INMOBILIARE
LATAM

NUEVA NORMALIDAD:
OFICINA, TURISMO, RESTAURANTES, RETAIL Y VIVIENDA

¿GUERRA DE TASAS HIPOTECARIAS A FINALES DE 2020?

CRISIS, CATALIZADOR TECNOLÓGICO

PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS SUSTENTABLES

MONTERREY: NÚCLEO INDUSTRIAL Y ECONÓMICO

KUHA
WELLNESS COMMUNITY

ALTERNATIVA DE INVERSIÓN SÓLIDA
KUHA WELLNESS COMMUNITY

$100.00 121
AÑO 20-NÚMERO 121
$100 PESOS

FIBRA Macquarie

MACQUARIE

Vision. Experience. Growth

Growth requires vision and **FIBRA Macquarie** enables customers and investors by harnessing opportunities.

FIBRA Macquarie offers flexible solutions and integrated services for industrial and retail real estate strategically ocated throughout Mexico. Beyond space, we see an opportunity for growth.

Contact:
Indutrial Leasing opportunities
01 800 700 8900
industrial.leasing@fibramacquarie.com

fibramacquarie.com

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

Before acting in respect to any information, we recommend considering the feasibility of the same in relation to your particular objectives, financial circumstances and necessities, it is also recommended to seek independent advise. The information provided does not constitute an advice, announcement, invitation, offer or solicitation to sell or purchase any financial product or value o to participate on investment activities, or an offer of financial or banking products. Some of the products and/or services hereby mentioned might not be adequate for you and might not be available in every jurisdiction.

None of the entities included herein is an authorized deposit-taking institution for the purposes of the Banking Act 1959 (Commonwealth of Australia). The obligations of such 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 such entities.

REB+ SUMMIT MONTERREY 2020

LIVE STREAMING FROM MONTERREY

27 / 28 AGOSTO

EL PRIMER **EVENTO DIGITAL DE NEGOCIOS** DEL AÑO

2

DÍAS DE CONFERENCIAS INTERACTIVAS DIGITALES EN VIVO

+30

LÍDERES INFLUYENTES DE LA REGIÓN PARA QUE MANTENGAS TU NEGOCIO A FLOTE EN TIEMPOS DE CRISIS.

SESIONES DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS CON LOS PONENTES

NETWORKING DIGITAL ENTRE LOS ASISTENTES A LAS SESIONES

ORGANIZA:

INMOBILIARE

www.rebs.mx

TOP TALENT
INDUSTRY LEADERSHIP
MARKET INTELLIGENCE

Como líder mundial en servicios inmobiliarios comerciales, **en CBRE ofrecemos consultoría y asesoramiento de clase mundial a todos los clientes.** Nuestra amplia visión del mercado local, los servicios integrados y la experiencia comprobada, continúan liberando el poder y el potencial de los bienes raíces para todos a los que orgullosamente servimos.

Torre Virreyes, Pedregal #24, Piso 17, Lomas de Chapultepec | T. + (55) 5284 0000

www.cbre.com.mx @CBREMexico CBRE México

FORTUNE
WORLD'S MOST
ADMIRED COMPANIES
RANKED #1
REAL ESTATE

CBRE

exni+

LA **PLATAFORMA DIGITAL** PARA
HACER LOS MEJORES NEGOCIOS
INMOBILIARIOS DEL AÑO

10 al 13 de noviembre 2020

Live streaming desde

exni.mx

+ REAL **+ HUMANO** **+ CONECTADO**

+80 líderes

de la región compartirán poderosas lecciones de negocio para sortear con éxito un mercado en disrupción

4
días
de actividades online

40
workshops
bajo demanda y live streaming

Networking
con asistentes de toda Latinoamérica

Participa en sesiones de preguntas y respuestas con reconocidos
líderes de negocio

Conferencias interactivas en vivo con
80
speakers

Accede
sin instalar software ni apps

Espacios publicitarios y de exposición
para empresas

organiza: INMOBILIARE

CAMBIARON TUS ESPACIOS.

CAMBIAMOS CONTIGO.

Solicita tu **CRÉDITO HIPOTECARIO** o trae tu hipoteca de otro banco desde tu casa.

#TuBancoTuTiempo

CRÉDITO HIPOTECARIO

TASA ANUAL FIJA DESDE EL

AHORA

7.5%

12 de **agosto** al
30 de **septiembre**

3

MESES PARA COMENZAR A PAGAR

Cotiza y **regístrate** en **banorte.com**

TASA DE INTERÉS ANUAL FIJA DESDE 7.5%
Adquisición **CAT PROMEDIO 10.1% sin IVA.** Mejora de Hipoteca **CAT PROMEDIO 10.0% sin IVA.** Para fines informativos y de comparación.Calculados al 06/08/2020. Vigencia al 31/12/2020. Vigencia de la promoción del 12/08/2020 al 30/09/2020. Sujeto a aprobación de crédito. 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. Aplican restricciones. Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación en banorte.com

BANORTE

Desarrollamos estrategias y soluciones inmobiliarias para obtener los mejores resultados.

Cushman & Wakefield es una empresa líder a nivel global de servicios inmobiliarios con más de **53,000 empleados** en más de **60 países.** Creamos ventajas competitivas y transformamos oportunidades en negocios exitosos, teniendo como centro las necesidades y visiones de nuestros clientes.

Victor M. Lachica
Presidente & CEO
Mexico & Central America

Impulsados por ideas, experiencia y dedicación, nuestro equipo de especialistas ofrece las soluciones inmobiliarias más creativas y efectivas del mercado.

Dividimos nuestros servicios para propietarios, inquilinos, inversionistas y desarrolladores.

Brokerage

Es importante contar con expertos inmobiliarios que nos asesoren en cualquier necesidad. En la actual situación en la que México se encuentra es importante evaluar todos los escenarios para tomar las decisiones más convenientes para el negocio.

Líneas de servicio

- Representación a Usuarios Corporativos
- Comercialización de Propiedades Comerciales
- Mercado de Capitales
- Representación a Usuarios Corporativos
- Comercialización de Propiedades Comerciales
- Administración de Inversiones y de Activos inmobiliarios
- Servicios de Activos

José L. Tapia
Líder Capital Markets / Inversiones

Luis Zetina
Líder en Rep. de Agencias

Enrique Portillo
Líder Capital Markets Industriales

Rafael Monroy
Líder Subastas Inmobiliaras

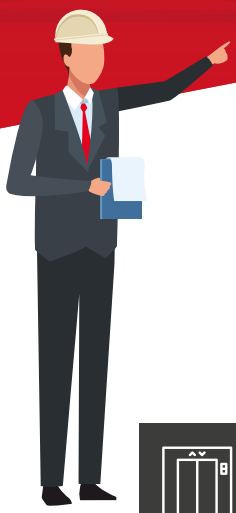
Federico Alcocer
Líder Servicios Corporativos

Gonzalo Gutiérrez
Líder Regional Monterrey

Juan C. Ulloa
Líder Valuación y Consultoría

Mauricio Coste
Líder Servicios Corporativos

CUSHMAN & WAKEFIELD



Valuation & Advisory

Nuestra área de valuación y consultoría es una de las más prestigiosas y reconocidas de México. Somos el principal asesor de corporaciones, inversionistas y prestamistas en decisiones críticas de capital y deuda.

Nuestros principales servicios

Valuación de portafolios con especialización en generar estudios de mayor y mejor uso - Soporte en el análisis de procesos legales, al igual que consultoría de desarrollo de proyectos - Contratación y revisión de reportes de valuación - Tenemos la capacidad para valuar portafolios multipropiedades a nivel local, regional, nacional y global.

Facilities & Property Management

Proporcionamos servicios de mantenimiento, operación y administración de inmuebles.

Hard Services los cuáles están relacionados con el mantenimiento a equipos y sistemas instalados en la infraestructura del edificio. (HVAC, CCTV, SPCI, etc.)

Soft Services operación de los espacios enfocados al bienestar y seguridad de las personas (limpieza, seguridad, jardinería etc.)

Workplace Services administración de las necesidades de los usuarios (concierge, wellness, etc.)

Project & Development Services

La administración de proyectos que ofrecemos es estratégico, colaborativo e integral. Nuestro equipo proporciona liderazgo y experiencia para colaborar con los equipos existentes y al mismo tiempo ayudará a obtener consultores y contratistas con experiencia.

Nuestras categorías:

Sustainability & Accesibility Services - Change Management -
EHS Services - Development Services -
Social Services - Workplace -

Para obtener más información, visite:
www.cushmanwakefield.com
Paseo de los Tamarindos 60B, Piso 2, Bosques de las Lomas, 05120, Ciudad de México, CDMX

Contáctanos
+52 55 85258000
contactomx@cushwake.com
@CushWakeMx

WHAT'S NEXT

Carta Editorial

Hoy en día miles de empresas están trabajando a marchas forzadas para adaptarse a lo que se ha denominado como 'nueva normalidad'. Desde las oficinas, los restaurantes, los centros comerciales hasta la industria en general, han tenido que adecuarse a nuevos procesos organizacionales para poder reanudar las actividades económicas, salvaguardando la salud de sus colaboradores frente al Covid-19.

Es por eso que en la presente edición de Inmobiliare se exponen las principales formas y estrategias en que el Real Estate se está transformando, demostrando que es una industria resiliente que afronta las adversidades. Además, se aborda cómo la crisis ha sido un catalizador para la revolución tecnológica del sector.

Por otra parte, se presenta una gran alternativa de inversión: Kuha Wellness Community, modelo enfocado en el *wellness,* la sustentabilidad y sostenibilidad, modelos de desarrollo que están tomando gran impulso en el actual contexto. Asimismo, se plantea la situación de las tasas de crédito hipotecario, puesto que la banca ha puesto en el mercado diversos productos que apoyan a la recuperación inmobiliaria.

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 121 año 20 Publicación bimestral Agosto - Septiembre 2020. 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 • Raúl Gallegos • Andres Lachica • Blanca Rodríguez • Eduardo Güémez • Elliott Bross • Eugene Towle • Federico Cerdas • 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 • Roberto Charvel • Pedro Azcué • Sergio Argüelles • Silvano Solís • Víctor Lachica • Yamal Chamoun

Coordinadora General Editorial
Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com
Coordinadora Print
Rubí Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com
Coordinadora Web
Mónica Herrera Peña
monica.herrera@inmobiliare.com
Columnista y redactor
Daniela González
daniela.gonzalez@inmobiliare.com
Social Media Manager
Iván Lemus
ivan.lemus@inmobiliare.com

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

Coordinadora General de Diseño
Alondra Jaimes Santiago
alondra.jaimes@inmobiliare.com

Equipo de Diseño
Cynthia Pérez Ávila
cynthia.perez@inmobiliare.com
Dafne Villagomez Castillo
dafne.villagomez@inmobiliare.com

Fotografía
Federico de Jesús Sánchez

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
Eduardo García
Coordinadora de Alianzas y Cuentas Estratégicas
Itzel Aguilera Molina
itzel.aguilera@inmobiliare.com

Publicidad
contacto@inmobiliare.com

Ventas
Audrey Bonilla
audrey.bonilla@inmobiliare.com
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

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

Ciudad Mayakoba | EL Paraíso Planeado.
Playa del Carmen, Q. Roo, Mex.

LA CEIBA CIUDAD MAYAKOBA · SENDEROS ciudad mayakoba · LAGUNAS CIUDAD MAYAKOBA · downtown ciudad mayakoba · MAYAKOBA COUNTRY CLUB · JARDINES

ciudadmayakoba.com

INMOBILIARE LATAM

14 NOTICIAS

22 INSTAGRAM

24 LÍDERES
Líderes del sector automotriz con plantas en México

26 PLATAFORMAS
Aplicaciones móviles para la productividad en obras

28 PROYECTOS
5 Proyectos arquitectónicos sustentables

30 INDUSTRIA
El sector inmobiliario en la nueva normalidad: el gran motor para la reactivación económica

34 INVERSIÓN
"El momento Monterrey"

38 INDUSTRIA
El mundo VICA. Lo que debemos entender de la situación que vivimos actualmente

42 INVERSIÓN
El enemigo número uno en la inversión inmobiliaria

46 INVERSIÓN
¿Primas o Descuentos? Sobre los Valores de los Activos Netos

50 INVERSIÓN
¿Veremos una guerra de tasas de crédito hipotecario en méxico a finales del 2020 y creatividad en nuevos productos?

54 INVERSIÓN
SK Servicios, inversión inmobiliaria en España

58 TECNOLOGÍA
La crisis como catalizador tecnológico

62 TECNOLOGÍA
Procore, aliado estratégico digital en la construcción

66 VIVIENDA
Digitalizarse necesidad para el sector vivienda en la "nueva normalidad"

74 EN PORTADA
Alternativa de inversión sólida, KUHA WELLNESS COMMUNITY

82 TURISMO
¿Cómo será la industria turística y hotelera después de la pandemia?

SUMARIO

90 RETAIL
El 'New Normal' de las personas en los centros comerciales

98 RESTAURANTES
Sector restaurantero en la Nueva Normalidad: el reto de la Sana Distancia

102 OFICINAS
Tendencias en el sector de oficinas: hacia la nueva normalidad

110 OFICINAS
¿Cómo regresar a los espacios laborales en la Nueva Normalidad?

114 OFICINAS
La pandemia provocó una contracción histórica de demanda de oficinas, acentuando la sobreoferta y presionando los precios a la baja.

120 OFICINAS
Mérida Clase "A" panorama del mercado de oficinas 2T2020

134 NUMERALIA
Los FIBRAS en el mercado de oficinas de la CDMX

136 INDUSTRIAL
Mercado Industrial en México

144 VIVIENDA
El mercado de vivienda en la Ciudad de Puebla

148 VIVIENDA
Contingencia incrementa el interés por viviendas con alberca y terraza

154 INDUSTRIA
Distribución territorial de la valuación de activos

156 TECNOLOGÍA
Tecnología en operaciones residenciales seguirá vigente tras la pandemia

160 TECNOLOGÍA
Tecnología e inclusividad, una necesidad en la Industria

164 AGENDA VIRTUAL
Eventos del Real Estate

166 ARTE
El estilo deconstructivista de Frank Gehry

168 LIBROS

eBay vende su negocio de anuncios clasificados por más de 9 mmdd

La firma estadounidense eBay Inc acordó la venta de su negocio de anuncios clasificados a la noruega Adevinta en un trato por valor de 9 mil 200 millones de dólares. En dicho acuerdo, eBay recibirá 2,500 millones de dólares en efectivo y 540 millones de acciones de Adevinta, convirtiéndola en la mayor accionista con una participación de 44% y un 33.3% de los derechos de voto.

FUNO coloca bonos en el mercado internacional por 650 mdd

FUNO informó que realizó de manera exitosa la colocación de bonos quirografarios en el mercado internacional por 650 millones de dólares. De los cuales 275 mdd corresponden a la reapertura de un bono con cupón de 6.39%, con vencimiento el 15 de enero de 2050. Mientras que los 375 mdd restantes corresponden a la reapertura de los bonos con cupón de 4.869% con vencimiento 15 de enero de 2030.

Volaris operará al 70% de su capacidad a partir de agosto

La aerolínea mexicana informó que a partir de agosto planea operar al 70% de su capacidad total, esto, después de registrar una recuperación gradual de la demanda, luego del desplome en el tráfico aéreo provocado por la pandemia, que en mayo representó 11% del total de las operaciones, mientras que en junio y julio fueron del 37 y 55%, respectivamente.

Hotel Nickelodeon en Riviera Maya abrirá sus puertas en 2021

Estará ubicado en Solidaridad, Quintana Roo, entre Cancún y Puerto Morelos. Contará con 276 suites con vista al mar, y con un diseño inspirado en personajes emblemáticos como Bob Esponja o Los Padrinos Mágicos. Además de un parque temático en el que se encontraran los personajes marinos de 'Fondo de Bikini', Los Padrinos Mágicos, Las Tortugas Ninja o Los Rugrats.

Meliá Hotels International busca llegar a la generación Z mediante Tik Tok

Meliá Hotels International ha anunciado su entrada en la red social Tik Tok, convirtiéndose en la primera compañía del sector a nivel internacional con una presencia estratégica en la red social. De acuerdo con la compañía, su objetivo es acceder a la generación Z para construir reconocimiento y notoriedad de sus marcas, por lo que ha lanzado un reto a estudiantes de las universidades finalistas de turismo u hostelería, que proceden de Indonesia, Vietnam, Suiza y México, para diseñar su lanzamiento en Tik Tok.

Tianguis Turístico Digital, estrategia para reactivar la industria: Sectur

Se llevará a cabo el 23 y 24 de septiembre del 2020; y fungirá como preámbulo para la edición presencial en la ciudad de Mérida, Yucatán, del 21 al 24 de marzo de 2021. Es el resultado de una estrategia de innovación que tiene como objetivo contribuir de manera efectiva a la reactivación de la actividad turística, así como para hacer frente a la actual situación sanitaria.

Morena busca prohibir Airbnb y otras plataformas de renta

El grupo parlamentario de Morena busca implementar una ley de Propiedad en Condominio, que sanciona hasta con 26 mil pesos a quienes alquilan vivienda a través de la aplicación Airbnb y otras plataformas similares. La iniciativa establece que las personas no pueden utilizar su propiedad privada para otro uso que no esté establecido en su escritura.

Radisson Hotel Group anuncia 15 nuevo hoteles en Emea

Radisson Hotel Group anunció 15 nuevos hoteles en la región de Emea (Europa, Oriente Medio y África) durante el segundo trimestre de 2020. Con lo que la compañía sumará un total de casi 100 hoteles en 32 mercados africanos; además de reforzar su posición en Ucrania como el mayor operador internacional con siete hoteles y 1,355 habitaciones en operación.

