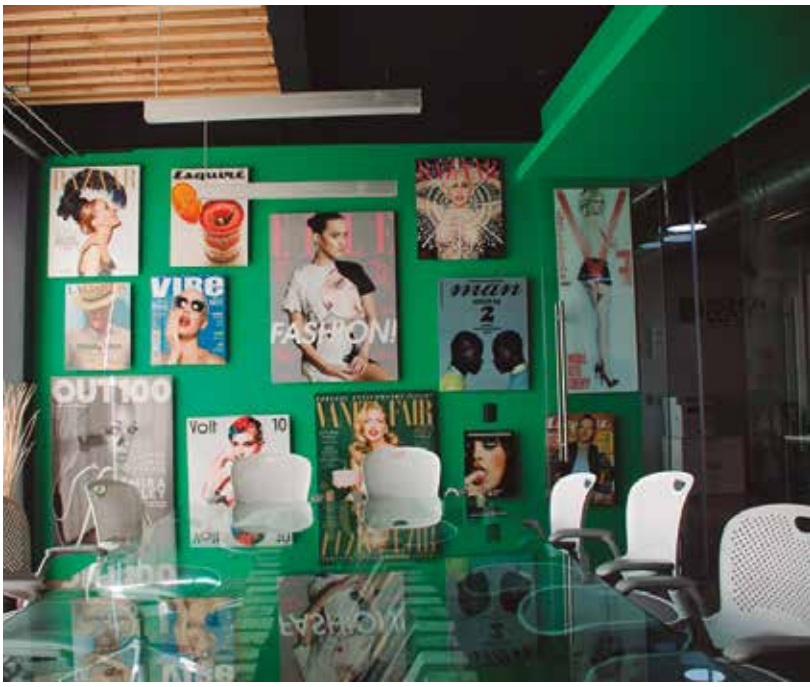
De acuerdo con Carlos Ibarra, durante el resto del año seguirá cauteloso y conservador, "aunque no hemos tenido el crecimiento planteado en términos de nuevas puertas [...] nosotros pretendemos abrir en este año alrededor de 45 tiendas de todas nuestras marcas, [cabe señalar] que estamos siendo estrictos y cautelosos con los modelos, negociaciones, rentas, aperturas, con el fin de tener éxito en las mismas".

30 AÑOS DE EXPERIENCIA

IB Group es un *holding* con más de 30 años de experiencia; en un inicio la empresa comenzó con establecimientos de joyería y toda la parte de textil de moda, en este último fueron los pioneros muy importantes para la tiendas *highlight* como Hugo Boss y Polo Ralph Lauren, solo por mencionar; el intereses de la firma siempre ha sido el textil y la relación de marcas de prestigio en *retail.*

Hoy en día IB Group maneja diferentes marcas con distintos modelos de mercado como: London Fog, Aéropostale Footwear, Capelli NY, Mad Love by Steve Madden, Airwalk, Chico`s, Soma y Champion, entre otras; en el caso de Apple, ellos son la empresa que representa a esta firma en su expansión para el posicionamiento y promoción de la marca a través de un mensaje, esto con el fin de expandirla. Llevan trabajando con ellos desde hace tres años y hoy en día cuentan con una sucursal en Santa Fe y otra que está por inaugurar en Antara.

A diferencia de otros *holdings,* IB Group tiene su modelo multimodal, es decir, que aceptan a diversas marcas con la intención estratégica y financiera que ellos soliciten, "la flexibilidad que la empresa tiene hace que nosotros seamos un selter para prácticamente todas las marcas importantes que quieran que venir a México; es por ello que de ahí nuestro crecimiento".



"Los desarrolladores mexicanos han generado un concepto que en otros países no se encuentran que es la parte de entretenimiento"- Carlos Ibarra, *Chairman* del *holding* IB Group.

El modelo multimodal quiere decir que "llevamos a cabo el posicionamiento de las marcas bajo distintos conceptos, por un lado podemos tener firmas como Apple o American Eagle en donde participamos en la expansión, búsqueda de la ubicación y construcción de tiendas [...] es un tipo de negocio en donde nos ocupamos de encontrar el lugar, hacer las negociaciones con los desarrolladores inmobiliarios, en muchas ocasiones manejar el área de recursos humanos, marketing y la plataforma legal", externa Carlos Ibarra.

Otra diferente forma de hacer negocio de IB Group es que adquiere la franquicia global de la empresa para el país, es decir, se ocupan de encontrar la ubicación, construir y operar tiendas, en muchos casos hacer la venta *hot sale* a través de *boutiques* importantes como es el caso de Liverpool, Palacio de Hierro, entre otras. "Al tiempo que tienes las locales en los centros comerciales también vendes las marca a través de tiendas departamentales, ese digamos es un segundo modelo".

Entre las marcas que manejan al 100% con tiendas propias el 45% de las firmas están en lo que ellos llamarían *full franchising model;* mientras que el resto están en un modelo en el que manejan la expansión, las cuales se ubicaran ahí en sus próximos tres a cinco años en el mapa de la República Mexicana con tiendas nuevas como: American Eagle, Old Navy o Levi's.

Carlos Ibarra considera que IB Group es uno de los cinco *holdings* más importantes de México, "sólo te puedo decir que cuando llegamos a platicar con un desarrollador y les decimos que marcas tenemos para su centro comercial, sea el actual, nuevo o para expandir, construimos una fuerza inmobiliaria en términos de necesidad de metros cuadrados, por lo tanto las condiciones que obtenemos de los desarrolladores para nuestras marcas son muy favorables".

EL HERALDO
DE MÉXICO

LA ÚNICA H QUE NO ES MUDA

TRÁMITES INCONCLUSOS:

EL CÁNCER QUE PADECE LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA

Por Arturo González,
CEO Pulso Streaming Channel y Juan Carlos Valencia,
Editor Pulso Streaming Channel

Para los agentes inmobiliarios la labor cada vez se complica más a causa del poco interés que se le suele prestar a la transmisión de bienes raíz, por ello son necesarios métodos cada vez más estrictos de regulación para asegurarse que el control de los bienes inmuebles que se encuentran en el territorio sea correcto. Al Estado le es necesario llevar un control sobre las propiedades que existen, a causa de evitar conflictos por las mismas y así no desgastar los mecanismos jurisdiccionales que hay en el país; además, de llevar un control en los impuestos recaudados, con el fin de contribuir a las políticas públicas.

Todos conocemos a algún familiar o amigo que ha realizado trámites con relación a inmuebles, ya sea que ha comprado, le han heredado, ha construido en un terreno o que simplemente ha prestado dinero a otra persona; pero a la vez sabemos que los debidos conocimientos respecto a estas situaciones no están a la disposición de todo el público y a la vez, los que cuentan con estos conocimientos, no los aplican por cuestiones extraordinarias.

> Al Estado le es necesario llevar un control sobre las propiedades que existen a causa de evitar conflictos por las mismas y así evitar desgastar los mecanismos jurisdiccionales que existen en nuestro país.

Referente a las compraventas inmobiliarias, es común saber de operaciones donde solamente se pactan mediante un contrato privado, sin que en algún momento se eleve a escritura pública lo que va acarreando problemas como el pago de los impuestos de enajenación, adquisición y demás, elevándose y acumulando el calor de estos y haciéndolos impagables para su regulación; al paso del tiempo la propiedad se vuelve vulnerable por que el registro sigue apareciendo a nombre del dueño anterior, siendo susceptible a tener algún conflicto.

Uno de los problemas más recurrentes es acerca de la cancelación de hipoteca; cuando se termina de pagar es necesario acudir con la institución que autorizó el crédito para solicitar la cancelación de hipoteca y contar con una escritura pública libre de gravámenes.

En el caso de heredar algún bien, se suele abrir la sucesión para nombrar a las personas que también les corresponde el carácter de herederos y legatarios, así como el nombramiento del albacea, estas etapas se llevan ante notario público o ante un juzgado, y al final cuando se obtiene la adjudicación de los bienes contenida en la escritura, se piensa que aquí es donde terminan las sucesiones, pero es necesario inscribir esta escritura ante la autoridad registradora competente.

Respecto a las construcciones, es común observar que se realizan modificaciones a un inmueble o una cimentación en un predio vacío; sin embargo, es necesario tramitar los permisos correspondientes, ya sean de construcción o ampliación, y es imprescindible realizar las actualizaciones de los planos arquitectónicos, al tiempo de declarar las nuevas construcciones para evitar las grandes multas y recargos que se generan e igualmente se acumulan; todo para el momento en que deseamos enajenar el inmueble o es sujeto de una herencia, se paguen completos.

Referente a las compraventas inmobiliarias, es común saber de operaciones donde solamente se pactan mediante un contrato privado, sin que en algún momento se eleve a escritura pública.

Si tiene lugar un préstamo de dinero, se suele hacer mediante pagarés, pero existe otro instrumento legal que brinda mayor seguridad cuando se trata de grandes cantidades, el contrato mutuo con interés y garantía hipotecaria, en el cual se pueden plasmar cláusulas para mayor seguridad, por ejemplo colocando en garantía un inmueble que pasará a propiedad del acreedor en caso de incumplimiento de la obligación de pago; además, igual que en el pagaré, los intereses se pueden pactar.

Es necesario eliminar estos vicios que en grandes medidas desgastan a los engranajes del sistema inmobiliario de nuestro país y complican cada vez más el ejercicio de los agentes.

Otro trámite inconcluso que a menudo causa problemas con los inmobiliarios, al momento de querer enajenar un bien raíz, es la falta de inscripción de la sentencia de usucapión o prescripción positiva, la cual es dictada, pero también tiene que ser registrada ante el debido organismo para hacerla oponible frente a terceros que puedan exigir la propiedad sobre el bien.

Cuando se adquiere un predio ejidal, se les debe otorga el título parcelario por los ejidatarios que administran la propiedad; no obstante, lo que muchos no realizan son los trámites ante el Registro Agrario Nacional (RAN) para desincorporar el predio del ejido y cambiar la propiedad social a propiedad privada sobre la parcela, para así no tener conflicto con el Comisariado Ejidal respecto al uso del predio.