Festival Internacional Cervantino 2020 se realizará de forma virtual

Debido a la contingencia por Covid-19 y atendiendo a las medidas de la autoridad sanitaria, el Comité Organizador del Festival Internacional Cervantino (COFIC) informó que la edición 48 del FIC se realizará en formato digital, del 14 al 18 de octubre, a fin de proteger la integridad del público, los artistas y colaboradores.

Claro Shop permitirá a las Pymes integrarse a su plataforma de ecommerce

Claro Shop, propiedad del empresario Carlos Slim, dio a conocer su alianza con la empresa tecnológica Aspel que ha desarrollado una nueva funcionalidad dentro de su Sistema Administrativo Empresarial (SAE), con la que los usuarios podrán conectarse a la tienda digital de Claro Shop en un solo clic, sumar sus productos y publicarlos en la plataforma.

Opus, el impresionante hotel de Zaha Hadid en Dubai

Opus ha sido una de las aperturas más esperadas del año y se inauguró el pasado mes de marzo, es el único edificio diseñado por Zaha Hadid Architects en Dubai y está ubicado en el distrito de Burj Khalifa. Fue concebido como dos torres independientes que se conectan a través de un puente colgante, asumiendo el volumen de un cubo con un gran vacío central que define la arquitectura del inmueble.

Grupo Posadas anuncia nueva marca de hoteles boutique

La cadena hotelera anunció el estreno de su nueva marca de lujo "Curacomia Collection", que operará bajo un esquema de franquicia y ofrecerá experiencias de autor a sus clientes, al mismo tiempo que impulsa el turismo mexicano y la generación de empleos. Náay Tulum es el primer hotel de este nuevo modelo, fue inaugurado el pasado 15 de julio y se ubica dentro del complejo Aldea Zamá, en Tulum, Quintana Roo.

Por Covid-19 Alsea prevé el cierre de 100 restaurantes

De acuerdo con la operadora, las bajas ventas registradas durante el confinamiento será la causa de que más de 100 unidades cierren de manera definitiva. Grupo Alsea, detalló que aún analiza el número exacto de restaurantes que cerrará, así como las marcas y ubicaciones. Marcas como Starbucks, Burger King y Chili's, tuvieron una caída en sus ingresos durante el segundo trimestre de 64 por ciento.

Safran construirá nueva planta aeronáutica en México

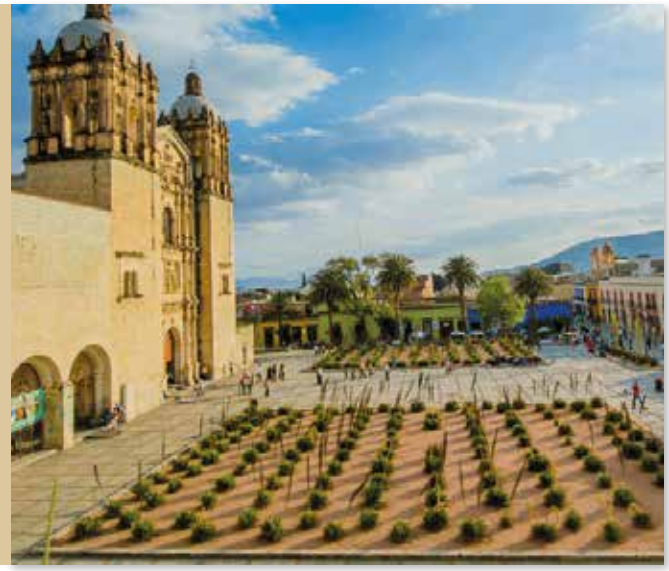
Marcelo Ebrard, secretario de Relaciones Exteriores, comunicó que la compañía aeronáutica Safran construirá una nueva planta en México en el estado de Chihuahua. Misma que se dedicará a fabricar los interiores de los aviones de pasajeros producidos por Boeing y se suma a otras dos plantas ubicadas en Querétaro.

Fibra SITES coloca 12,036 mdp en BMV

Operadora Sites Mexicanos, compañía del empresario Carlos Slim, colocó una fibra enfocada al sector de telecomunicaciones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). La compañía emitió su Oferta Pública Primaria de Certificados Bursátiles Fiduciarios Inmobiliarios (CBFIs) por 12 mil 36 millones de pesos. Con lo que se busca continuar el desarrollo del sector y la industria de torres de telecomunicaciones.

Oaxaca es nombrada como la mejor ciudad turística de México y el mundo

Los lectores de la revista Travel + Leisure votaron para que Oaxaca fuera reconocida en la categoría de Top City Overall y Top City. Debido a la contingencia sanitaria por Covid-19, los galardones fueron enviados directamente a los ganadores. Dentro de las 25 ciudades listadas también se encuentran otras tres mexicanas: San Miguel de Allende, Ciudad de México y Mérida.



Fredel construirá calzada flotante de la CDMX: Sobse

La Sobse asignó a la empresa Fredel Ingeniería y Arquitectura el proyecto integral de la calzada flotante, el cual conectará la primera con la segunda sección del Bosque de Chapultepec por una cantidad aproximada de 186.9 millones de pesos. La vialidad está diseñada para peatones, ciclistas y policía montada; asimismo, tendrá áreas verdes, alumbrado público, bancas para descanso, entre otros elementos.

Carlos Slim aumenta 76.6% su participación en grupo español de construcción y servicios

A través de su vehículo Inversora Carso, Carlos Slim aumentó 15.4% su participación en el capital del Grupo español de construcción y servicios FCC, después de que Esther Koplowitz (empresaria e hija del fundador del grupo) liquidará la deuda de 843,4 millones de euros que mantenía con el magnate, misma que venció el pasado mes de abril.

Prologis adquiere 14 activos logísticos en España

El Fideicomiso de Inversión Inmobiliaria Prologis completó la compra de 414.000 metros cuadrados de la cartera logística de la inmobiliaria Colonial en España. En agosto del año pasado, Colonial le vendió a Prologis once instalaciones de 314.000 m2; para este año la compañía concretó la venta de otras 3 plataformas logísticas.

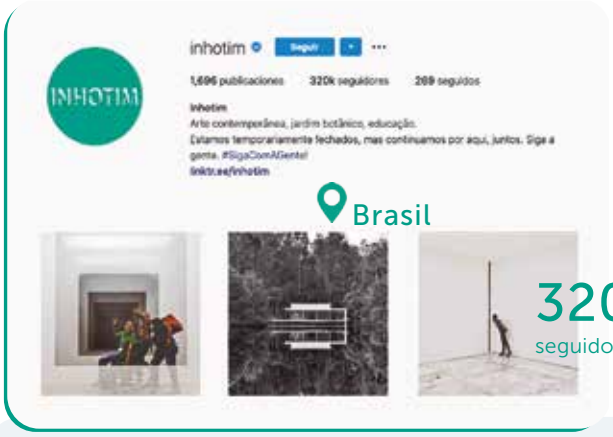
Ascenty invertirá 300 mdd en Querétaro

La compañía enfocada en ofrecer soluciones en infraestructura de datos y conectividad en América Latina, anunció una inversión de 300 millones de dólares para la construcción de dos centros de datos en Querétaro, los cuales estarían operando en 2021. Los centros proyectados en la entidad del Bajío mexicano, contarán con una extensión de 24 mil metros cuadrados cada uno, y tendrán capacidad de generación energética de 30 megavoltiamperios.

INSTAGRAM

#InmobiliareRecomienda

Las restricciones durante la pandemia también impiden a los amantes del arte, apreciarlo de forma presencial, sin embargo, algunos recintos han decidido llevar sus obras a las redes sociales. A continuación te recomendamos cinco cuentas de Instagram para que explores los museos de Latinoamérica.



320k
seguidores

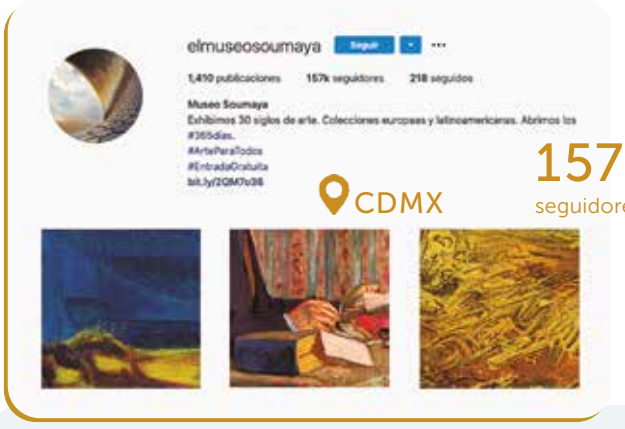
@inhotim

Ubicado en la ciudad de Minas Gerais, Brasil, el Centro de Arte Contemporáneo Inhotim reúne las más importantes colecciones del país, y es considerado el museo al aire libre más grande del mundo. Por lo que en su cuenta oficial se pueden encontrar piezas de arte moderno y fotografías de la flora y fauna del lugar.

85.1k
seguidores

@museodeantioquia

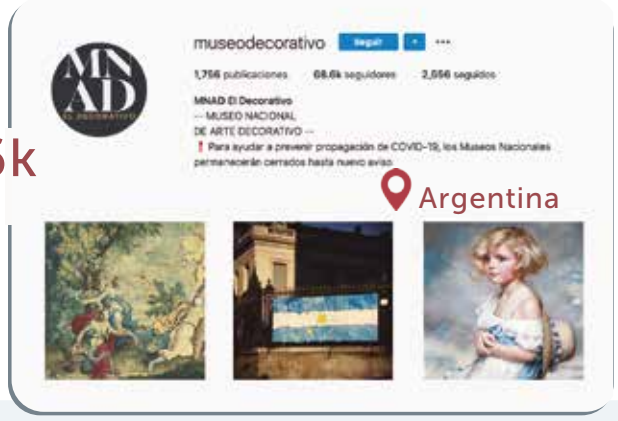
Localizado en la ciudad de Antioquia, Colombia, este recinto se enfoca en exhibir lo mejor del arte internacional y nacional, dando espacio a creadores colombianos de renombre, pero también a aquellos que comienzan a construir su carrera. Mientras su acceso permanece cerrado, difunde información y recomendaciones sobre arte, y realiza conversatorios en vivo a través de esta red social.



157k
seguidores

@elmuseosoumaya

Uno de los más emblemáticos de la CDMX, debido al diseño escultórico de su fachada. Alberga obras de arte de los últimos 30 siglos, así como colecciones permanentes y temporales de artistas europeos y latinoamericanos. Actualmente publica imágenes con detalles de las piezas que exhibe en sus salas, a través de su cuenta de Instagram.



68.6k
seguidores

@museodecorativo

El Museo Nacional de Arte Decorativo de Buenos Aires, expone colecciones con más de 6 mil objetos antiguos y modernos, para mostrar cómo ha evolucionado el diseño interior de los espacios que habitamos. De manera digital, se puede tener conocimiento de algunas de las tendencias históricas más importantes de las artes decorativas.

86.9k
seguidores

@museo_mac

El Museo de Arte Contemporáneo de Chile se ubica en la ciudad de Santiago. Su línea curatorial acerca al público a las tendencias más experimentales y a nuevas formas de producir obras artísticas. En Instagram se puede observar un recuento de algunas de sus exposiciones más populares.

¿Eres del mundo que le atraen las tasas bajas pero se decepciona por tantas condiciones?

Crédito Hipotecario HSBC

Lo que ves es lo que obtienes, sin trucos.

Tasa de interés fija anual desde:

7.95%

CAT desde:

9.5%

Ven a Sucursal, Centro Hipotecario
o con tu Broker Hipotecario.

SOMOS UN MUNDO LLAMADO MÉXICO

HSBC

Juntos prosperamos

Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Tasa de interés fija anual del 7.95% para clientes HSBC Premier. **CAT Promedio** "Crédito Hipotecario HSBC Pago Bajo" para clientes HSBC Premier **9.5%.** Sin IVA. Informativo. Vigencia al 31 de diciembre de 2020. Fecha de cálculo: 01 de julio de 2020. Cobertura Nacional. Crédito en Moneda Nacional. Información sujeta a cambios sin previo aviso. Sujeto a aprobación de crédito. El porcentaje máximo a financiar será de hasta el 80%, sumando el crédito INFONAVIT o FOVISSSTE y el crédito HSBC. Sujeto al resultado de la evaluación crediticia del cliente. Consulta requisitos, términos, condiciones de contratación y comisiones en www.hsbc.com.mx/hipotecario o con tu Ejecutivo Hipotecario HSBC, Centro Hipotecario HSBC o Broker Hipotecario. HSBC y sus logotipos son marcas registradas en México.

LÍDERES DEL SECTOR AUTOMOTRIZ CON PLANTAS EN MÉXICO

De acuerdo con información de la plataforma Datoz, al cierre del 1Q-2020, el Bajío-Occidente registró la mayor absorción bruta del país del sector logístico automotriz con 267,716 metros cuadrados, lo que representó un alza de 40.27% en comparación con el año anterior.

En el cuarto mes de 2020, el sector automotriz produjo un total de 3,722 vehículos ligeros, mientras que en el mismo mes de 2019 reportó 300,106. Esto tuvo como efecto una disminución de 98.76%; lo anterior es derivado de la pandemia del Covid-19.

En tanto que en mayo de 2020 subió muy poco la producción de autos registrando con 22,119, en comparación con 350,060 del año anterior; la diferencia porcentual fue de 93.%, es decir, 327,941.

A continuación presentamos algunas de las empresas fabricantes de vehículos que cuentan con plantas en el territorio mexicano.

GENERAL MOTORS

Compañía estadounidense que fabrica automóviles, camiones y motores. En la década de los años treinta inicia operaciones en el territorio mexicano, mientras que, en los sesenta inició la producción de las plantas de motores y fundición de Toluca, Edomex. En los ochenta se inauguró la planta de ensamble de GM en Ramos Arizpe, Coahuila; en los noventa comenzó operaciones del complejo Toluca, así como en Silao, Guanajuato. En los años 2000 abrió sus puertas el complejo en San Luis Potosí.

NISSAN

La fabricante de autos japonesa Nissan, llegó a México en 1959 como distribuidora de carros de la marca Datsun. En 1966 inició operaciones en la planta de Cuernavaca, la cual fue la primera sede fuera de Japón. En 1982 abrió su planta de Aguascalientes y en 2013 la planta Nissan Aguascalientes A2 comenzó operaciones. En 2014, la firma anunció una alianza con Renault y Daimler para invertir en una nueva planta en Aguascalientes, la cual se inauguró a finales de 2017.

FORD

Ford Motor Company (Ford) es una empresa multinacional de origen estadounidense que llegó a México en 1925. Para el año de 1930 se inauguró la planta Ford de la Villa con capacidad para producir 100 autos diarios. En 1964 abre sus puertas Ford Cuautitlán con plantas de fundición de motores, centro de ingeniería del producto, laboratorio de control de calidad y pista de pruebas; y en 1983 inició operaciones la Planta de Motores I en Chihuahua. En 1986 comenzó actividad la Planta de Estampado y Ensamble en Hermosillo, Sonora. En 2009 se abre la Planta de Motores II en Chihuahua; y para el 2017 y 2018 se inauguró la Planta de Transmisiones en Irapuato y se abre la tercera Planta de Motores en Chihuahua.

VOLKSWAGEN

Firma alemana, que tiene presencia en el territorio mexicano desde 1954, pero fue hasta el año de 1965 cuando la fabricante de autos comenzó a construir su planta en una superficie de 300 hectáreas a las afueras de Puebla. Su segunda planta se encuentra en Silao, la cual desde el 2013 inició operaciones, esta tiene una superficie total de 60 hectáreas.

TOYOTA

Es una compañía japonesa dedicada a la fabricación de automóviles fundada en 1933 por Kiichiro Toyoda, y en México tiene dos plantas. En 2004 se inauguró la planta de Baja California en la que emplea alrededor de 760 personas; y con una inversión aproximada de mil millones de dólares, se inauguró a principios de 2020 su segunda planta en Guanajuato en la que genera 2 mil empleos.

#InmobiliareRecomienda

Aplicaciones móviles para la productividad en obras

Presentamos cinco aplicaciones para arquitectos o constructores que buscan impulsar la productividad en la creación de nuevos proyectos.

PlanGrid

Es una aplicación bastante intuitiva con la que se puede compartir planos, anotaciones, fotos y reportes instantáneamente con todo un equipo. Resulta de gran ayuda para realizar un seguimiento de las revisiones, examinar progresos y gestionar los problemas en la obra.

Google Play | App Store | Descargas:500 mil +

Site Audit Pro

Esta herramienta está diseñada para hacer inspecciones, auditorías o informes y gestionarlos desde cualquier lugar desde un dispositivo móvil. Se puede capturar fotografías o cargar imágenes existentes, agregar anotaciones o comentarios y compartir los reportes por medio de correo electrónico, Dropbox o Google Drive.

Google Play | App Store | Descargas: 10 mil +

Construction Manager App

Sirve para gestionar, editar, guardar y compartir un flujo regular y preciso de información. Mediante sus distintos formularios, registro de mantenimiento, informes diarios, estimaciones de proyectos y hojas de tiempo se puede dar seguimiento a todos los procesos y avances importantes dentro una obra.

Google Play | App Store | Descargas:50 mil +

ArchiReport

Con esta aplicación se puede ahorrar de 30 a 45 minutos por cada informe de visita de obra. Es un software completo para el seguimiento de proyectos que genera automáticamente reportes detallados con fotos, diseños, planos y anotaciones.