Por último, tal vez uno de los problemas menos comunes, pero que a la fecha se siguen detectando en contadas ocasiones es el referido a la falta de alineamiento y número oficial cuando se realiza una construcción por lotes, en donde por la falta de coordinación con las autoridades reguladoras, se pueden dar diversos problemas de identificación de los inmuebles, conllevando un excesivo trámite posterior para cada uno de los habitantes de los inmuebles que se construyeron.

Es necesario eliminar estos vicios que en grandes medidas desgastan a los engranajes del sistema inmobiliario de nuestro país y complican cada vez más el ejercicio de los agentes, por ello es fundamental detectar a tiempo estos problemas y ayudar a regularizar el ejercicio inmobiliario de nuestra sociedad.

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

TECNO EDIFICIOS

JUNIO 26 Y 27 2019

MIAMI AIRPORT CONVENTION CENTER (MACC) | MIAMI USA

711 NW 72ND AVE, MIAMI, FL 33126

El **CONGRESO Y EXPO** para el **facility management,** por primera vez en **MIAMI**

SEPARE SU CUPO

- **2 días** de agenda académica
- **12 Conferencistas**
- **Visitas** guiadas
- **Exhibición** de productos y soluciones

Y acompáñenos en: ALEGRÍA La Fiesta Latina

EN CONJUNTO CON: CUMBRE GERENCIAL ALAS | Refri AMERICAS

CONFERENCIAS DESTACADAS

- **Calidad del Ambiente Interior con eficiencia energética**
- **Cúal es el rol del FM en la en la era de la sostenibilidad, enfoque en la infraestructura**
- **Panel Facility Manager 2019: Retos de la operación de edificios en América Latina**

MÁS INFORMACIÓN:

(+57) 304 606 86 74
cgallego@tecnoedificios.com

(+57) 314 583 85 07
suscripciones@tecnoedificios.com

www.tecnoedificios.com

tecnoedificios | refriamericas | CumbreALAS

DESTINACIÓN: POP-UP

Por la Arquitecta Daniela Bustamante

Todos hemos escuchado el término *'Pop-up store'* o tienda minorista flash, tienda emergente o tienda minorista de ventas temporales. No importa como las llamen, lo cierto es que desde hace ya varios años este concepto de tienda cobra popularidad y gracias a él, incluso se está re-considerando el concepto de tienda tradicional, pero ¿por qué?

Las ventas *online* van en aumento, pero el 95% de las ventas se siguen realizando en tiendas físicas. A pesar de esto, muchas marcas hoy en día solamente venden sus productos en línea y toman ventaja de estrategias de mercadotecnia como los *Pop-up Stores*, que les brindan a los clientes la oportunidad de experimentar físicamente los productos que solo han visto en un sitio web o cuenta de *Instagram*.

HOY EN DÍA MUCHAS MARCAS VEN SUS PRODUCTOS EN LÍNEA Y TOMAN VENTAJA DE ESTRATEGIAS COMO LOS *POP-UP STORES,* QUE LES BRINDAN LA OPORTUNIDAD DE EXPERIMENTAR FÍSICAMENTE LOS PRODUCTOS QUE SOLO HAN VISTO EN UN SITIO WEB O EN *INSTAGRAM.*

En un mundo en el que la cantidad de transacciones en línea crece cada día, las experiencias se vuelven mas escasas, y al final, las experimentación que se vuelve *instagrameable* y que se puede compartir y celebrar con miles de *'likes'* en redes sociales es justamente lo que todo mundo está buscando: las experiencias son el nuevo lujo.

Es por esto que este tipo de formato de tienda que surgió en los 90s en ciudades como Tokyo, Londres, Los Ángeles y Nueva York, es ya la herramienta de venta preferida por muchas marcas. A pesar de que la tienda emergente *per sé*, no es una tendencia nueva, las *Pop-up stores* si lo son: se vuelven cada día más novedosas como creativas y sorprendentes...Lo impredecible genera expectativa y las vuelve tan emocionantes como populares y tan atractivas como accesibles.

Para marcas pequeñas, este formato supone una oportunidad mucho más económica de acercarse a los consumidores que la que conlleva la inversión de rentar un espacio para una tienda a largo plazo. La facilidad de rentar un espacio con mucho tráfico por tiempos tan cortos que van desde solo 3 días, hasta por tiempos máximos de 3 meses, le permite a una marca conocer personalmente a sus clientes y establecer relaciones más sólidas con ellos así como probar nuevos mercados.

Por la infinidad de posibilidades de interacción con el consumidor final que se ofrece a través de un formato *Pop-up,* ya no solo son utilizados por marcas con bajo presupuesto, también grandes marcas como Amazon, Nike y Evian, han adoptado este concepto.

Los beneficios en términos de mercadotencia que aporta un formato *Pop-up* son infinitos y la amplísima gama de experiencias que suceden de manera creativa dentro de ellos, los convierte también en algo que nos encanta.

Pero hablando desde el punto de vista del diseño, ¿qué elementos clave se necesitan para lograr una *Pop-up Store* perfecta y atractiva? y ¿qué hace un experto diseñador experimental qué logra que nos gusten tanto?

Sabemos que una marca necesita tener un enfoque holístico para tener éxito. Se trata de generar experiencias congruentes a todos los niveles para poder trascender.

A una marca que solo realiza ventas directas al consumidor, tendemos a percibirla muchas veces como una entidad abstracta sin personalidad, nos hace falta la interacción física con las personas detrás de ella y una tienda emergente nos permite cerrar esta brecha.

Los jóvenes de hoy se interesan cada vez menos por símbolos de estatus y más por la oportunidad de poder vivir una experiencia y sobre todo, compartirla. Entonces una pieza clave dentro de una tienda emergente es un espacio, área, muro, o textura en la que nos sea posible tomarnos una *"selfie"*, la cual, al ser publicada prolonga la vida de la promoción y aumenta la visibilidad de la marca: los expertos saben que tanto los consumidores, como los medios de comunicación adoramos la emoción generada por el factor de novedad o sorpresa y que el alcance de un post puede volverse viral.

UNA PIEZA CLAVE DENTRO DE UNA TIENDA EMERGENTE ES UN ESPACIO, ÁREA, MURO, O TEXTURA EN LA QUE NOS SEA POSIBLE TOMARNOS UNA *"SELFIE"*, LA CUAL, AL SER PUBLICADA PROLONGA LA VIDA DE LA PROMOCIÓN Y AUMENTA LA VISIBILIDAD DE LA MARCA.

Parece cliché el hablar de espacios diseñados para que se estimulen todos los sentidos, pero es a través de estos espacios encantadores y versátiles que las marcas logran conectar con nosotros de una manera real en muy poco tiempo.

El consumidor de hoy quiere conocer a quien le va a comprar y está interesado en los valores de la marca detrás de un buen eslogan. ¿Qué mejor herramienta que la posibilidad de acercarse al consumidor directamente a través de experiencias dentro de un espacio mágico que además tiene fecha de caducidad?

Antes que una marca se encuentre con el cliente cara a cara y establezca una relación a largo plazo, los expertos dedican muchas horas a estudiar y planear el diseño, y lo primero que un diseñador tiene claro es que debe imprimir cada detalle con belleza.

¡La belleza o el sentido estético que tenemos de ella, es un medio a través del cual fácilmente se logra penetrar en los sentidos, y desde que entramos por la puerta de un establecimiento debemos poder percibir que esa marca es especial y por lo tanto, nosotros ya también lo somos!

El diseño de un *Pop-up store* debe ser único, tener una personalidad propia con valores y estética diferentes del resto: originalidad.

Los consumidores disfrutamos explorando, nos aburrimos rápidamente. Es obvio que el presupuesto asignado para una tienda temporal no será el mismo que para una tienda permanente, así que quienes planean el espacio entienden que la maximización de recursos debe enfocarse en elementos que puedan llevarse a otro lado o re-utilizarse posteriormente (posiblemente en un nuevo *Pop-up store,* en alguna ubicación distinta). Esto por supuesto, implica un mayor reto a la creatividad en un mundo en el que lo que 'ya vimos' lo pasamos por alto porque necesitamos novedad.

La creatividad, el pensamiento estratégico y las ideas de implementación prácticas y adaptables son incógnitas y retos constantes para lograr experiencias de marca memorables.

El estudio australiano Edwards Moore, diseñó para la marca de moda Arnsdorf, una tienda temporal que abrió por solo 3 días en la que con 154 pares de pantimedias estiradas y colocadas por paredes y desde pisos hasta techos se formó una especie de 'cueva íntima' que fue el escenario para el lanzamiento de una nueva colección de ropa. La re-interpretación de un accesorio de uso cotidiano con el que se logró un ambiente casi escultural, fue genialmente creativa.

Otra forma en la que los expertos manipulan nuestros sentidos es guiándonos sutilmente a través del espacio para que veamos justamente lo que ellos quieren y en el orden en el que ha sido precisamente planeado: el 90% de los consumidores volteamos inmediatamente hacia la derecha después de entrar a un local. Ahí es donde colocan los productos estrella o Premium, la nueva mercancía y las promociones. Nuestra primer mirada hacia la derecha es el gancho por donde comienzan a contarnos historias.

Glasstech Mexico
Glass Technology Expo Mexico

Doors & Windows MEXICO

11-13 de junio de 2019

Centro Citibanamex Ciudad de MEXICO, MEXICO

Por qué visitar:

100 empresas importantes en esta industria expondrán en nuestra exposición. No tiene que volar a Europa o China, se reunirá con ellos y verá sus productos en la exposición de Glasstech México, Puertas y Ventanas de México.