App Store | Valoración: 4.0 de 5

Advanced Construction Calculator

Esta calculadora digital valora tanto cálculos normales como unitarios para una variedad de proyectos constructivos, incluyendo vigas, columnas, escaleras, paneles de yeso, pintura, decking, sistemas de techo y pisos.

Google Play | Descargas: 10 mil +

Soluciones de capital a la medida para atender sus objetivos en bienes raíces.

La red regional de contactos de MetLife Investment Management proporciona una profunda experiencia de mercado que facilita la suscripción de su crédito. Nuestro expedito proceso de aprobación, combinado con un exhaustivo proceso de “due diligence” antes del otorgamiento del crédito, buscan asegurar un proceso de riesgos menor y un proceso de cierre más sencillo.

- 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

+5255.5950.9900 | metlife.com/realestate

MetLife Investment Management

Este documento tiene únicamente fines informativos. y no constituye un anuncio de ningún servicio de asesoría en inversiones, valores o inversiones.

© 2020 MetLife Services and Solutions, LLC

5 PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS *SUSTENTABLES*

Incluir un enfoque sustentable en las edificaciones, más que una tendencia, es una necesidad para contribuir con la solución de los problemas ambientales que enfrenta el planeta. Ante esto, reconocidos arquitectos han creado sobresalientes obras que cumplen con dicha exigencia. A continuación presentamos cinco ejemplos.

1000 Trees

Creado por Heatherwick Studio, este complejo de usos mixtos simula el relieve de una montaña cubierta por vegetación, dentro de un paisaje de edificios convencionales. Un conjunto de columnas de hormigón en 300 mil m^2 conforman la estructura y elevan las plantas y árboles sobre el relieve natural. La construcción ubicada en la zona residencial, cerca del centro urbano de Shanghai, está programada en dos fases, la primera parte de la estructura concluirá en 2020, y en 2024 se aperturará una torre de 100 metros de altura.

Centro urbano Nanjing Zendai Himalayas Trees

Este proyecto a gran escala es una propuesta del estudio de arquitectura MAD. Consiste en la creación de un centro comunitario donde se conectan viviendas, plazas comerciales, oficinas y hoteles, mediante puentes peatonales, jardines públicos y espacios recreativos. Su concepto es encontrar un balance entre lo natural y lo urbano. Se ubica en el centro de la ciudad de Nanjing, China, y los elementos más característicos de la construcción son dos torres blancas que emulan ser montañas localizadas en medio de la obra.

Torre Rosewood

También conocida como la "torre árbol", es un hotel de lujo rodeado por jardines colgantes al exterior, que buscan ser una extensión del famoso parque municipal Matarazzo, en la ciudad de Sao Paulo, localizado frente al edificio. Se compone por 151 habitaciones, 122 unidades residenciales, restaurantes, bares y terrazas, en los que se integran diferentes especies de la vegetación local. Fue diseñado por la firma francesa Ateliers Jean Nouvel.

Villa Stgilat Aiguablava

Cloud 9 Studio presentó su proyecto piloto 'Stgilat Aiguablava' que combina arquitectura minimalista, materiales de calidad, fabricación sostenible y tecnología *smart*. La idea fue construir una villa utilizando una técnica tradicional catalana, mezclandola con ingeniería avanzada de estructuras de fibra de vidrio y acabados de cerámica en los que colabora el famoso artesano Toni Cumella. Además, el esqueleto de las viviendas está hecho mediante construcción prefabricada. Todos estos elementos resultan en una edificación curva con materiales sostenibles que se fusionan con el entorno natural de la Costa Brava Española.

Oficinas Bee'ha

Zaha Hadid estuvo a cargo de diseñar las oficinas de la compañía de gestión de residuos Bee'ha en Medio Oriente. Esta construcción funciona en su totalidad por energías renovables, lo que la convierte en uno de los proyectos más sustentables de la actualidad. La idea partió del concepto de un ecosistema desértico, en el que dos edificaciones que simulan ser dunas, se mezclan con el paisaje y tienen la función de optimizar los vientos del Shamal para reutilizar su energía, así como el uso de luz natural y el consumo de agua.

EL *SECTOR INMOBILIARIO* EN LA NUEVA NORMALIDAD: *EL GRAN MOTOR PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA*

Por: Asociación Mexicana de Capital Privado

AMEXCAP

La Asociación Mexicana de Capital Privado, A. C. (AMEXCAP), fundada en 2003, es una organización sin fines de lucro cuya misión es fomentar el desarrollo de la Industria de Capital Privado y Capital Emprendedor en México, reuniendo más de 120 firmas de capital emprendedor, capital de crecimiento, bienes raíces, infraestructura y energía; asimismo, agremia a cerca de 50 firmas de asesoría especializada.

El capital acumulado de la industria en México asciende a USD $60 mil millones. Los fondos invierten en un amplio espectro de sectores como: productos de consumo, salud, transporte, servicios financieros, medios, telecomunicaciones, centros comerciales, hoteles, bienes raíces, infraestructura y energía entre otros.

La Asociación Mexicana de Capital Privado agremia a fondos de Capital Privado de diversas estrategias de inversión. Una de ellas son los fondos dedicados a invertir en proyectos de bienes raíces de diversos segmentos. En los últimos 10 años (considerando datos a diciembre del 2019), el capital comprometido acumulado para proyectos de bienes raíces, alcanzó un monto de USD $20.1 mil millones, de los cuales se han colocado USD $10.3 mil millones en 361 empresas o proyectos. Esto hace que bienes raíces sea la estrategia de inversión de mayor tamaño a la fecha en nuestra asociación. Las principales inversiones se han dado en el segmento industrial, comercial y de vivienda.

El impacto del sector en el empleo

De acuerdo a un estudio, realizado por la AMEXCAP, la ADI (Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios) y la AMEFIBRA (Asociación Mexicana de FIBRAs Inmobiliarias), enfocado en identificar el impacto en el empleo en toda la cadena de valor del desarrollo inmobiliario, durante 2019; dicho sector (incluyendo los segmentos de vivienda, oficinas, comercial, turístico e industrial) generó un total de 6.4 millones de empleos (incluyendo empleos directos, indirectos y los generados por los inquilinos de los inmuebles), lo que equivale al 11% de la población económicamente activa. A continuación se desglosa el impacto en empleo anual y el crecimiento 2019-2018 a nivel nacional para cuatro ejemplos específicos de desarrollo inmobiliario (*ver Tabla 1*).

Durante 2019 el sector inmobiliario generó un total de 6.4 millones de empleos, lo que equivale al 11% de la población económicamente activa.

Impacto en empleo anual para cuatro ejemplos específicos de desarrollo inmobiliario

Centro Comercial

Total empleos:	3,450
Tamaño de obra:	284,100 m²
Inversión total:	4.4 MM MX$
Inversión de empleos:	1.629 M MX$

Crecimiento del giro en 2019[1]: 1.2 M m²

Hotel

Total empleos:	1,970
Tamaño de obra:	51,630 m²
Inversión total:	2.7 MM MX$
Inversión de empleos:	294 M MX$
Número de cuartos:	156 cuartos

Crecimiento del giro en 2019[1]: 10,000 cuartos

Vivienda

Total empleos:	2,250
Tamaño de obra:	165,000 m²
Inversión total:	3.5 MM MX$
Inversón de empleos:	939 M MX$
Número de departamentos:	1,100

Crecimiento del giro en 2019[1]: 235,000 viviendas

Industrial

Total empleos:	1,700
Tamaño de obra:	150,000 m²
Inversión total:	2.8 MM MX$
Inversón de empleos:	855 M MX$

Crecimiento del giro en 2019[1]: 3.6 M m²

1 Crecimiento 2019 vs. 2018 a nivel nacional

Fuente: Soltec. ADI y análisis LENS

Tabla 1

En términos de inversión, se estima que en 2019 se invirtieron MXN $483 mil millones en los principales giros del sector inmobiliario.

Estimación de inversión por giro
Miles de millones

Principales giros del desarrollo inmobiliario

Viviendas	Oficinas	Centros Comerciales	Turístico	Parques Industriales
257	26	58	90	52

Total: 483 mil millones

Tabla 2

Es evidente que el sector inmobiliario es clave para impulsar la reactivación del empleo y de la economía del país. Esto se vuelve particularmente importante en el contexto de la reactivación económica post Covid-19. En ese sentido las perspectivas a corto y mediano plazo para los bienes raíces comerciales, industriales y hoteleros presentan retos importantes a futuro. Muchos fondos se han visto en la necesidad de renegociar contratos con sus inquilinos, ya que la naturaleza de algunos negocios denominados no esenciales causó cierres temporales (unos más largos que otros) generando problemas de flujos de caja. Sin embargo, como se ha visto en crisis anteriores, la industria de bienes raíces es resciliente; no tendría porque ser distinto esta vez.

El sector inmobiliario en la era post Covid-19

Es un hecho que van a cambiar muchas cosas después del Covid-19 en el mundo. El sector de bienes raíces en sus diferentes segmentos no será la excepción. Sin embargo, el sector hotelero ve con optimismo los datos arrojados en varias encuestas recientes en EEUU, en las que se destaca que viajar es de las cosas que más añora la gente y que está entre sus planes hacerlo en cuanto sea posible.

Con el fin de transmitir la confianza necesaria para convencer a la gente de quedarse en un hotel, se están generando procesos de certificación con empresas independientes que muestren el cumplimiento de las normas sanitarias necesarias. El balance para `no parecer un hospital´ y que los huéspedes no se sientan incómodos, sin duda presentará un reto. Además, para mantener la sana distancia y reducir el riesgo de exposición de los clientes, se están pensando cambios en la forma de hacer el *check-in*, los buffets tenderán a desaparecer en el corto plazo, y se están buscando incluso adaptaciones tecnológicas necesarias para ofrecer una mejor experiencia de reuniones *online* dentro de sus instalaciones.

Es un hecho que van a cambiar muchas cosas después del Covid-19 en el mundo. El sector de bienes raíces en sus diferentes segmentos no será la excepción.

Por su parte, el segmento de centros comerciales prevé un regreso a la normalidad con un golpe al consumo en donde será necesaria una reinvención. Se habla de tiendas más pequeñas y un auge del *e-commerce*. Se espera que lleguen nuevas marcas, y se ve con ojos positivos, la tendencia de recuperación en Europa de cafeterías, tiendas de ropa y otros negocios.

En cuanto a los parques industriales, entre otras cosas se vislumbra un mayor interés por incorporar en los diseños más espacios verdes que mejoren la calidad del espacio de trabajo. Si bien, eran temas ya presentes sin duda esa tendencia se acelerará.

Los momentos de crisis son también momentos de oportunidad y en la AMEXCAP estamos orgullosos de que nuestros miembros y fondos de inversión en Bienes Raíces, están respondiendo a la contingencia de la mejor manera posible. Ellos han enfocado sus esfuerzos en proteger la salud de la comunidad, proteger el empleo y aprovechar el capital y las nuevas tecnologías para facilitar la eventual recuperación económica del país. Sin duda el apoyo para la adopción de medidas de reactivación del sector inmobiliario por parte de los diferentes actores que inciden en el sector, será fundamental para acelerar el ritmo de recuperación y conservación de empleos que esta importante industria genera.

El apoyo para la adopción de medidas de reactivación del sector será fundamental para acelerar el ritmo de recuperación y conservación de empleos que esta importante industria genera.

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

GRUPOGEA
NEGOCIOS INMOBILIARIOS

ESTAMOS CONSTRUYENDO

ALGO MÁS GRANDE QUE NOSOTROS MISMOS

—

EL DESTINO IDEAL

para tu hogar

2020

T. (999) 944 1757 TELCHAC, YUCATÁN WWW.GPOGEA.MX

"El desarrollo Arena estará ubicado frente a Parque Fundidora."

"EL MOMENTO MONTERREY"

Por Daniela González
daniela.gonzález@inmobiliare.com

LA NECESIDAD DE RE-HABITAR EL CENTRO DE MONTERREY Y SU SOSTENIDO CRECIMIENTO, LO CONVIERTEN EN UN MERCADO CLAVE PARA LA INVERSIÓN INMOBILIARIA.

La diversificación y crecimiento en las ciudades en México han generado una expansión sin precedentes de la superficie urbana. Según datos del INEGI las grandes ciudades se han expandido seis veces en los últimos treinta años, mientras que su población lo ha hecho en 1.9 veces. Esto ha encarecido la prestación de servicios y ha incentivado el uso del automóvil. Sin embargo, en la capital de Nuevo León, se está logrando convertir esto en una oportunidad de desarrollo. En entrevista con Inmobiliare, Jorge González Mogas, CEO de Altio Capital, profundizó sobre el tema y destacó por qué visualiza un fuerte resurgimiento del centro de Monterrey.

ALTIO

CAPITAL

Esta ciudad, ubicada al Noroeste de México, es uno de los principales núcleos industriales y económicos del país, razón por la que su densidad poblacional se ha ido incrementando. "En los últimos 35 años, la población creció 82%, lo cual, en estándares internacionales es normal. No obstante, durante el mismo periodo, la mancha urbana aumentó en un 800%", señaló Jorge González Mogas. Lo anterior corresponde a un crecimiento horizontal, en el que las zonas residenciales y sus habitantes se alejaron del centro, así como de los principales puntos de trabajo, educación y esparcimiento, originando una dependencia total al uso del automóvil. "Pasamos de habitar 12 mil a 100 mil hectáreas, acrecentando las distancias para llegar a cualquier lugar, lo que ocasionó que el parque vehicular también se elevará en un 800%", añadió.

Por este motivo, la población está regresando al corazón de Monterrey, para lograr así disminuir la cantidad de tiempo que ocupan en traslados, el tráfico, la contaminación, y principalmente, para mejorar su calidad de vida. En este sentido, y gracias al trabajo conjunto de desarrolladores inmobiliarios, como Altio Capital, y las autoridades de Monterrey, se puede dar solución a estos temas, implementando un novedoso modelo de planeación que integra Desarrollos Orientados al Transporte (DOT), los cuales, ya han demostrado su éxito en diversas metrópolis del mundo, promoviendo comunidades compactas y sostenibles. Por ello, el Reglamento de Zonificación y Uso de Suelo de dicha localidad, ha integrado una normativa que permite construir edificaciones con densidad libre, en terrenos que se ubican a no más de 800 metros de una estación del metro.

Esto trae consigo la revalorización de la tierra en el centro de la ciudad, e impulsa su repoblación y crecimiento económico; dando paso a la creación de edificios de usos mixtos muy interesantes, que contemplan a los segmentos de vivienda y oficinas, así como espacios comerciales que son requerimiento oficial para la construcción de los DOT. Así, se inicia la transformación de Monterrey en una ciudad de proximidad, que promueve la movilidad sustentable y que se conecta entre sí a solo unas cuadras o estaciones de distancia; facilitando el día a día de sus habitantes puesto que concentra todo lo que necesitan en una misma zona.

Jorge González destacó que estas unidades comienzan a comercializarse en tiempo récord, ya que a la vez que responden a una tendencia urbana, satisfacen la demanda inmobiliaria de los *millennials*, generación que actualmente ronda entre los 20 y 38 años de edad, representando el 40% de la población mexicana y gran porcentaje del mercado inmobiliario. A diferencia de generaciones anteriores, están interesados en vivir en departamentos, principalmente, con un esquema de arrendamiento, lo que abre la puerta a una oportunidad óptima de negocio para diversos tipos de inversionistas.

Esto trae consigo la revalorización de la tierra en la localidad, e impulsa su repoblación y crecimiento económico; dando paso a la creación de edificios de usos mixtos muy interesantes.

Ejemplo de lo anterior, es el desarrollo Arena Fundidora, ubicado frente a Parque Fundidora; y Arena Calzada localizado en Calzada Madero, ambos de Altio Capital; los cuales, han logrado una plusvalía de hasta 40%, desde su lanzamiento hace apenas ocho meses. González Mogas enfatizó que, existe amplia demanda para la oferta de estos productos, y están siendo adquiridos en un 50% por inversionistas que buscan aumentar el valor de su capital; y en otro 50% por usuarios finales que tienen el menester de habitar en el centro. Todos los desarrollos cuentan con amenidades que son altamente solicitadas por los millennials, como gimnasios, salas de reuniones, comercios, espacios para hacer home office, etcétera.

Jorge González Mogas destacó que estas unidades comienzan a comercializarse en tiempo récord, ya que a la vez que responden a una tendencia urbana, satisfacen la demanda inmobiliaria de los millennials.

Jorge González Mogas, CEO
Altio Capital / jorge@gonzalezmoas.com

Jorge González expresó que por esta razón, los nuevos proyectos del centro de Monterrey, pueden resultar bastante atractivos para inversionistas que están buscando la mejor opción, ya que se ubica en una entidad, que tan solo en 2019, registró un crecimiento económico por arriba del promedio nacional, aportando cerca del 8% al PIB, y reforzando la atracción de Inversión Extranjera Directa (IED). Además del segmento de vivienda, la metrópoli cuenta con un fuerte mercado industrial que abarca diversas cadenas de producción, las cuales, necesitan más de 300 mil m^2 de espacios al año, apuntó Mogas. Por esta razón, su empresa también apuesta al desarrollo de parques industriales como Grand Park Escobedo 1, 2 y 3; Grand Park Apodaca; y el novedoso modelo de Ofibodegas.

Estos son sólo algunos motivos por los que Altio Capital ha decidido enfocar sus negocios en el norte del país, haciendo de ello su principal fortaleza y garantizando que con su basta experiencia en la región, les es posible identificar las mejores oportunidades de inversión. Haciendo énfasis en que la solidez de sus proyectos radica también en las alianzas que establecen con sus socios.