Obtenga un pase de visita gratuito en línea antes del 15 de abril mediante el enlace:
http://www.glasstechmexico.com/get-your-passes/
O por favor escanee el código: ☞

Por favor revise algunos de nuestros expositores a continuación:

A+W Software for Glass, Windows & Doors · Arqui Vetro · HAN JIANG · JEFFOPTICS · DIFER TRADE · FILTRA GLASS · JN · ADDTECH · CHENGANG 辰锵玻璃机械 · GOLIVE 高力威 · glaston · AUREGAN · JINGLASS · HAND 合和建筑五金 · HAVI-RIGA · WGM · HEXAD · WONDEC · LiSEC · LandGlass For your next leap · GangXin 港信 · ORIENT FromChina, ForTheWorld · 创世经典 CREATION CLASSIC · KINGDOM GLASS · 瑞锦科 REGENCO · REXI · 山东耀华玻璃 SHANDONG YAOHUA GLASS · 方鼎 · SGMT · PRECISION · cherokee ELECTRONICA www.cherokeemexico.com · DELTAMAX AUTOMAZIONE · DENVER be clever · HUTAM · HERRALUM · IMMES · HISENG · MoleMoreschi DiamondWheels · LIJIANG GLASS · NorthGlass · CS · FESQUA · glassOnline · EQUIPAR CONECTANDO NEGOCIOS · vidriperfil.com · teorema ambiental · FDS Glass Corporation · HECOMSA · GU · BKS · FERCO · 3H glass · aeonglass · ALPHACAN · aluplast · GLOBAL LIMITED · BAVELLONI · creativeresins europe · 东兴玻璃 DONGXING GLASS · ECOL · GCV glassmachinery · Felipe · grupo valsa · ADS AUTOMATIC DOOR SPECIALISTS · SGU · 世海达益 SHIHAIDAYI · suvimex · TUROMAS · LEVER · VERRAglass · PORTALP · Bandi · pomdi · KENWA · LCB · Solex · FOEN 奋安 WINDOWS & DOORS · YINGXIN GROUP · TECNOLOGÍA EN VIDRIOS S.A. DE C.V. · keraglass · Lifeng 利锋 · INTERMAC · ORIENT FromChina, ForTheWorld · BOZA 博地 · 环球金程 · SHDY GLASS · DLV · 瑞普

CREDIT CHINA 诚信 · GIASINO · IGE Glass Technologies, Inc. · JINGGONG 精工模具 MOULD · YILMAZ · XH · Full-time PRINCE · SWANK 恒光 · 泓达机械 HONGDAMECHANICS · OLIMPIA HARDWARE INC. · 锦绣前程 Glorious Future · SILANDE

Mientras satisfacer nuestro sentido visual es algo primordial, una experiencia exitosa, incluye la estimulación de varios sentidos al mismo tiempo: el uso del olfato ayuda a conectarse con los consumidores en un nivel emocional ofreciendo una experiencia de marca única: marketing de olores. Por eso cuando entramos a tiendas como Zara, nos huele a algo especial característico que no encontramos en ningún otro lado. Atrayendo a todos los sentidos los consumidores se sienten más bienvenidos e inspirados: el olor a café en puntos de venta las multiplica.

EL DISEÑO DE UN *POP-UP STORE* DEBE SER ÚNICO, TENER UNA PERSONALIDAD PROPIA CON VALORES Y ESTÉTICA DIFERENTES DEL RESTO: **ORIGINALIDAD.**

La tecnología también es una herramienta para lograr retener nuestra atención por mayor tiempo, y esto fue lo que hizo la agencia Wieden+Kennedy, quien no solamente utilizó un esquema *Pop-up,* sino que lo 'sacó de la caja' al transformar la ventana frontal de sus oficinas que mira hacia la calle, en una especie de caricatura viviente en la que todos los elementos de una oficina fueron caricaturizados a modo de escenografía en papel y dibujos a blanco y negro; por varias semanas, empleados reales de la agencia se turnaron para trabajar dentro de esta realidad dibujada, que fue observada por miles de peatones. Para lograr un mayor impacto, también instalaron una cámara web, en la que transmitieron en vivo para los más curiosos: se diferenciaron como una agencia que sale del estereotipo, divertida, y además fue una oportunidad creativa de contactar con su comunidad.

Por todo esto y más, las tiendas *Pop-up* son una estrategia de venta que nos fascina: pisa...y pisa fuerte...

*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

Lava Tap Limpieza M.R.

La mejor alternativa en
Limpieza profesional

- Servicio de limpieza
- Mantenimiento
- Compra y venta de productos de limpieza
- Recolección de basura
- Fumigación
- Jardinería
- Compra y venta de equipo y maquinaria de limpieza

"Un equipo de primera para clientes de primera"

Con una experiencia de más de 55 años en el mercado, garantizamos un servicio altamente profesional, ya que para nosotros lo mas importante es cuidar la apariencia de su negocio y la satisfacción de nuestros clientes.

Calzada de las Águilas 1205
Col. San Clemente, México, D.F. 01740
Tel: 5635-5400 Fax: 5635-5492
www.lavatap.com

EL VALOR HISTÓRICO DE UN ICONO FRANCÉS: LA CATEDRAL DE NOTRE DAME

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

París, Francia es sede de innumerables e icónicas representaciones del arte arquitectónica de diversas épocas que muestran, a través de sus diseños periodos como el clasicismo, el rococó o el gótico que han dado lugar a estilos ampliamente difundidos a nivel internacional.

El patrimonio arquitectónico de este país europeo, se ha convertido en el segundo más grande del mundo, después de Italia, gracias a obras como La Torre Eiffel, El Palacio de Versalles, El Arco del Triunfo, El Panteón de París, Museo de Louvre y la Catedral de Notre Dame, entre muchos monumentos más.

Esta última, una de las máximas representantes del estilo Gótico, recientemente sufrió graves daños en su estructura debido a un incendio que se inició la tarde del 15 de abril del presente año en el tejado del edificio. Lo que suscitó que la aguja central (conocida entre los franceses como La Flèche) se derrumbara junto con el ático y parte del techo.

De acuerdo con bomberos que trabajaron en sofocar el siniestro, el incendio pudo haber sido provocado por las obras de renovación que se estaban realizando a la catedral, las cuales se iniciaron después de una apelación de emergencia en 2018 cuando se consideró que necesitaba mantenimiento y restauración.

El incidente dio a paso a opiniones de expertos como el arquitecto Andrew Crompton, y los restauradores Andrés Seoane, Alfonso y Pablo Muñoz Ruiz, quienes señalaron que existían diversas maneras de apagar el fuego sin dañar otros materiales.

El gobierno francés anunció la reconstrucción de la catedral a través de una campaña con el objetivo de recaudar fondos y acelerar los trabajos; sin embargo el debate actual es si se reconstruirá con base en el diseño original o con uno adaptado a nuestra era. Asimismo, el primer ministro Edouard Philippe, dio a conocer que se realizará un concurso internacional de arquitectos para recibir propuestas de proyectos.

Lo que ha causado múltiples opiniones a lo largo del mundo, debido que existe quien defiende el valor histórico y la conservación del diseño; y por otra parte se encuentran los que proponen una catedral moderna, tal es el caso del arquitecto Jean Michel Wilmote, quien imagina el templo con techos de titanio o cobre. Mientras que otros prefieren una cúpula de vidrio, al estilo Reichstag de Berlín, cuyo autor, Norman Foster, ha declarado que la reconstrucción representa "una oportunidad extraordinaria".

Entre los diseños propuestos por firmas de diversos países se encuentran proyectos de toda índole, por ejemplo, con vidrieras por todo el techo hasta la torre; diseños de ingeniería ecológica y energías renovables; estructuras de cristal con luz para convertirlo en 'un faro de esperanza'; hasta la idea de una piscina pública en el techo, custodiada por las 12 estatuas de los apóstoles. Opiniones de algunos puristas que buscan mantener el diseño original, señalan que ninguna propuesta nueva conservará la esencia ni el valor histórico de la catedral.

Interior de la Catedral

Fachada occidental

Izquierda:
rosetón del transepto norte.

Centro:
rosetón fachada occidental.

Derecha:
rosetón del transepto sur.

Valor que se remonta a más de 800 años, tiempo en el que fue edificada; expertos en el tema señalan que al finalizar su construcción se convirtió una de las catedrales más grandes del mundo, además de ser un modelo para muchos edificios en toda Europa en la Edad Media.

Dedicada a la virgen María, es sede de la arquidiócesis de París, ubicada en la Isla de la Cité, justo en el medio del Río Sena. En sus ocho siglos de historia, la catedral ha sido reformada en varias ocasiones, siendo la más importante la de mediados del siglo XIX. A lo largo de estos años se sustituyeron los arbotantes, se insertó el rosetón sur, se reformaron las capillas y se añadieron estatuas.

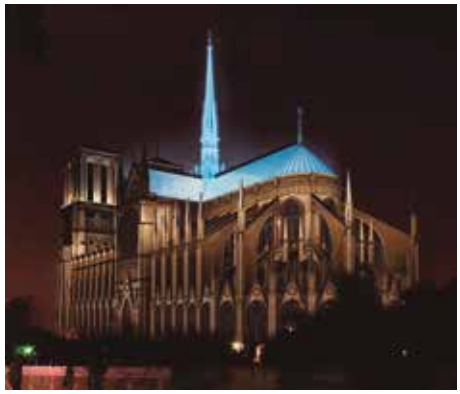
Según estudios estructurales de la época, el estilo gótico deseaba alejarse de los gruesos muros que eran comunes entre las construcciones previas; en lugar de ellos, hace uso de arcos para componer el tejado de crucerías que soporta las bóvedas. La presión de las nervaduras sobre los costados hizo necesario añadir una serie de ménsulas, que agregan apoyo y completan la visión de un edificio rico en elementos; este nuevo sistema permitió que el muro perdiera su función de soporte, para dar paso a las enormes aberturas de vidriería que decorarían la catedral.

Entre los principales atractivos se encontraban los rosetones de la fachada principal, los vitrales y el órgano monumental de su interior. Además de la planta, marcada por la formación en cruz «incrustada» en el edificio, lo que daba como resultado la formación de cuatro naves laterales.

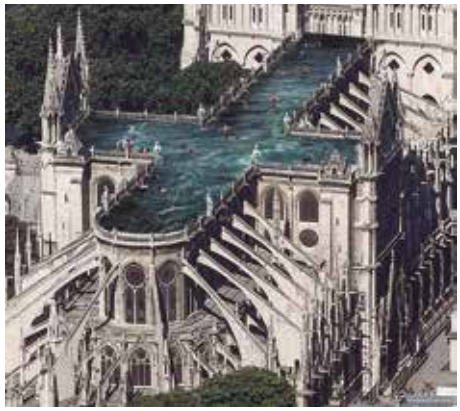
De acuerdo con la Universidad de la Sorbona, la Catedral de Notre Dame forma parte de la segunda generación de catedrales góticas, después de la basílica de Saint-Denis o la abadía de Saint-Germain-des-Prés.