Altio Capital investiga hacia dónde se dirige la tendencia, crea una marca e identidad para sus proyectos, los capitaliza, e invita a socios a formar alianzas, para que puedan beneficiarse de todo lo que ofrece el norte del país. "Este es el tiempo preciso para crear sinergia. Ya hemos encontrado un mercado con gran potencial, por eso, invitamos a inversionistas a voltear a ver el centro de la ciudad, y a sumarse con nosotros, porque este es el momento Monterrey".

Altio Capital ha decidido enfocar sus negocios en el norte del país, haciendo de ello su principal fortaleza y garantizando que con su basta experiencia en la región, les es posible identificar las mejores oportunidades de inversión.

Contacto:
www.altiocapital.com

CAPITAL
El futuro lo creamos todos.
DISTRITO MIDO
PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN
PLAZA FIESTA ANÁHUAC
BOSQUES
FUENTES
LA AURORA VALLE ORIENTE
Torre Malva®
TORRES ACACIA
MAGMA TOWERS
RESIDENCIAL ANÁHUAC
TORRE ANÁHUAC
gmcapital.com.mx

EL MUNDO VICA

Lo que debemos entender de la situación que vivimos actualmente

Por Federico Cerdas Ortiz
Co-fundador de Global Businesses Inc.

En 1987, la U.S. Army War College desarrolló el acrónimo VICA para describir la: Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad, del mundo al terminar la Guerra Fría. Básicamente se usó este término para describir lo que continuó después de la desaparición de la Unión Soviética, y cuando el liderazgo se fragmentó en distintas regiones en lugar de tener dos líderes dominando el globo.

Este cambio en los poderes fácticos provocó que el entorno político y económico fuera menos predecible y hubiera brotes de guerrillas en distintas zonas del mundo. Las cuales actuaban de manera disruptiva y eran mucho más versátiles que los ejércitos organizados. Las guerrillas podían atacar de manera impredecible, hacer daño y replegarse a sus bases antes de que los gobiernos pudieran organizarse.

La Pandemia es esa guerrilla que atacó y se replegó, y nuestros negocios son esa entidad que debe adaptarse rápidamente para hacerle frente. Debemos ejecutar una estrategia a prueba de balas y que al mismo tiempo sea resistente a un ambiente ácido y alcalino.

Como podemos ver, este acrónimo, tiene vigencia hasta el día de hoy. Las siglas tienen el siguiente significado técnico.

V

Volatilidad

Es lo contrario a la estabilidad, se refiere a la dinámica de cambio que actúa en un mercado. Esta variable es la principal catalizadora de cambio en toda organización.

I

Incertidumbre

Es el antónimo de las palabras predecible y certero. Define nuestra falta de compresión del entorno y en los eventos que sucedan en nuestra industria. Esta variable es la que nos produce miedo y nos quita la paz.

C

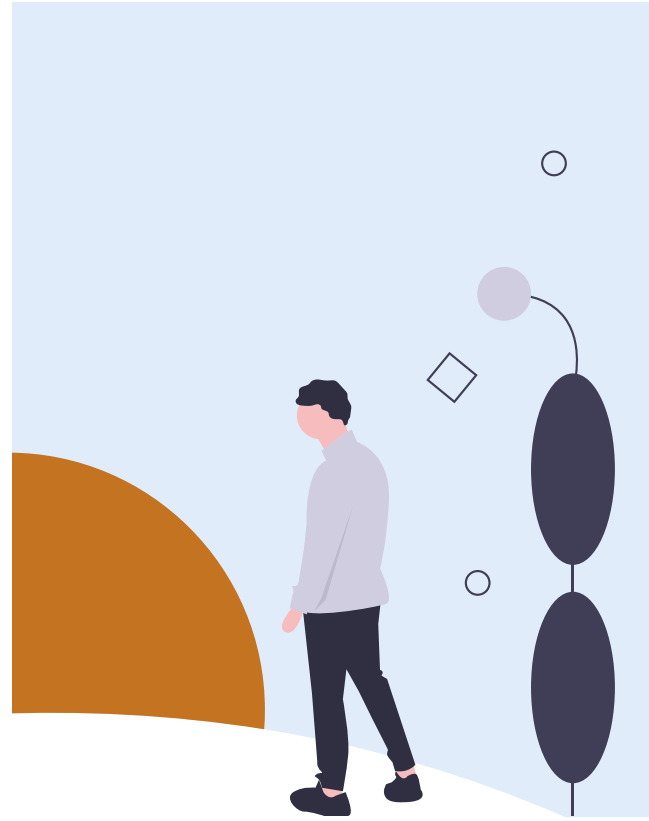
Complejidad

Es lo contrario a lo simple y lineal. Describe la multiplicidad de fuerzas , mezcolanza de asuntos y confusión que redean a nuestra organización. Esta variable es la que dificulta la ejecución de una estrategia de manera constante ya que debemos adaptarnos a un nuevo entorno de manera repetida.

A

Ambigüedad

Es lo contrario a la claridad. Indica la distorsión de la realidad y la confusión de lo que es causa y efecto. Esta variable es lo que limita la firmeza de nuestro actuar al ejecutar una estrategia en nuestra corporación.



"La unión de todas estas siglas en un solo evento es lo que conforma un ambiente VICA."

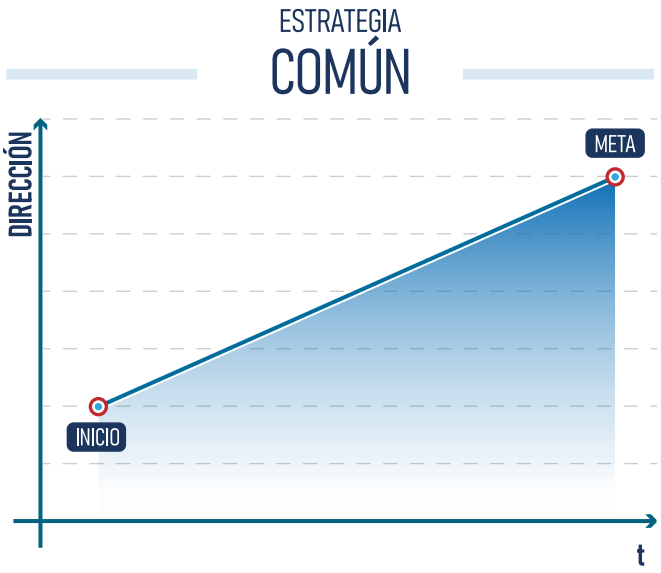
Un error común de la dirección en un ambiente VICA es buscar tener alta visibilidad para tomar decisiones para mediano y largo plazo. Esa visión no es posible en este tipo de ambiente, ya que el corto plazo no lo permite. La naturaleza de este entorno premia nuestra capacidad de reacción inmediata.

El ambiente VICA puede ser peligrosamente disruptivo por lo que es de suma importancia entender cómo debemos comportarnos y reaccionar. Debemos seleccionar nuestra estrategia en pequeños tramos que direccionen a nuestra organización hacia la meta deseada poco a poco.

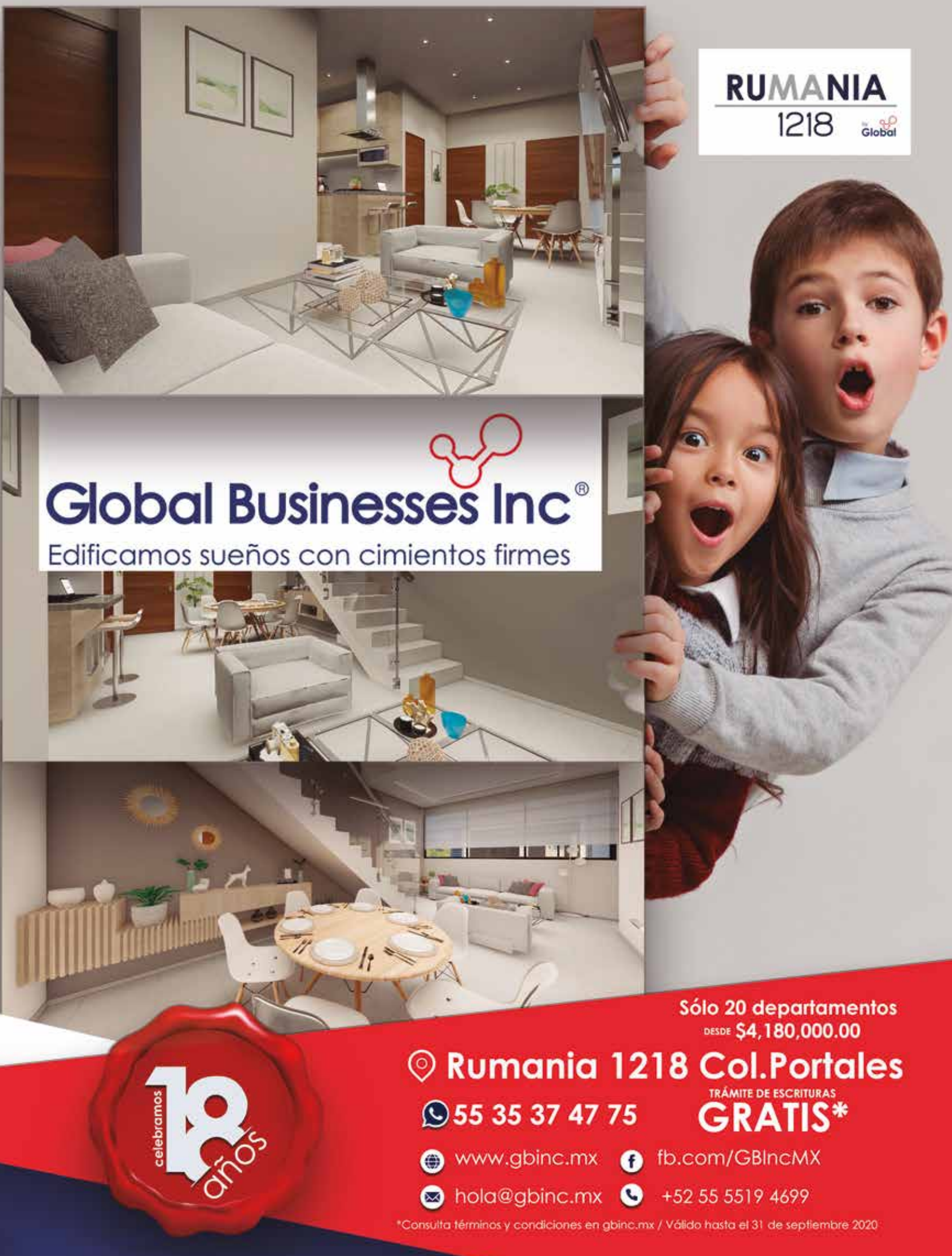
Esta capacidad de seccionar en pedazos es lo que permitirá a nuestra organización adaptarse de manera rápida y constante para cumplir la meta propuesta; sin embargo, esta habilidad actuará como complemento de las siguientes tres habilidades que nos llevarán a ser altamente efectivos en esta crisis.

1. Entrena la resiliencia de tu organización y la tuya.
2. Construye una organización flexible.
3. Define claramente tus objetivos.

México nos necesita, no dejemos de luchar. Acuérdate que muchas familias dependen de nuestro análisis para segmentar la estrategia en pasos y nuestra capacidad de resiliencia, flexibilidad, y claridad. ¡Sigamos adelante!



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


RUMANIA
1218
Global
Global Businesses Inc®
Edificamos sueños con cimientos firmes
Sólo 20 departamentos
DESDE $4,180,000.00
Rumania 1218 Col.Portales
TRÁMITE DE ESCRITURAS
GRATIS*
55 35 37 47 75
www.gbinc.mx
fb.com/GBIncMX
hola@gbinc.mx
+52 55 5519 4699
*Consulta términos y condiciones en gbinc.mx / Válido hasta el 31 de septiembre 2020
celebramos
18
años

EL ENEMIGO NÚMERO UNO EN LA INVERSIÓN INMOBILIARIA

Por Mariano Capellino, CEO de INMSA

Lo que une a casi todos los que invierten en inmuebles es que compran una propiedad y no la venden por mucho tiempo, o nunca. Este patrón es el enemigo número uno para obtener elevados rendimientos sostenidos en el tiempo.

Como en todo negocio, cuando uno compra bien, es decir, por debajo del valor de mercado, se transforma en la clave; y más en la inversión inmobiliaria que tiene altos costos transaccionales, aunque es cierto que es bien difícil lograrlo sin ser un inversor sofisticado. Pero en la venta, proceso que suele parecer más fácil, es donde los inversores suelen caer en la gran trampa, cuyo nombre es no vender en el momento apropiado. Este error tiene un impacto muy negativo en el rendimiento, incluso mucho mayor que el que tiene comprar mal.

Existen varios mitos que se han ido arraigando en los inversores que facilitan caer en no vender. Estos son los más comunes:

1. No medir el rendimiento logrado, su potencial, ni compararlo con otras alternativas de inversión para decidir qué hacer

Es muy grande el esfuerzo y las horas de trabajo que muchas personas hacen en sus distintas profesiones y actividades para reunir el dinero suficiente para comprar inmuebles. Pero en la mayoría de los casos, luego de lograrlo, el foco no se pone en maximizar el rendimiento de ese capital. En lugar de eso, se piensa en generar nuevamente dinero suficiente para comprar otro bien y mantener el anterior.

El impacto que tiene no ocuparse de maximizarlo, es muy significativo. Gestionando eficientemente una inversión inmobiliaria, se puede multiplicar por 10 el capital invertido en 20 años. Si se hace una gestión pasiva, es decir compro y mantengo sin vender, sólo se logra duplicarlo. Otro dato interesante: con una inversión pasiva llevaría más de 150 años multiplicar por 10 su inversión inicial, mientras que como decíamos, con una gestión activa se logra en dos décadas.

El inversor inmobiliario parece solo conformarse en buscar un refugio de su capital invertido en inmuebles y cubrirse de la inflación. Sin un seguimiento del rendimiento obtenido año con año, como sí lo hace con las inversiones financieras.

Cuando le preguntamos a un inversor cuál fue el rendimiento neto de la porción de su patrimonio destinado a inversión inmobiliaria el último año o los últimos cinco años, difícilmente lo pueda responder. Una de las razones es que no existe la cultura de hacerlo.

Es muy importante saber que cada 15 a 20 años, que dura un ciclo, se abre una ventana de oportunidad que suele durar cinco años para cada mercado y tipo de activo en la que un inmueble se aprecia mucho, en algunos casos más del

10% anual. Por lo tanto, es muy importante tener claro en qué fase del ciclo uno se encuentra para definir si comprar, mantener o vender.

La clave está en aprovechar siempre las fases de fuertes apreciaciones, pero para eso es necesario desplazarse de activos y mercados. Esto permite convertir un ciclo tradicional que termina siempre en el mismo punto, en una escalera interminable. Como en toda inversión lo importante está en comprar barato y vender caro y la inversión inmobiliaria no escapa a esta premisa.

2. Creer que los inmuebles siempre suben y nunca bajan

Está demostrado que si se logra una fuerte apreciación de un inmueble durante más de cinco años, difícilmente eso se mantenga.

El problema es que cuando el inmueble está en un precio muy alto, y aunque es fácil venderlo dado que generalmente hay mucha demanda, la mayoría no vende pensando que el valor seguirá creciendo a las mismas tasas, es ahí donde se comete el gran error; lo que ha pasado en Brickell es un claro ejemplo.

Por momentos, uno puede hacer un negocio excepcional, pero cuando uno considera que el precio seguirá subiendo, comienza una fuerte corrección y se puede perder todo lo ganado.

3. Las cuestiones culturales y sociales tienen un enorme peso

Eso sucede especialmente con los latinos y podría sintetizarse con lo que decían muchos abuelos: "Nunca vendas los inmuebles que compres. Cuando puedas ahorrar, sigue comprando pero sin vender"

.
Las cuestiones sociales tienen gran relevancia, de ellos surgen los prejuicios que nos hacen cometer errores: "¿qué van a decir si vendo mi departamento en Miami y casas de bajo valor en Detroit?"

Durante cierto lapso de tiempo, posiblemente el mejor negocio sea adquirir un activo residencial premium en una ubicación excepcional como Brickell, Punta del Este en Uruguay, Puerto Madero en Buenos Aires o Polanco en CDMX. Sin embargo, a lo largo del ciclo habrá momentos para adquirir inmuebles en zonas de clase media/baja, ya que estos también tienen fuertes apreciaciones.

Recuerde esto: El negocio inmobiliario no es "location, location, location" como dicen quienes promueven y desarrollan activos premium en estas locaciones. El negocio con los inmuebles es "timing, timing, timing" y son demasiados los ejemplos que lo demuestran.

4. No distinguir entre inversiones inmobiliarias e inmuebles de uso propio. En el primero uno lo hace para ganar dinero, en el segundo para disfrutar

Es importante separar lo que son inmuebles de uso propio a los de inversión ya que al mezclarlos es muy posible que cometa el error de adquirir inmuebles que supuestamente son para inversión, pero no son los más apropiados para generar altos rendimientos. Estos también suelen tener limitaciones para ejecutar una gestión activa, es decir comprar y vender en el momento más conveniente.

Si es para su uso, compre lo que le guste, en la ubicación que desee y quédeselo todo el tiempo que quiera. Si es para inversión, entre y salga cuando es apropiado.

5. Creer que la inversión inmobiliaria es siempre local o siempre internacional

Otro gran enemigo es ver a la inversión inmobiliaria sólo como local o internacional.

Como muchas personas lo consideran así, generalmente no venden, porque para qué lo van a hacer si en el mismo mercado no es negocio volver a comprar. Justamente allí es donde tiene que poner la mira. No tiene sentido vender para volver a comprar en el mismo mercado y tipo de activo sin obtener fuertes ventajas.

La clave es desplazarse de tipos de activos en el mismo mercado o ir a mercados diferentes para poder seguir construyendo rentabilidad. Para eso, seguramente tendrá que buscar asesores inmobiliarios en distintos mercados, ya que generalmente el alcance de estos suele estar limitado a barrios y tipos de activos.

6. Una cuestión de comodidad y falta de conocimientos: "Para qué lo voy a vender, ¿y si me equivoco?"

Generalmente es incómodo tener que informarse, capacitarse y buscar opiniones de distintos asesores inmobiliarios, financieros y fiscales, entre otros, para lograr tener una visión objetiva y poder tomar una decisión. Pero si usted no lo hace, nadie lo hará y el costo de no hacerlo es muy alto.

7. Inmovilizarse pensando en el costo de salida: "Si vendo, voy a perder un porcentaje en comisiones, costo de escritura, etc ".

Cuando se vende se tiene que asumir costos de escrituras y comisiones, esto muchas veces suele ser una limitación; pero el tema es pensar cuánto deja de ganar si no se vende. Esos costos deben ser tomados como parte de la operatoria.

8. Creer que el inmueble tiene un valor más alto o pretender obtener un precio que no vale: "Si no me dan tanto, no vendo. No me hace falta vender"

Hay veces que tenemos expectativas de ganancias o valores de venta irreales que no tiene nada que ver con lo que convalida el mercado. Esto hace que mantengamos el activo y, muchas veces perdemos la posibilidad de salir, en el mejor momento al mejor precio.

Luego, cuando el mercado se ajusta, al no venderlo tenemos que esperar varios años para obtener lo mismo o menos, a lo que hay que sumar el costo de oportunidad perdido. Hay decenas de ejemplos de este tipo, tanto en EEUU, Brasil, Panamá, Costa Rica, España o Argentina.

Está demostrado que los rendimientos que se obtienen adquiriendo un activo y manteniéndolo en cartera a largo plazo, suelen ser muy bajos. Esto se debe a que todos los mercados atraviesan distintas fases y al mantener el activo en forma permanente, el rendimiento suele ser negativo cuando el mercado cae. Esto castiga los rendimientos positivos que pudo haber tenido la inversión, quedando en un promedio muy bajo que generalmente solo supera la inflación.

Es por eso que, para obtener la mejor rentabilidad, es necesario tener el inmueble durante las fases de recuperación y expansión de los mercados, cuando las curvas ascendentes de precio son más pronunciadas. Esto sucede en una ventana de alrededor de cuatro o cinco años. Luego de eso, hay que vender antes que el precio comience a estabilizarse en una meseta.

Con lo obtenido de la venta se debe adquirir otro inmueble que, en ese momento, se encuentre en la fase de recuperación, normalmente ocurre en otro tipo de activo o en otra ciudad y posiblemente en otro país. Por eso, sólo una gestión activa le permitirá obtener buenos resultados para su inversión inmobiliaria. De lo contrario, compre la propiedad que quiera, sin pensar en su precio y disfrútela sin culpa, ya tendrá tiempo para invertir.

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

Newmark Knight Frank

UN NUEVO PANORAMA **EN SOLUCIONES INMOBILIARIAS**

Newmark Knight Frank, con presencia en seis continentes, reafirma su autoridad al ofrecer un nuevo panorama a todos sus clientes. Corporativos, propietarios, inversionistas y desarrolladores tienen a su alcance la plataforma global más completa, liderada por los expertos más reconocidos en las áreas de:

- Consultoría Inmobiliaria
- Asesoría en Arrendamientos
- Servicios Corporativos Globales
- Mercado de Capitales
- Administración de Proyectos
- Gestión de Inmuebles e Instalaciones
- Valuación y Asesoría

Newmark Knight Frank, un nuevo panorama que está transformando negocios y propiedades superando las expectativas de los clientes.

@NKF_Mexico

Newmark Knight Frank-México

Newmark Knight Frank-México

Oficina Monterrey
Torre Cytrus Arboleda
Av. Roble 660 - 11,
Valle del Campestre
San Pedro Garza García, N.L.
Tel: +52.81.8356.2020

Oficina Ciudad de México
Carr. México-Toluca 5420-26
El Yaqui, Del. Cuajimalpa
CDMX, México
Tel. +52.55.5980.2000

Oficina Tijuana
Diego Rivera 2311,Suite 501
Zona Urbana Rio Tijuana,
Tijuana, BC, Mexico, 22010
Tel. +521.664.980.0480

Oficina del Bajío
Blvd. De las Ciencias 3015-3
Santa Fe
Querétaro, Qro.
Tel: +52.442.296.8130

¿PRIMAS O DESCUENTOS?

SOBRE LOS VALORES DE LOS ACTIVOS NETOS

Por: Oscar J. Franck Terrazas
CRE, FRICS, RICS Registered Valuer

¿Quién no quisiera tener una ventana hacia el futuro y poder ver cuál será el valor de las inversiones inmobiliarias con que se cuenta? especialmente cuando se pasa por una crisis, como lo es la pandemia de Covid-19.

La mayoría de las instituciones financieras y principales jugadores en la industria inmobiliaria, elaboran análisis y presentan sus perspectivas a futuros. Esta información se convierte en un instrumento valioso que ayuda a los inversionistas, desarrolladores y dueños de portafolios, en la planeación y manejo de sus activos y proyectos.

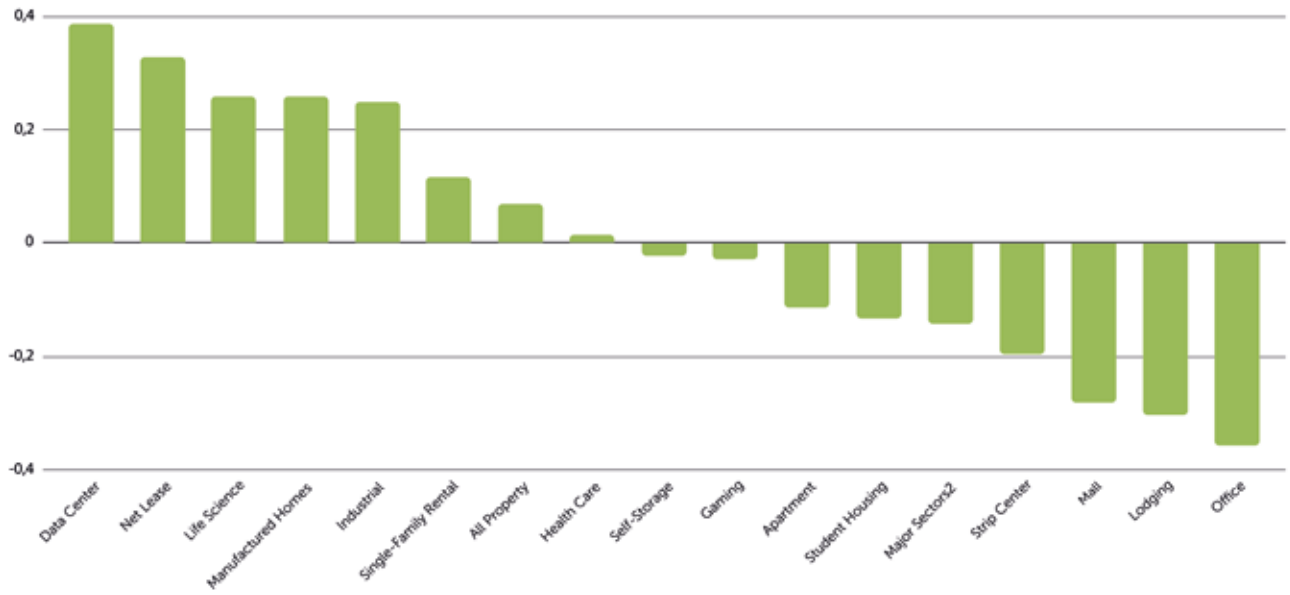
En la arena en que participamos como valuadores y asesores inmobiliarios, constantemente consultamos un gran número de fuentes de datos, tanto de EUA, como de México, entre estas se encuentra Green Street Advisors, quienes son una fuente meritoria para información sobre varios indicadores del comportamiento del sector inmobiliario, incluyendo su análisis de las primas o descuentos sobre los Valores de los Activos Netos (Net Asset Value), de cada uno de los sectores que componen el gran grupo Inmobiliario Comercial. Esto es, los sobreprecios *'premiums'*, en los que los REIT (Real Estate Investment Trusts por sus siglas en inglés), se comercializan en relación con el valor subyacente que sus propiedades han tenido en el pasado, indicando la posibilidad de cambios futuros en los valores de propiedades; la actividad principal de Green Street es proveer servicios de investigación.

En EUA, los REIT (similares a los FIBRAS en México) integrados por propiedades del sector Industrial se están comercializando a un 'premium' hoy por día, sugiriendo que los precios de las propiedades en este sector no han declinado por la pandemia, o que el cambio es temporal. Es posible, también, que los valores de las propiedades industriales de alta calidad se hayan movido arriba del valor que hayan tenido antes de la llegada de Covid-19, dado el fuerte impulso al *e-commerce* y el interés por *nearshore manufacturing*.

Del análisis practicado el 1 de julio de 2020 por Green Street con el título 'Property Sector NAV Premiums', sobre el universo que cubren los REITS, se desprenden las observaciones sobre cambios sufridos durante la pandemia de coronavirus, reflejando las primas o descuentos en que las propiedades se comercializan con relación al valor subyacente que las propiedades tenían antes, cifras que pueden ser predictivas de cambios futuros en el valor de las propiedades:

Date Download: July 27, 2020
Date Last Updated: July 01, 2020

Data Center	38,6%
Net Lease	32,7%
Life Science	25,8%
Manufactured Homes	25,8%
Industrial	24,7%
Single-Family Rental	11,6%
All Property	7,0%
Health Care	1,2%
Self-Storage	-2,4%
Gaming	-3,0%
Apartment	-11,5%
Student Housing	-13,4%
Major Sectors2	-14,1%
Strip Center	-19,7%
Mall	-28,1%
Lodging	-30,4%
Office	-35,8%



Aunque los datos están basados en portafolios inmobiliarios localizados en los EUA, existe una similitud de comportamiento, principalmente relacionados con los sectores industrial, oficina, *mall, strip mall* y hotelero. El *net lease* comprende propiedades de uno o varios sectores, que pueden ser una mezcla de retail, oficinas, restaurant e industrial, pero lo que los distingue son los términos del contrato de renta, ya que típicamente son de 10 a 20 años y los dueños tiene muy pocas responsabilidades financieras.

El sector industrial sigue siendo soberano

El sector Industrial en México, bajo Covid-19, sigue siendo ampliamente resiliente, particularmente las propiedades de alta calidad con características físicas y de localización propias para *e-commerce*, *last mile*, o en zonas fronterizas para clientes interesados en *nearshoring manufacturing*.

En los podcasts sobre FIBRAS y mercados de capital bajo Covid-19, Colliers International y SiiLA México, coinciden en que el sector industrial es uno de los menos afectados por la pandemia. Sin embargo, sobre el valor de las propiedades post Covid-19 indica SiiLA que el sector logístico, al ser uno de los más defensivos, tendrá el reto de organizar su cadena de suministro.

¿Señales de confianza y oportunidad?

El comportamiento del mercado está sustentado por los indicadores económicos, la oferta y la demanda. La reacción de los inversionistas ante estos, es conocida como *"sentimiento de los inversionistas"*. Durante una crisis, cuando hay carencia de operaciones, es un indicador de la falta de confianza en que una recuperación está próxima, pero cuando se llevan a cabo operaciones importantes, durante tiempos críticos, como la actual pandemia, es un indicativo de que existe confianza en que la crisis se resolverá dentro de un plazo razonable o que el sector involucrado tiene características que lo hacen resiliente a los disruptores que afectan al mercado.

En algunos casos, durante tiempos turbulentos, las condiciones del mercado cambian de tal manera que pese al alto riesgo que afecta la mayoría de los sectores, como en este caso son el *retail, lodging y office*, dada la alta demanda de espacio de calidad y localización estratégica para e-commerce o para *nearshore manufacturing*, las propiedades industriales que cumplen con estos requisitos se ven beneficiadas convirtiéndose en atractivas oportunidades.

Durante tiempos turbulentos, las condiciones del mercado cambian de tal manera que pese al alto riesgo que afecta la mayoría de los sectores, dada la alta demanda de espacio de calidad y localización estratégica para e-commerce o para nearshore manufacturing, las propiedades industriales que cumplen con estos requisitos se ven beneficiadas convirtiéndose en atractivas oportunidades.

En México, durante abril y julio de 2020, se han llevado a cabo tres operaciones en las que dos importantes jugadores del ramo inmobiliario, adquirieron un total de 15 propiedades.

En México, durante tiempos críticos, como fue entre abril y julio de 2020, se han llevado a cabo tres operaciones en las que dos importantes jugadores del ramo inmobiliario, adquirieron un total de 15 propiedades: Colliers International consiguió 10 y O'Donnell obtuvo cinco, alcanzando un total de 4,546,123 SF (422,349 m2) de área rentable de propiedades premium, orientadas al *e-commerce*, por un total de $402,195,455 dólares, equivalente a un promedio de $83.37/SF/GRA; un precio premium por propiedades de alta categoría, localizadas en mercados estratégicos de primera, como son la Ciudad de México y Guadalajara.

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

PLATAFORMA LÍDER DE VIVIENDA EN RENTA EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

Unidades residenciales en renta y administración de fondos de inversión inmobiliaria con presencia en México, Lima, Santiago de Chile y Bogotá.

nomad living
CCLA

(55) 8525 5955 / info@nomadliving.mx / www.nomadliving.mx

¿VEREMOS UNA GUERRA DE TASAS DE CRÉDITO HIPOTECARIO EN MÉXICO A FINALES DEL 2020 Y CREATIVIDAD EN NUEVOS PRODUCTOS?

Por: Fernando Soto-Hay Pintado, Fundador y Director General de Tu Hipoteca Fácil

Fernando Soto-Hay Pintado es Fundador y Director General de Tu Hipoteca Fácil, Cofundador de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, Co-Conductor del Programa Mundo Inmobiliario por Imagen Radio y participa activamente como experto en diversos foros y medios líderes vinculados estrechamente con el sector inmobiliario en México.

No cabe duda que la situación en México es sumamente compleja derivada de la recesión económica auto infligida por la administración del presidente López Obrador y la pausa económica generada por la pandemia COVID 19. Muchas son las voces que hacen dudar sobre el futuro del sector inmobiliario vinculado a la vivienda en el país; sin embargo, hoy más que nunca es relevante recordar que existe una auténtica demanda de vivienda, no atendida desde hace más de 10 años, en todos los sectores socioeconómicos, en prácticamente todo el país; y por esto, el sector de la vivienda con sus cualidades de innovación, emprendimiento, pero sobre todo, su enorme resiliencia se recuperará relativamente rápido de forma eficaz.

Afortunadamente, los bancos tienen ya más de 17 años generando en forma continua, responsable y dinámica créditos hipotecarios para adquisición de vivienda, que son detonadores de la industria de la vivienda en México en todos sus segmentos. Pensar hoy en el negocio de vivienda nueva, sin la colaboración de los bancos, sería imposible, porque en promedio representan ya más del 40% de las transacciones de compraventa con una participación similar en la vivienda de segundo uso.

Hoy más que nunca es relevante recordar que existe una auténtica demanda de vivienda, no atendida desde hace más de 10 años.

Si bien, es cierto que la tasa de referencia de Banco de México al momento de escribir este artículo se encuentra en 5% y seguramente para la fecha de publicación ya esté en 4.5% no veo aun una 'guerra de tasas de crédito hipotecario'. Lo que estamos viendo son ajustes de tasas a la baja, sólo para ciertos productos muy específicos, diseñados para perfiles de clientes 'AAA', a quienes los bancos quieren atraer y a quienes les solicitan en varios casos la contratación de productos adicionales de relativo fácil cumplimiento.

En términos generales, podemos decir que las tasas de interés para los clientes 'normales' para un crédito a 15 años con aforo del 80% del precio de compraventa se encuentran en el rango de 9% a 10%, dependiendo de la institución y los tasas para clientes 'AAA' están en el orden de 7.75% a 9%, lo que no significa que realmente exista una 'guerra de tasas' que genere un gran apetito de los compradores de vivienda potenciales.

En mi opinión, sí veremos una 'guerra de tasas' entre los bancos, con el fin de atraer el interés de nuevos clientes en el cuarto trimestre del 2020, esto una vez que el Banco de México haya reducido su tasa de interés a 4.5%, se ajuste el costo de fondeo, los efectos del Covid-19 comiencen a disminuir y el decrecimiento económico toque fondo.

Veremos una 'guerra de tasas' entre los bancos, con el fin de atraer el interés de nuevos clientes en el cuarto trimestre del 2020.

La 'guerra de tasas' se verá impulsada por la evidente disminución en nuevas solicitudes de crédito que los bancos han comenzado a experimentar desde marzo del 2020 y se ha venido agudizando desde entonces.

Si bien, la colocación de crédito hipotecario bancario en el primer trimestre del 2020 creció 3.5%, esto se generó en gran medida por operaciones que estaban en proceso desde finales del 2019 y enero del 2020, con créditos promedio de poco más de un millón 500 mil. Las cifras presentadas por la Asociación de Bancos de México a abril del 2020, ya reflejan una caída significativa de 11.5%, mientras que las cifras internas de los bancos mostraban números más delicados en los meses de mayo y junio. Todo esto, en mi opinión, no expresa una crisis como tal, es más bien la 'gran pausa' que estamos viviendo por el Covid-19 y la recesión económica auto infligida por la administración de López Obrador, de la que iremos teniendo una recuperación sumamente pausada.