Propuesta del estudio brasileño AJ6

Propuesta del estudio
Vincent Callebaut Architectures



Propuesta de Studio Fuksas



Propuesta de la firma de arquitectura
sueca Ulf Mejergren Architects (UMA)

Propuesta del diseñador francés
Mathieu Lehanneur

Calle Dr. Carmona y Valle 11
Col. Doctores, 06720, CDMX

Pulso INMOBILIARIO

CENTRO
PRESENCIAL DE CAPACITACIÓN

Pulso LEARNING

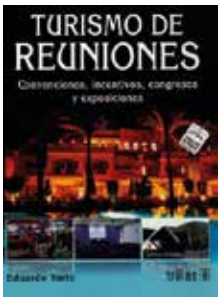
Capacitación + Networking
+ Entrevistas & Plataforma eLearning

6 #InmobiliareRecomienda LIBROS

100 EDIFICIOS DEL SIGLO XX

Este libro ofrece una selección de proyectos que van desde unifamiliares, viviendas, plurifamiliares, hasta museos y aeropuertos; los cuales están descritos con textos breves y fotografías.

The Now Institute, Editorial Gustavo Gili, 2019.



TURISMO DE REUNIONES. CONVENCIONES, INCENTIVOS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES

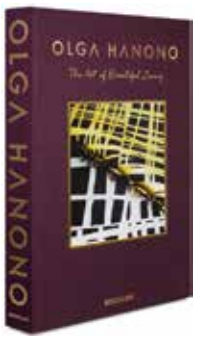
El lector podrá apreciar un panorama amplio sobre el potencial que representa el turismo de reuniones tanto en México, Latinoamérica y otros continentes; así como el desarrollo adecuado de productos y estrategias comerciales.

Eduardo Yarto, Editorial Trillas, 2017.

ARQUITECTURA CRÍTICA. PROYECTOS CON ESPÍRITU INCONFORMISTA

La arquitectura es más que una "poética casual" y este libro busca ahondar en sus rimas. Para ello, mediante un recorrido por las principales corrientes arquitectónicas, el autor pretende darle el peso funcional- teórico que merece la arquitectura.

Lorenzo Rocha, Editorial Turner, 2018.



THE ART OF BEAUTIFUL LIVING

El libro hace una recopilación de las mejores historias que envuelven el trabajo de la diseñadora y su inspiración, así como sus proyectos; entre los que destacan aquellos con diseño disruptivo.

Olga Hanono, Editorial Assouline, 2019

MOVILIDAD URBANA Y CIUDAD SUSTENTABLE

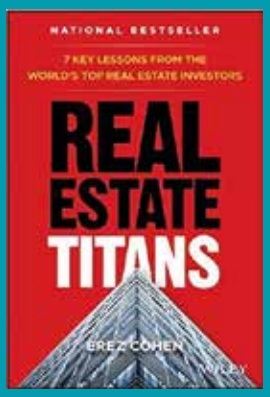
El libro analiza los procesos de cambio en Brasil y Francia, centrándose en la movilidad urbana como variable fundamental que incide en los espacios de la ciudad y, por consiguiente, que transforma la vida cotidiana de las personas influyendo directamente en su calidad.

Natalia Escudero Peña, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2018

REAL ESTATE TITANS

El autor comparte consejos y aprendizajes de los principales expertos de bienes raíces del mundo, basado en su experiencia como investigador y asistente docente en la Wharton Business School. El lector podrá crear un guía y convertirse en un jugador de Real Estate mucho más inteligente.

Erez Cohen, Editorial Wiley, 2019



EL HERALDO
DE MÉXICO

LA H NO SE DICE PERO DICE MUCHO

AGENDA EVENTOS DEL REAL ESTATE

2ND ANNUAL
Real Estate BUSINESS SUMMIT BAJA CALIFORNIA 2019

20 y 21 de junio,2019
Real Estate Business Summit Baja California
Tijuana, Baja California
http://inmobiliare.com/baja-california/

5 y 6 de septiembre, 2019
Real Estate Summit Riviera Maya
Sede: Playa del Carmen, Quintana Roo
http://inmobiliare.com/rivieramaya/

3TH ANNUAL
Real Estate BUSINESS SUMMIT RIVIERA MAYA 2019

10 al 12 de junio, 2019
NeoCon 2019
Sede: Chicago, Estados Unidos
https://bit.ly/2WUDo5P

13 al 14 de junio, 2019
The Beirut International Property Fair
Sede: Beirut, Líbano
https://bit.ly/2WfN8I3

14 al 16 de junio, 2019
The Architect & Interior Expo 2019
Sede: Chennai, India
https://bit.ly/2I4K7qs

17 al 20 de junio, 2019
Greenbuild México International Conference
Sede: Ciudad de México, México
https://bit.ly/2lywujE