Las cifras presentadas por la Asociación de Bancos de México a abril del 2020, ya reflejan una caída significativa de 11.5 por ciento.

Por primera ocasión existirán productos novedosos a 30 años, en los que se tengan mensualidades muy bajas.

En diversos foros he venido compartiendo que, considero que los bancos en México, además de un ajuste de tasas a través de una inminente 'guerra de tasas" para todos sus clientes, no solo los 'AAA', tienen una extraordinaria oportunidad de lanzar al mercado. Por primera ocasión existirán productos novedosos a 30 años, en los que se tengan mensualidades muy bajas, requerimientos de ingresos menores a los plazos de 15 y 20 años y amortizaciones de capital marginales. Con la peculiaridad de que puedan ser convertidos en créditos a 15 o 20 años, ajustando la mensualidad y la amortización de capital, precisamente a partir del año 6 o 7 para que los potenciales compradores se 'animen' a comprar sus casas o departamentos y así se reactive en forma más eficaz el mercado inmobiliario, impulsado por este gran motor que son los créditos hipotecarios.

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

TASAS DE INTERÉS POST COVID EN CRÉDITOS HIPOTECARIOS

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

Pese al actual escenario, resultado de la pandemia por Covid-19, Enrique Margain Pitman, Director Ejecutivo de Crédito Hipotecario y Automotriz de HSBC, comentó en entrevista para Inmobiliare que es un buen momento para la compra de vivienda, aunque es una decisión que debe analizarse un poco más de lo normal.

Principalmente porque se trata de una decisión a largo plazo, que se paga en 10, 15 o 20 años y que seguramente afectará el gasto y ciertos aspectos de la vida familiar. No obstante, señaló que la llave del crédito en la banca sigue abierta, aunque también tomando mayores precauciones a la hora de revisar la combinación de ingresos antes y después del Covid-19.

"Hoy día en momentos como este con una reducción del empleo, un decrecimiento de la actividad económica y del PIB, yo creo que este tipo de decisiones se tiene que tomar con mucho mayor cuidado".

Actualmente la banca cuenta con diversos productos que apoyan a las personas en momentos como estos, principalmente para aquellos que después de los cuatro meses no puedan iniciar con los pagos de sus respectivos créditos; tales como el crédito de pago de pasivos o liquidez.

Enrique Margain Pitman, Director Ejecutivo de Crédito Hipotecario y Automotriz de HSBC

Igualmente apuntó que gracias a este tipo de productos, se prevé un rápida recuperación en términos de colocación de créditos hipotecarios. "La nueva oferta de crédito hipotecario permite observar que la tasa de interés es un componente importante del crédito, pero para tomar una mejor decisión es fundamental comparar el CAT, que incorpora todos los costos asociados a un crédito, y resume en una tasa de interés anualizada el costo total de financiamiento".

Cabe destacar que a finales de julio, HSBC México dio a conocer que realizó mejoras en sus diferimientos de pagos de sus productos financieros, que van desde bajas en la tasa de interés, disminución de comisiones y el más bajo Costo Anual Total (CAT) del mercado, a través del programa Fovissste para todos.

El cual otorgará una tasa de interés fija desde 7.95% y un CAT de 8.9%; el plazo es a 20 años y se determinará en pesos. Asimismo, los cliente premier del banco podrán acceder a créditos para adquirir su vivienda con una tasa de interés 7.95% a 20 años y con un CAT del 9.5%, cofinanciado con Fovissste o Infonavit y con un enganche igual o mayor al 30% del valor del inmueble. En caso de ser un crédito puro, el interés será de 8.55%, 10.2% de CAT y sin comisiones.

Mientras que Hipoteca Exclusiva de HSBC, producto para créditos que sean a través de desarrolladores, ofrece una tasa de 8.75% a plazo de 20 años, sin cobro de comisiones y con la posibilidad de financiar hasta el 95% del valor de la inmueble.

INVERSIÓN INMOBILIARIA EN ESPAÑA

Por: Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

La actual crisis internacional que ha dejado a su paso la pandemia por Covid-19 ha afectado todos y cada uno de los sectores económicos de las naciones, principalmente el turístico que a su vez va de la mano con segmentos inmobiliarios como el hotelero y el retail, espacios que se han visto obligados a cerrar y que por ende, no han registrado ingresos en los últimos tres o cuatro meses.

Sin embargo, y pese a la incertidumbre que esto atrae, el negocio inmobiliario se ha convertido en uno de los pocos refugios que ofrece oportunidades en la actualidad. El mejor ejemplo es el sector logístico, el cual, lejos de tener un impacto negativo, aumentó sus cifras durante la emergencia sanitaria.

El negocio inmobiliario se ha convertido en uno de los pocos refugios que ofrece oportunidades en la actualidad.

El reporte 'Real Estate 2020: Construyendo el Futuro - El aumento de la demanda en inversiones inmobiliarias', elaborado por PwC, señala, "los activos inmobiliarios son una categoría que cambia a gran velocidad. Están surgiendo grandes gestores inmobiliarios que están construyendo e invirtiendo a una escala nunca vista. El panorama del sector se está haciendo cada vez más diverso y complejo, y en él intervienen una gama de elementos de riesgo y rentabilidad mayor que nunca".

Una de estas gestoras es SK Servicios, compañía española con sede en la ciudad de Madrid, la cual divide sus servicios en tres líneas principales de negocio: la primera y la que dio paso a la creación de la empresa es la firma de arquitectura, misma que cuenta con más de 15 años de experiencia, desarrollando proyectos en Inglaterra, Venezuela, Vietnam y España.

El segundo sitio corresponde a su papel como desarrolladores enfocados al sector residencial, retail y de oficinas. Trabajo en el que han registrado un crecimiento anual de entre el 20 y 30% a lo largo y ancho del país. Mientras que la tercera línea corresponde a la gestora patrimonial, negocio de más reciente creación, que nació con el objetivo de proporcionar la sinergia que los clientes necesitaban a la hora de terminar un proyecto.

De acuerdo con Diego Díaz, responsable de relaciones con los inversionistas y desarrollo de negocio en SK Servicios, la función principal es apoyar a los clientes que no pueden hacerse cargo de sus inversiones, especialmente por la distancia, "somos los ojos y las manos de ellos, lo que hacemos es cuidar de sus inversiones para hacer que se cumplan los planes que se han definido, corregir las posibles desviaciones, solucionar problemas y localizar nuevas oportunidades", señala en entrevista para Inmobiliare.

Apoyo que durante el actual escenario de pandemia y confinamiento ha sido de mucho valor para quienes no pueden realizar viajes internacionales, de manera que tanto la comunicación como la inversión siguen adelante con la ayuda de SK Servicios como partner local, "con una sola llamada nuestros clientes reciben un update completo de sus portafolios y los asuntos que les afectan".

De igual forma, la gestión de activos es tan sólo una parte de lo que la compañía ofrece, ya que para cada uno de inversores se realiza un 'traje a la medida' de acuerdo a sus metas y objetivos, con inversiones iniciales desde los 300 mil euros. SK Servicios busca la generación de sinergias entre el grupo para construir relaciones a largo plazo basadas en la confianza con visión y valores compartidos.

Aunque el impacto ha sido fuerte, no se compara con la crisis de 2008, momento en el que formaban parte del problema y actualmente "somos quizás parte de la solución",

Rafael Hernández, CEO de SK Servicios.

¿Por qué invertir en España?

Rafael Hernández, CEO de SK Servicios apunta que si bien el impacto ha sido fuerte, no se compara con la crisis de 2008, momento en el que el sector fue reconocido como parte del problema, actualmente la situación y posición es muy distinta "seremos una de las industrias que actúe como motor de la recuperación".

"Principalmente porque contamos con un sector inmobiliario con un endeudamiento muy por debajo de aquel año, concretamente las cuatro Socimis (Sociedades Cotizadas Anónimas de Inversión en el Mercado Inmobiliario) que cotizan en el mercado continuo, tienen un nivel de endeudamiento medio en el entorno al 35%, mientras que en 2008 la media del sector superaba el 70%, por tanto, en la actualidad podemos hablar de un apalancamiento muy controlado".

Diego Díaz

Responsable de relaciones con los inversionistas y desarrollo de negocio en SK Servicios.

Por su parte, Diego Díaz, comenta que España, además de tener una moneda estable, ser puerta de entrada a toda Europa y poseer un lugar destacado entre las principales economías mundiales, cuenta con un mercado inmobiliario de alquiler por profesionalizar, el territorio español es un país de propietarios, lo que generará oportunidades interesantes.

"Debemos ser capaces de desarrollar proyectos destinados para los consumidores que más lo demandan, en su mayoría jóvenes de entre los 25 y 30 años que se acaban de independizar y que buscan una vivienda acorde a sus necesidades, esto es, tenemos que generar un parque de vivienda asequible pero además con buenas infraestructuras de transporte, sostenible y conectado".

Motivo por el cual durante el último año, la inversión en proyectos *Build to rent* (BRT) ha aumentado considerablemente, pues los expertos lo consideran como el negocio con mayor beneficio en el sector residencial; especialmente para la época Post-Covid, en la que diversas consultoras esperan se asiente de manera definitiva para dar paso al 'Build to rent prime' en ciudades como Madrid, Barcelona, Málaga, Bilbao o Valencia.

"Es un nicho de mercado poco explorado, por lo que los inversores que estén interesados en este sector podrán contar con retornos muy bien definidos y estables. Además es una opción bastante interesante para quien desea diversificar su portafolio".

Como se mencionaba anteriormente, el principal enfoque en la gestión patrimonial de SK Servicios es el mercado de oficinas, retail y residencial, mismo que ofrece retornos anuales cercanos al 5%, cifra que hasta el momento no se ha visto afectado por la emergencia sanitaria. Aún cuando los retornos pueden considerarse bajos en comparación con inversiones en otros países, Diego Díaz explica que hay que tomar en cuenta el contexto global actual.

De igual forma, el también arquitecto, Rafael Hernández destaca que no se prevén cambios en los retornos de inversión residencial debido a que el sector se ha mantenido neutral al igual que el de oficinas. Sin embargo, el coronavirus polarizo dos mercados, por una parte el logístico, que se ha visto bastante beneficiado por el confinamiento; mientras que el retail junto con el hotelero ha sido de los más afectados.

Señala que hasta el momento no se tienen los datos que el Covid-19 dejó, ya que hasta abril, algunos proyectos aún estaban en desarrollo. "Las cifras en metros cuadrados en oficinas, fueron: 33 mil m2 en enero; 31 mil en febrero; 25 en marzo; y 67 mil en abril. Hasta que no lleguemos a septiembre no podremos ver el verdadero impacto, ya que si comparamos estos datos con los del 2019 son prácticamente los mismos".

Mientras tanto, según señala Díaz, el sector logístico se encuentra viviendo su 'momento dulce' ya que las previsiones de crecimiento que se tenían para 10 o 15 años se han tenido en tres meses, lo que ha generado una mayor necesidad de infraestructura, alcanzando niveles de contratación inimaginables en este 2020, lo que atrae el interés de los inversionistas.

En cuanto al retail, los directivos comentan que se trata del segmento que más está sufriendo como consecuencia del cierre temporal de los negocios; sin embargo, no va a desaparecer aunque sí habrá que repensar su función.

"Invitaría a los inversionistas a poner el ojo ahí. Para quienes buscan diversificar su inversión, probablemente en los próximos meses encontremos oportunidades a unos precios que, evidentemente serán inferiores al Pre-Covid y que con unos proyectos de inversión a mediano y largo plazo se pueden conseguir rentabilidades muy buenas", comenta Diego Díaz.

Asimismo, enfatiza que se trata de un sector con una enorme capacidad de resiliencia por lo que está seguro que se reconvertirá, para posicionarse como un brazo de apoyo del comercio en línea.

Razón por la que SK Servicios otorga todo el apoyo técnico y profesionalizado que el inversionista requiere en estos momentos, ya sea que opte por sectores seguros con rendimientos promedio o por un poco más de riesgo donde a largo plazo el retorno anual será más alto.

Perspectivas de recuperación hacia 2021

De acuerdo con el reporte "Situación España. Tercer trimestre 2020" realizado por BBVA Research, la economía española podría contraerse 11.5% en 2020 y crecer 7% en 2021. "La caída de la actividad podría sobrepasar el 20% en el 1S20. Sin embargo, la flexibilización de las restricciones ha permitido el inicio de la recuperación. El PIB podría aumentar un 10% trimestral en el 3T20".

Rafael Hernández apunta que de cumplirse dichas predicciones, las rentabilidades para finales de año no se verían afectadas; no obstante esto dependerá de la contención de la enfermedad y por ende de la duración de la crisis.

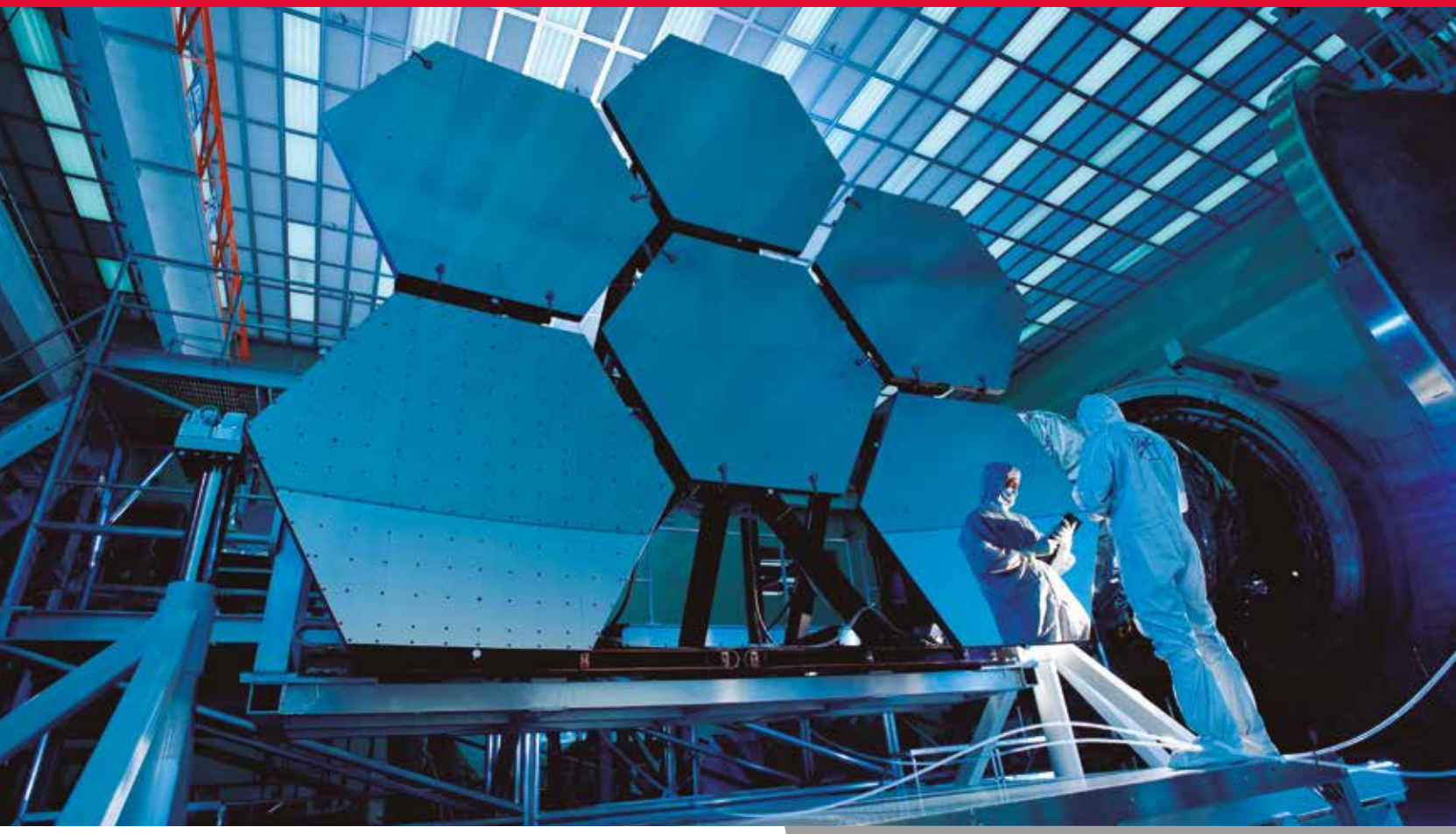
En cuanto a los planes de SK Servicios, detalla que lo primero y más importante es continuar con la comunicación y cercanía con los inversionistas para dar solución a todas y cada una de las dudas que puedan surgir.

"Por otro lado, la estrategia es aumentar el volumen de gestión, nos gustaría crecer y consolidarnos en México, que es una pieza fundamental; creemos que puede ser puerta de entrada y base para catalizar las inversiones. Nuestro principal objetivo para 2021 es continuar sumando inversionistas que confíen en nosotros y de esta forma ampliar los volúmenes en gestión y eficiencia".

El mercado mexicano es para la gestora de vital importancia, por lo que promueven la inversión con aquellos que buscan estabilidad y al mismo tiempo asegurar su patrimonio en un país como España que sin duda, es atractivo para la industria de bienes raíces. "Aun con el impacto que ha tenido el Covid, los negocios van a seguir prosperando y el desarrollo inmobiliario va a continuar, no va a detenerse".