18 al 20 de junio , 2019

Facilities Show 2019
Sede: Londres, Reino Unido
https://ubm.io/2rUaJzU

19 al 22 de junio , 2019

Inter Mold Thailand 2019
Sede: Bangkok, Tailandia
https://bit.ly/2HCOqJS

20 al 22 de junio, 2019

SIBAT, International Building & Constraction Exhibition 2019
Sede: Abidjan, Costa de Marfil
https://bit.ly/2WYf9Ux

25 a 27 de junio, 2019

CIH Housing Conference & Exhibition
Sede: Reino Unido
https://bit.ly/2t1yiHH

26 y 27 de junio, 2019

TecnoEdificios 2019
Sede: Miami, Estados Unidos
https://bit.ly/2TycDmk

3 al 6 de julio, 2019

Archidex 2019
Sede: Kuala Lumpur, Malasia
https://bit.ly/2AKw6WY

3 al 6 julio, 2019

Expo Oficinas & Mobiliario 2019
Sede: Lima, Perú
https://bit.ly/2DDLKX3

18 al 21 de julio, 2019

Decor + Desing I Melboure 2019
Sede: Melboure, Australia
https://bit.ly/2I39Yi8

18 al 21 de julio, 2019

Australian International Furniture Fair 2019
Sede: Melbourne, Australia
https://bit.ly/2FZndxo

29 de julio al 1 de agosto, 2019

Jordan Build 2019
Sede: Amman, Jordania
https://bit.ly/2vXjNJL

2 al 4 de agosto, 2019

IITM Bangalore 2019
Sede: Bangalore, India
https://bit.ly/2ppfYou

Ubicación estratégica en el Centro del Corredor Santa Fe, Ciudad de México

PLAZA DEL PARQUE

Colliers INTERNATIONAL

PÁGINA WEB:
www.colliers.com

REDES SOCIALES
@ColliersMexico

OFICINAS TOTALMENTE ACONDICIONADAS Y CON PISO FALSO

Oficinas
desde **669 m²**
hasta **3,925 m²**

Todos los servicios a
" Walking Distance"

Amenidades
para inquilinos
dentro del **edificio**

Para mayor información por favor de solicitar a:
Sergio Rodríguez de la Vega | sergio.rodríguez@colliers.com | T. +52 (55) 5209 3619
José Manuel Pérez | josemanuel.perez@colliers.com | T. +52 (55) 5209 3624

Colliers Sustainable Leader

Colliers INTERNATIONAL

www.colliers.com

SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN SUSTENTABILIDAD

¿Cómo te apoyamos?

- Certificación de edificios BOMA BEST y LEED.
- Auditorías de eficiencia energética.
- Auditorías en consumo de agua.
- Auditorías de la generación de residuos.
- Consultorías en manejo de residuos.
- Consultorías en energías renovables.
- Project Management.
- Desarrollo de políticas y manuales ambientales.
- Entre otros.

Certificación BOMA BEST

Beneficios BOMA BEST:

- Mayor plusvalía del inmueble
- Reducción del impacto negativo ambiental
- Significativos ahorros en costos de operación
- Demostración de mejora contínua
- Mayor satisfacción de los usuarios

Capítulos de evaluación de la certificación:
Eficiencia Energética, Agua, Aire, Confort, Salud y Bienestar, Mantenimiento, Compra, Residuos, Sitio y Compromiso del inversionista.

Certificación LEED

LEED (Leadership in Energy & Enviromental Design)

Sistema de certificación de edificios sustentables, que se enfoca en la disminución del impacto energético y los materiales utilizados en cada etapa de la construcción de un edificio (o inmueble), sin descuidar los aspectos principales, en cuanto a creación de ambientes, comodidad y funcionalidad

¡Contáctanos!

Julián Lomelín Gascón
Coordinador de Promoción de Sustentabilidad
Tel. 52 (55) 5209 3636
julian.lomelin@colliers.com

Alexis Torres García
Coordinadora de Sustentabilidad Inmobiliaria
Tel. 52 (55) 5209 3636
alexis.torres@colliers.com

TRANSFORMAMOS VENTAJAS INMOBILIARIAS EN VENTAJAS REALES

Cuando se trata de negocios inmobiliarios, vemos potencial en todas partes.
CBRE convierte cada transacción en una oportunidad, las inversiones
en rendimientos y las propiedades en sólidos portafolios.

Permítanos poner nuestra visión, alcance global y experiencia en beneficio de su negocio.
¿Cómo podemos ayudarlo a transformar sus propiedades en ventajas reales?

Torre Virreyes, Pedregal #24, Piso 17, Lomas de Chapultepec | T. + (55) 5284 0000

www.cbre.com.mx @CBREMexico CBRE México

CBRE Build on Advantage

INFORMES

01 800 841 8622

INFO.COLLIERS@COLLIERS.COM

Colliers INTERNATIONAL

CICLO

Prol. Paseo Montejo #371 por 47 y 49, Col. Benito Juárez Norte, Mérida, Yucatán, México.

INFORMES

01 800 841 8622

INFO.COLLIERS@COLLIERS.COM

Colliers INTERNATIONAL

CICLO

Prol. Paseo Montejo #371 por 47 y 49, Col. Benito Juárez Norte, Mérida, Yucatán, México.