SK Servicios tiene su sede principal en la ciudad de Madrid y cuenta con otras ubicaciones en Sevilla, Valladolid y Santander. Cabe destacar que para septiembre próximo planean la inauguración de una oficina más en Alicante. "Estamos contentos porque sumamos año con año y esta ocasión, siendo un momento complicado, continuamos creciendo", finaliza Rafael Hernández, CEO de la compañía.

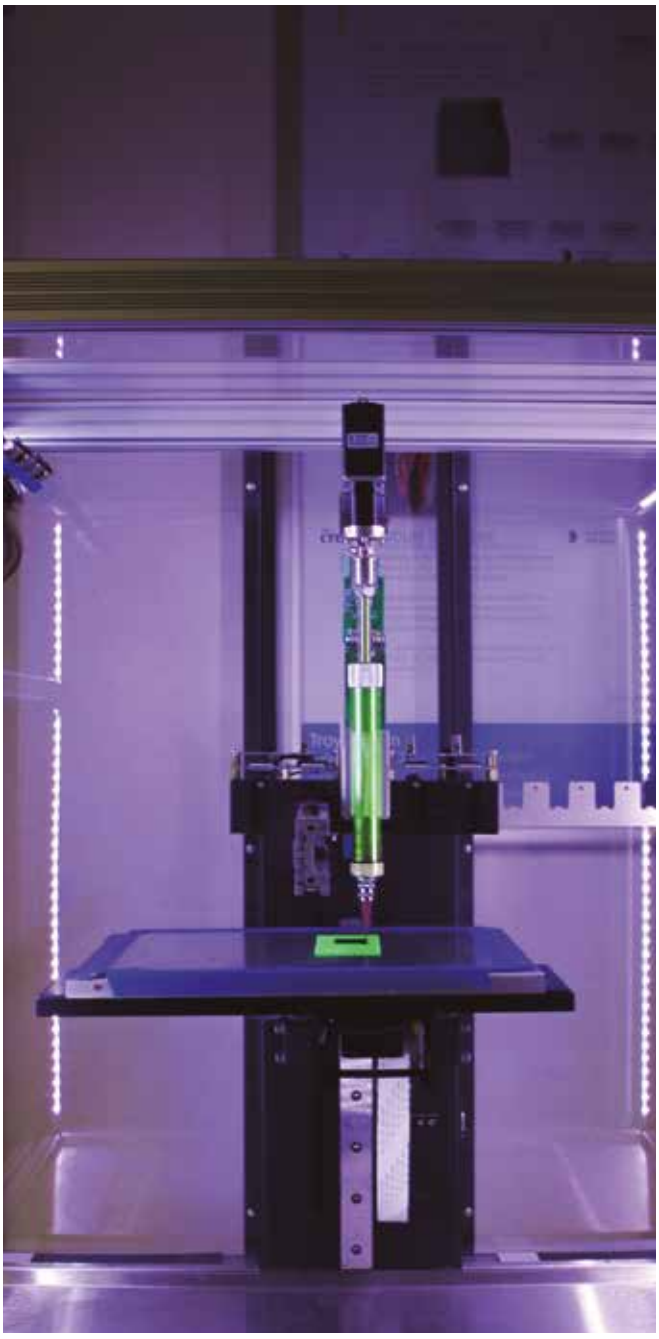
LA CRISIS
COMO CATALIZADOR TECNOLÓGICO



Por: Milytza Wong
Digital Marketing Specialist de Cushman & Wakefield

Para poder enfrentar una crisis con éxito las empresas deben innovar y darle la bienvenida a nuevas ideas y tecnologías. Esta regla aplica para todas las industrias, incluyendo el sector inmobiliario, el cual se ha visto obligado a reinventarse y buscar nuevas soluciones para cumplir las demandas de los consumidores y sortear la coyuntura económica derivada de la pandemia.

Un sector que ha tenido una curva positiva durante este periodo es la manufactura aditiva o impresión 3D [...] pues ha sido utilizada para fabricar todo tipo de insumos médicos, como caretas, válvulas y partes de equipo médico.



INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA

Un sector que ha tenido una curva positiva durante este periodo es la manufactura aditiva o impresión 3D. De acuerdo con Omar López, director de la Asociación Mexicana de Manufactura Aditiva 3D (AMMA3D), esta tecnología "ha brillado" durante la emergencia sanitaria, pues ha sido utilizada para fabricar todo tipo de insumos médicos, como caretas, válvulas y partes de equipo médico.

Esto también ha permitido que la industria conozca los alcances de la manufactura aditiva. Las empresas se han dado cuenta que la impresión 3D tiene la capacidad de flexibilizar al máximo su producción.

De acuerdo con Alberto Ocejo, *Market Research Analyst* y Daniel Ramírez, *Industrial Brokerage Asociate*, en Cushman & Wakefield, antes que la pandemia llegara a México, ya existía una tendencia de invertir en naves tipo *multitenant*, ya que las empresas están buscando espacios más chicos con operaciones más sensatas, aprovechando el espacio de producción al máximo y con la mayor cantidad de procesos robotizados; la llamada tecnología 4.0.

A medida que se adoptan más innovaciones, es de esperar que impacten en las estructuras de las naves industriales, ya que algunas tecnologías, tales como la automatización avanzada/robótica requieren techos más altos (9.75 a 11 metros libres) y pisos muy planos.

Por otro lado, las plantas también han tenido que adaptarse a las medidas sanitarias. La salud de los colaboradores es y será fundamental para la productividad, por lo que se ha adoptado tecnologías de acceso sin contacto. Cámaras que cuentan con reconocimiento facial, detección de fiebre e identificación de cubrebocas, son herramientas que vemos en esta nueva normalidad.

Antes que la pandemia llegara a México, ya existía una tendencia de invertir en naves tipo *multitenant*, ya que las empresas están buscando espacios más chicos con operaciones más sensatas.

LA DIGITALIZACIÓN **DEL RETAIL**

México ya era el país con el mayor crecimiento del comercio digital con un ritmo anual de entre 24% y 36% en los últimos años. Las primeras proyecciones apuntan a que el mercado mexicano de *e-commerce* ha crecido durante los últimos meses, el equivalente a las perspectivas de crecimiento de los próximos 2 a 5 años, con variantes por categoría de producto y sector.

De igual manera, la percepción de seguridad de compra en línea ha incrementado, hoy en día, 7 de cada 10 mexicanos se siente satisfecho con las compras realizadas, apuntan datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

El mercado mexicano de e-commerce ha crecido durante los últimos meses, el equivalente a las perspectivas de crecimiento de los próximos 2 a 5 años.

Ante la aceleración del consumo a través de canales digitales, los procesos de logística han tenido que adaptarse y acelerar sus operaciones en tiempo récord. Detonando una mayor demanda de edificios industriales más pequeños para distribución y almacenamiento, ya sean naves de inventario o de reconversión y preferentemente dentro de las zonas urbanas para entregas de última milla.

Fabian Zamora, Director Asociado *Valuation & Advisory* en Cushman & Wakefield, recomienda invertir en este tipo de espacios industriales.

"Si bien es cierto que el *e-commerce* venía ganando terreno, con la actual situación de salud a nivel mundial, las personas han recurrido mucho más a dicho esquema para el abastecimiento de productos de todo tipo. Los inversionistas ahora buscan propiedades industriales que se encuentran inmersas dentro de las grandes ciudades para poder hacer las entregas en el menor tiempo posible, lo que se conoce como 'última milla'. Empresas de logística (Amazon, Mercado Libre, etc.) están en busca de este tipo de propiedades para rentar, por lo que creo que es una buena opción de inversión."

T-MEC: NUEVO TRATADO, **¿NUEVAS OPORTUNIDADES?**

Las ventas en línea tendrían un aumento de 60% este año, según pronostica la *International Data Corporation* (IDC). Sin embargo, gracias a un nuevo capítulo de comercio electrónico en el tratado entre México, Estados Unidos y Canadá, la economía mexicana podría acelerar aún más su digitalización.

Con las nuevas disposiciones, se protegen datos personales y se prohíbe aplicar derechos aduaneros a bienes distribuidos digitalmente. Esto tendrá un efecto positivo en el desarrollo de estas actividades, requiriendo mayor infraestructura tecnológica, centros de distribución y de almacenamiento.

La recuperación del sector manufacturero se vendrá dando de manera gradual una vez implementado el T-MEC.

En tanto, la recuperación del sector manufacturero se vendrá dando de manera gradual una vez implementado el T-MEC. " Creo que veremos regresar al bloque T-MEC empresas americanas que se fueron a manufacturar a Asia. Desde luego, México se vuelve una muy interesante opción por su situación geográfica, así como por la calidad de su mano de obra y lo atractivo del tipo de cambio en relación con el dólar", comentó José Gonzáles, Director Comercial Industrial en Cushman & Wakefield.

Por otro lado, "también pienso que empresas asiáticas vendrán a México a manufacturar constituyéndose como empresas mexicanas con capital extranjero con la idea de vender sus servicios y productos al mercado americano principalmente" explicó Gonzáles.

Las empresas deberán de pensar en naves industriales bien ubicadas con accesibilidad carretera segura y de fácil acceso a otras alternativas de transporte como el ferroviario y el aéreo.

Recientemente, *Recreational Products* (BRP) anunció la primera inversión en México de la era del Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). La firma canadiense construirá una planta para producción de vehículos de 4 ruedas en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Por otro lado, también será importante que la redacción de contratos de arrendamiento sea balanceada para ambas partes, con opciones viables de crecimiento y expansión, incrementos de renta justos, flexibilidad en cuanto a la moneda, cláusulas de protección devaluatoria, terminación anticipada.

El conocimiento del mercado inmobiliario es y seguirá siendo de suma importancia para lograr negociaciones de nuevos contratos, así como renegociaciones de contratos de arrendamiento existentes que beneficien tanto a los usuarios como a los propietarios desarrolladores de los inmuebles. 【●】

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

PROCORE®

ALIADO ESTRATÉGICO DIGITAL EN LA CONSTRUCCIÓN

Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

La industria de la construcción por muchos años se ha manejado con procesos manuales y muy pocas constructoras se apoyan de la tecnología para mejorar su comunicación y avanzar en sus técnicas de edificación.

Construcción

En las obras "necesitamos plataformas que nos ayuden a comunicarnos, a ser más eficientes, productivos y que promuevan el trabajo. En Procore, con más de 1.3 millones de usuarios y con más de 8 mil 500 clientes en todo el mundo, nos hemos dado cuenta que esto de verdad es una necesidad que tiene la industria, es decir, debe empezar a digitalizarse", expresa en entrevista para Inmobiliare, Eliana Barousse, Directora de Clientes Estratégicos de Procore Latinoamérica.

Hace 18 años, Craig 'Tooey' Courtemanche fundó Procore, empresa de software basada en la nube para la administración de proyectos de construcción, que ofrece a los equipos de campo y oficina una visión en tiempo real de lo que sucede en la obra, para que estén al tanto de la información generada. En esta solución, se pueden compartir documentos, tener visibilidad del proyecto completo y realizar juntas de manera virtual, entre otras funciones.

En la construcción "necesitamos plataformas que nos ayuden a comunicarnos, a ser más eficientes, productivos y que promuevan el trabajo", Eliana Barousse, Directora de Clientes Estratégicos de Procore Latinoamérica.

Procore ayuda a todas las personas que trabajan en una obra (arquitectos, ingenieros, contratistas, etc.), a que conozcan y se informen de forma simultánea sobre los avances de las obras; asimismo, que los dueños del desarrollo logren comunicarse de forma efectiva con los gerentes del proyecto.

Esta conexión es posible a través de la tecnología, ya que ha avanzado de tal manera que se pueden visitar inmuebles sin salir de la oficina por medio de la realidad aumentada. "A través de cámaras y fotos 360 se hacen recorridos virtuales de la construcción, que anteriormente no se podían realizar", considera Barousse.

Además, aplicaciones como Procore, permiten llevar un control eficiente de los recursos y finanzas de la obra, así como el monitoreo de calidad, seguridad y la recaudación de informes de incidentes, todo esto se logra visualizar desde una computadora, tableta o celular. Así los ingenieros, arquitectos o contratistas actualizan la información de su trabajo y se puede observar por todos a partir de dispositivos móviles. Lo anterior ha significado un ahorro mínimo de 20 horas al mes, lo cual se traduce en una reducción de gastos.

Datos de la *Encuesta de Retorno de Inversión entre Clientes de Procore*, realizada a cerca de mil clientes de pequeñas y medianas empresas en 2020, demostraron que 90% de las personas que utilizan la aplicación dicen que la satisfacción de sus clientes ha aumentado y la comunicación se ha estandarizado, ya que pueden verificar lo que está sucediendo en la obra en tiempo real.

Procore se fundó hace 18 años por Craig 'Tooey' Courtemanche, actualmente tiene presencia en más de 125 países y cuenta con más de 1.3 millones de usuarios.

Eliana Barousse, Directora de Clientes Estratégicos de Procore Latinoamérica

Adaptabilidad de la construcción al mundo digital en tiempos de Covid-19

La llegada de la pandemia Covid-19, ha acelerado la adaptación de recursos tecnológicos en el área de la construcción, en estos meses en el que se debe mantener una distancia social, pero al mismo tiempo, estar conectados de forma virtual. Algunos softwares han sido aliados estratégicos para que los proyectos sigan, ya que los trabajadores pueden laborar remotamente recabando la información de aquellos que requieren trabajar de manera presencial.

"Las plataformas de software administrativo nos permite desempeñarnos mejor. Nosotros contamos con un área de reuniones, a través de ella se realizan juntas en Zoom o Teams para que gerentes de obra y dueños puedan tener comunicación permanente y continúen trabajando", menciona Eliana.

Procore es una empresa que está comprometida con el sector de la construcción y su seguridad, por ello, en su aplicación ha incorporado el manejo de medidas sanitarias, llevando el control del estado de salud de cada trabajador, por lo que los usuarios de la plataforma tienen una seguridad y ventaja competitiva. "Sabemos que esta pandemia es algo nuevo que todos estamos manejando en diferentes niveles y estamos aquí para apoyar a cada cliente".

Además, durante esta emergencia sanitaria, Procore lanzó de manera gratuita el módulo de 'Calidad y Seguridad' para mantener todas las medidas sanitarias y verificar la limpieza de las obras.

"Hemos ayudado a nuestros clientes y *partners* durante este tiempo tan difícil. Asimismo, promovemos internamente vacantes de alguna compañía que necesite algún colaborador, lo anterior es para que aquellas personas que no tienen un trabajo, encuentren uno. Sabemos que las necesidades siguen ahí y que si nosotros aportamos de alguna manera, estamos apoyando mundialmente", asegura Eliana.

Es una realidad que la pandemia del Covid-19 ha afectado a diferentes industrias, que van desde el sector automotriz, restaurantero, retail y turismo, por mencionar algunas, todas estas tienen en común la construcción, que se ha visto afectada de manera inimaginable.

Tan sólo en México, en los meses de abril y mayo, la producción cayó 32.1% y 34.2% respectivamente en comparación con 2019, así lo informó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En el cuarto mes del año, la industria de la construcción tuvo que parar las obras al no ser declarada como actividad esencial. Sin embargo, un mes después, el Consejo de Salubridad General la agregó a la lista de labores fundamentales, pero las afectaciones económicas fueron graves.

"En México, hemos visto que la apertura ha empezado a fluir, a pesar de las medidas sanitarias y limitaciones que están teniendo que enfrentar por las regulaciones gubernamentales y por las internas; hemos observado que la industria se empieza a reactivar", afirma Eliana Barousse.

No obstante, la reactivación del sector de la construcción en cada país se ha manejado de diferentes maneras; en Australia y Canadá, por ejemplo, la reactivación fue rápida, en contraste con países como Panamá, donde aún se encuentra detenida esta actividad.

En los más de 125 países y más de 1.3 millones de usuarios donde la plataforma tiene presencia, la forma de proceder ha variado. Sin embargo, aunque el reinicio del sector de la construcción será lento, Procore analiza para cada uno de los casos cuál es la mejor manera para esta nueva normalidad.

Es por ello, que la empresa seguirá con su plan de expansión, principalmente en Latinoamérica, en países como Colombia, Chile, Perú y, especialmente, México, mercado que considera fructuoso. Aunque también tiene más proyectos en Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelandia, Inglaterra e Irlanda. Asimismo, busca posicionarse como una plataforma global que sea referencia en el sector de la construcción.

Para mayor información acerca de cómo conectar a tu equipo de construcción en tiempo real a través de la plataforma especializada en el sector, comunícate al (55) 6599 1642 o pide una demo en www.procore.com/es.

Síguelos en redes en:

- @procore.tech
- @procoretech
- Procore Technologies
- procoretech
- Procore

KAMPUS INDUSTRIAL | Santa Rosa

TRABAJA EN MÁS DE 3 MILLONES DE PIES CUADRADOS CON LA EFICIENCIA, SEGURIDAD Y ARMONÍA QUE TU OPERACIÓN NECESITA.

PRÓXIMAMENTE EN GUADALAJARA

hola@kampusindustrial.com I www.kampusindustrial.com I Desarrollado por Alveo Kapital

DIGITALIZARSE

NECESIDAD PARA EL SECTOR VIVIENDA EN LA "NUEVA NORMALIDAD"

Por Daniela González
daniela.gonzalez@inmobiliare.com

Al iniciar 2020, las ciudades más importantes del país (CDMX / Zona Metropolitana, Monterrey, Guadalajara, Querétaro, Puebla, y Riviera Maya-Cancún) contabilizaban más de 3.54 mil proyectos de vivienda nueva, con un stock disponible superior a 168 mil unidades. Así como una alza anual en los precios de venta del 17.8% y 1.1% de aumento del inventario, señaló Justino Moreno, Chief Data Officer-CDO en Tinsa México, durante su participación en los foros virtuales organizados por Vivanuncios. Aunado a esto, el sector pronosticaba un incremento del 4% para este mismo año. Sin embargo, una vez que fue declarada la pandemia y los países tuvieron que adoptar medidas drásticas para mitigar el riesgo, los efectos negativos de dicho fenómeno comenzaron a hacerse visibles en la economía y la industria inmobiliaria.

Lo que pudo observarse en los primeros meses del año

Durante el segundo trimestre del año, temporada en la que el impacto de la pandemia tuvo más fuerza, Tinsa México detectó una disminución en promedio del 42% en las ventas, cifra que corresponde a los resultados que arrojó una encuesta elaborada por la misma firma, dirigida a actores inmobiliarios, quienes esperaban una baja de entre 30 y 70 por ciento.

La Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), estimaba que para 2020 se demandarían alrededor de 851 mil financiamientos para soluciones de vivienda, no obstante, después de los resultados del primer trimestre, la demanda total presentó una variación del -9%, en comparación con el 1T2019. Esto se explica en primer lugar, por la desaceleración económica ya esperada, un crecimiento anual del PIB nacional de máximo 2%, pronóstico que se redujo aún más con la aparición del Covid-19; y en segundo lugar, por la incertidumbre laboral y la reducción de ingresos derivadas del paro de labores.

Lo anterior dio a paso a una tendencia dentro del sector, pues aunque en el primer bimestre del año, la venta de casas nuevas y usadas había alcanzado su máximo en seis años, según el Monitor Inmobiliario de Realty World México; al cierre de marzo, el esquema que mostró un alza considerable fue el arrendamiento, registrando su mayor incremento desde 2009. De acuerdo con datos del INEGI, la renta de vivienda a nivel nacional subió 0.85% de enero a marzo de 2020.

> Al cierre de marzo, el esquema que mostró un alza considerable fue el arrendamiento, registrando su mayor incremento desde 2009. De acuerdo con datos del INEGI, la renta de vivienda a nivel nacional subió 0.85% de enero a marzo de 2020

La vivienda en arrendamiento tendrá un repunte.

Jorge Paredes, Director de la empresa inmobiliaria, detalló en uno de sus reportes mensuales, que se calculan entre 3 y 6 millones de desempleados en el país, lo que derivará en una reducción del poder adquisitivo, "así es que seguramente veremos un mayor dinamismo en la renta, pues resuelve las necesidades de vivienda, pero atendiendo también un requisito clave ante lo que viene: la flexibilidad", apuntó.

Por otra parte, subrayó que aunque la renta sea una opción viable para las familias, aquellas que aún conservan su empleo y salario, podrán aprovechar las tasas bajas de interés en los créditos hipotecarios, y los que ya cuenten con uno, buscarán reestructurarlo.

"Después de la pandemia, los mexicanos seguirán necesitando un hogar para vivir. Y este techo puede ser propio, rentado o más chico, el secreto es entender estos cambios y anticiparnos a ellos. Por lo tanto, debo decir que este sector no se contraerá, sino que se transformará", declaró Javier Tapia, Director Ejecutivo de Previsión Legal, en su informe inmobiliario de mayo.

En este sentido, cabe destacar que aunque la demanda de vivienda y las operaciones concretadas disminuyeron, la intención de compra no despareció. De acuerdo con el reporte de Lamudi, mientras que en el mundo, la búsqueda de propiedades online disminuyó en un 40%, en México, la caída sólo fue del 22% de enero a marzo de 2020, comportamiento que comenzó a estabilizarse a partir de abril. Además, el total de personas que buscaban un inmueble y que dieron seguimiento al proceso de adquisición, incrementó 19.2% en enero, 18.2% en febrero, 16% en marzo, y 17% en las dos primeras semanas de abril.

Por ello, se pudieron observar datos como los presentados por la Comisión Nacional de Vivienda (Conavi), en los que se destaca que la comercialización de casas-habitacionales con valor de entre 924 mil y un millón 980 pesos, tuvo un alza en los primeros tres meses del año, principalmente en CDMX, Nuevo León y Jalisco.

De la misma forma, Paredes comunicó que la venta de Vivienda Media creció 17.61%; y el segmento de Vivienda Tradicional 32.04%, durante el primer cuatrimestre en comparación con el periodo anterior. "Estos indicadores favorables nos muestran claramente que la elasticidad de la demanda es elevada en las clases medias y altas, y que al bajar las tasas de interés prefieren destinar su ahorro patrimonial en inversiones inmobiliarias", señaló.

> Aunque la demanda de vivienda y las operaciones concretadas disminuyeron, la intención de compra no desapareció.

Aunque se estiman bajas para todos los segmentos, el menos afectado será el segmento medio, seguido por el residencial y el plus, destacó María José Fernández, Directora General de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI) en el webinar "Sector inmobiliario rumbo a la nueva normalidad" organizado por Centro Urbano. Hecho con el que coincidió el Asesor Arturo González, quien explicó durante el Workshop: "Valuación inmobiliaria antes y después del Covid-19", organizado por Vivanuncios, que para la vivienda media se espera un declive de entre 10 y 15%, mientras que para la de lujo el porcentaje se eleva a 17 y 20%.

Pero a pesar de esto, la inversión inmobiliaria es vista como una acción de poco riesgo durante la crisis, ya que los inmuebles no pierden plusvalía. "Tuvimos la gran comprobación de la importancia de invertir en bienes raíces. Se cayó la bolsa, el peso, el petróleo; y aunque el valor de las propiedades va a bajar, no pierden plusvalía ya que el ser humano vive su vida alrededor de lo inmobiliario. Todas las actividades que realiza ocurren dentro de un inmueble, la vivienda es esencial, el trabajo se realiza en oficinas, y ahora en la misma casa; el comercio aún necesita locales, y aunque el e-commerce viene muy fuerte, también se requieren bodegas para almacenar productos, igualmente, cuando viajamos, llegamos a un hotel, una propiedad vacacional, etcétera", expresó Sergio Felgueres, Presidente de RE/MAX México, en su intervención en el webinar "Cómo reactivar el sector inmobiliario", de Vivanuncios.

En ese marco, la presidenta de la ADI destacó, que independientemente de las contracciones esperadas en el sector de vivienda, este ya se encuentra operando bajo la 'nueva normalidad' desde el 1 de junio, con la ventaja de haber sido incluido dentro de las actividades esenciales desde el campo de la construcción. Anotó que el 100% de las obras ya están trabajando, y que la ADI colabora muy de cerca con las autoridades estatales y sus secretarías para acordar la mejor manera de desempeñarse, así como para crear estrategias conjuntas que estimulen la recuperación y el desarrollo económicos, e incentiven la inversión e intención de compra. Del mismo modo, indicó que además de las medidas de precaución en la obra, han modificado los horarios de entrada y salida para evitar que los trabajadores de la construcción utilicen el transporte en horas pico. Finalmente, puso de relieve que los proyectos de vivienda afiliados al organismo, son responsables de al menos 4 millones de empleos, por lo que este sector es un motor para la recuperación de los próximos meses.

El segmento menos afectado es el de vivienda media.

Hacia la digitalización

Como se mencionó antes, la búsqueda de inmuebles online aumentó su participación, y así, los portales digitales se convirtieron en el principal canal de venta, señaló Lamudi. En una encuesta realizada por la consultora a actores inmobiliarios, el 55 % de los entrevistados consideraron que la captación sería digital; 69% que la promoción sería de la misma forma; 48% que la firma de los convenios de intermediación se haría en línea; 51% que los contratos de arrendamiento serán digitales; 49 % suponen que las solicitudes de crédito también podrán realizarse en línea; y 52% creen que la interacción con los clientes será principalmente a través de videoconferencias.

Felgueres mencionó en una de sus intervenciones, que el estar en contacto con mercados de países vecinos como Estados Unidos, permite anticipar cómo irá evolucionando la industria nacional, y lo que hasta ahora es una constante, es que las empresas inmobiliarias tienen la oportunidad y necesidad de reinventarse haciendo uso de la tecnología.

Al respecto, Roberto Esses, General Manager del portal inmobiliario Vivanuncios, dijo que el Covid-19 ha sido disruptivo, pues rompió con todos los paradigmas, y forzó de forma acelerada la migración y transformación digital. Indicó también, que en el sector *proptech* existe una gran oportunidad, ya que mientras en otros países operan más de 500 empresas que resuelven necesidades tecnológicas, en México hay menos de 50 en dicha industria.

Jorge Carbonell, Presidente de KELLER Williams México, considera que el camino a la digitalización del sector ha empezado por "citas, recorridos, presentaciones, y ahora, por transacciones virtuales". "Ya que la tecnología eficientará nuestros procesos, es sustancial que el gremio inmobiliario se una para presionar al gobierno, para que éste digitalice sus trámites con el fin de ahorrar tiempo, y establezca los requerimientos legales para poder hacer uso de la firma digital en los documentos jurídicos", añadió.

Ya que el distanciamiento social impedía el contacto cara a acara entre agentes inmobiliarios y clientes durante el periodo de confinamiento, las empresas han adoptado de manera paulatina algunas herramientas que ya hacen evidente su funcionalidad en la nueva normalidad, entre ellas, podemos distinguir el uso de Realidad Virtual y Aumentada, para mostrar el interior de los inmuebles durante el proceso de compra, pero también para optimizar la toma de decisiones en las primeras fases de un desarrollo habitacional. Del mismo modo, los recorridos 360° son herramientas que ya pueden encontrarse en los principales portales inmobiliarios y que son de gran ayuda para los compradores que no pueden acudir a la propiedad de manera presencial.

El sector *proptech* representa una gran oportunidad.

Sumado a esto, existe la posibilidad de concretar una compra completamente de manera digital, obteniendo asistencia personalizada durante todo el procedimiento. Incluso, algunos créditos hipotecarios ya pueden solicitarse a distancia sin tener que acudir al banco. Lo anterior puede reducir de manera considerable el tiempo que toma realizar cualquier operación de compraventa de vivienda.

Por otro lado, y apuntando a metas futuras, Carbonell manifestó que cuentan con un nuevo concepto: el de agente 2.0, cuya misión es expandir las oportunidades de negocio más allá de lo local. "Hoy tenemos que salir de manera intercontinental, lo cual es posible gracias a la tecnología y la digitalización. México es muy atractivo para compradores extranjeros, y ahí hay una gran oportunidad para atraer inversión", dijo.

Gerardo Contreras, CEO de Century 21 México, opinó que hoy más que nunca es clave la conexión entre todo el gremio inmobiliario para intercambiar ideas, e instar al gobierno para que ponga de su parte en la mejora de las prácticas, con el fin de que se agilicen los procesos mediante lo digital, y así exista más certeza para dar paso a un nuevo paradigma dentro del sector.

Nuevas necesidades

A partir de la pandemia, e independientemente del esquema que se elija para ocupar una vivienda, hoy existen nuevas necesidades por parte de los usuarios, que marcarán tendencia para crear nuevos productos inmobiliarios.

De acuerdo con la plataforma Hausy.mx, hay nuevos factores en los hogares que serán muy valorados por los clientes. En primer lugar, debido a que el trabajo remoto ha probado ser funcional para muchas empresas, pronto veremos este modelo de trabajo como algo común, por lo que un espacio que pueda ser adaptado como oficina personal añadirá valor. En segundo lugar, el confinamiento hizo que las personas que pasaron la mayor parte de la cuarentena en espacios cerrados, dieran mayor relevancia a tener una sección del hogar al aire libre para poder descansar o hacer ejercicio, por lo que balcones, jardines y/o terrazas serán otra tendencia en las búsquedas de propiedades. En tercer plano, y a causa del menester de comunicarse digitalmente, la buena conectividad y cobertura móvil de la zona donde se ubique la vivienda serán otro punto fundamental, a la par de elementos que conviertan los hogares en inteligentes mediante el uso del Internet de las cosas (IoT), y la reducción del consumo de energía. Por último, Hausy apunta que los espacios flexibles que puedan transformarse dependiendo de su uso también serán muy solicitados, principalmente para las generaciones *X y millennials*.

Ya que el distanciamiento social impedía el contacto cara a acara entre agentes inmobiliarios y clientes durante el periodo de confinamiento, las empresas han adoptado de manera paulatina algunas herramientas que ya hacen evidente su funcionalidad en la nueva normalidad.

La Realidad Virtual y Aumentada es una herramienta útil para el sector.

Sobre esta línea, hay que tener en cuenta que la generación *millennial* conforma la mayor parte de la demanda de vivienda. De acuerdo con la Asesora de ventas inmobiliarias de Vivanuncios, Daniela Alonso, en 2019 poco más del 50% de los créditos hipotecarios fueron otorgados a esta generación, y se espera que para 2020 y 2021, ese porcentaje aumente hasta el 60%. El 75% de los millennials considera que comprar un hogar es necesario, el promedio de edad para adquirirlo es a los 29 años; y cerca del 67% no tiene problema en comprar una propiedad usada que pueda ser remodelada a su gusto. De igual forma, el 65% busca inmuebles únicamente desde su celular, lo que hace aún más esencial el uso de herramientas virtuales para ofrecer propiedades.

Por otro lado, Robero Esses añadió que otra de las tendencias, es que debido al *home office*, la cercanía a los centros de trabajo pase a un segundo plano, y se tomen en cuenta otras cuestiones como el tamaño de la propiedad, la seguridad de su estructura, entre otras.

Asimismo, las empresas constructoras han notado la necesidad de trabajar con materiales que faciliten su limpieza y que no acumulen bacterias, ya que la higiene más rigurosa es parte de la nueva normalidad.

Finalmente, una de las manifestaciones más importantes que se han observado durante la pandemia, es la necesidad de cambiar de vivienda. Según una encuesta realizada por Inmuebles24, en México, al menos 34% de los entrevistados se mudará a otro inmueble, mientras que el 76% desea hacerlo ya que el que ocupan actualmente no cumple con sus nuevos requerimientos.

DÉJATE SORPRENDER VISUAL, FÍSICA Y EMOCIONALMENTE

En Rockhopper desarrollamos experiencias inmersivas, interactivas y memorables a través de Realidad Virtual (VR) y Realidad Aumentada (AR) para todo tipo de proyectos inmobiliarios.

¡Contáctanos!

hola@rockhopper.com.mx
www.rockhopper.com.mx

Los retos actuales

María José Fernández considera que uno de los principales retos de entrada a la "nueva normalidad" y a la reactivación del sector, es la desconfianza para la inversión y la compra. "La crisis se sumó a una contracción que viene desde mediados de 2018, el sector está pasando por un momento muy complicado y uno de los temas primordiales es que hay que generar mayor confianza en los inversionistas tanto nacionales como extranjeros, para que vean que en nuestro país contamos con certidumbre jurídica para cualquiera de los subsectores inmobiliarios", expresó. "Para ello también hay que trabajar muy de la mano con el gobierno, para dar seguridad al comprador de que si se va a meter en una deuda a 15 o 20 años, ese proyecto se llevará a cabo, y que los permisos se van a seguir otorgando".

Javier Romero, CEO de Hausy.mx, especificó que hay factores que frenan la decisión de compra, como la inflación, que seguirá afectando con un incremento constante impulsado por la depreciación de la moneda y golpeando particularmente a los materiales de construcción que se valúan en dólares; aunada a la crisis que ya presentaba el sector y la reducción de la oferta. Pero pese a ello, también existen otros que impulsan la inversión: "Las tasas continuarán a la baja mientras se sigan resintiendo los efectos de la crisis económica. Es decir, será un par de años en los que se sostendrá la tendencia a la baja o se mantendrá la tasa, pero difícilmente veremos un incremento y tardará mucho en regresar a niveles por encima del 7%. Esto abre las posibilidades para aquellos que quieren concretar una compra importante, como una vivienda", detalló

Por su parte, Sergio Felgueres subrayó que hay muchos puntos de partida para lograr una buena recuperación en el sector de vivienda que ya se están llevando a cabo, como la mejora en la oferta de créditos hipotecarios que cuentan con tasas bajas, en pesos y con flexibilidad. Sin embargo, distinguió que estos no son de fácil acceso para toda la población, y con la ola de desempleo e inseguridad laboral, será cada vez más difícil para las personas que son trabajadores informales, obtener financiamientos hipotecarios. "Tenemos que buscar cómo resolverlo porque hacer que la gente ingrese a la planta laboral formal nos conviene a todos". Cerró diciendo que "hay gente que sigue esperando el post-Covid19, pero esa fase ya llegó. Ya no estamos para esperar a ver el futuro, lo estamos construyendo ahora a través de las estrategias y acciones de las empresas inmobiliarias".

Sin duda, el sector vivienda se ha visto afectado por la crisis de salud, pero como indican los especialistas, también cuenta con numerosas ventajas que lo harán despegar de forma positiva en el mediano y largo plazo, siendo uno de los impulsores más importantes para la mejoría económica del país, y al que vale la pena seguir apostando.

Uno de los principales retos de entrada a la "nueva normalidad" y a la reactivación del sector es la desconfianza para la inversión y la compra

La conectividad es una nueva necesidad para la vivienda.

VESTA PARK
QUERÉTARO

17,132 m² con disponibilidad inmediata

Nave en renta

Subestación eléctrica propia

econtreras@vesta.com.mx
+52(442) 359 4244

www.vesta.com.mx

Elevating Standards

KUHA

WELLNESS COMMUNITY

ALTERNATIVA DE INVERSIÓN SÓLIDA

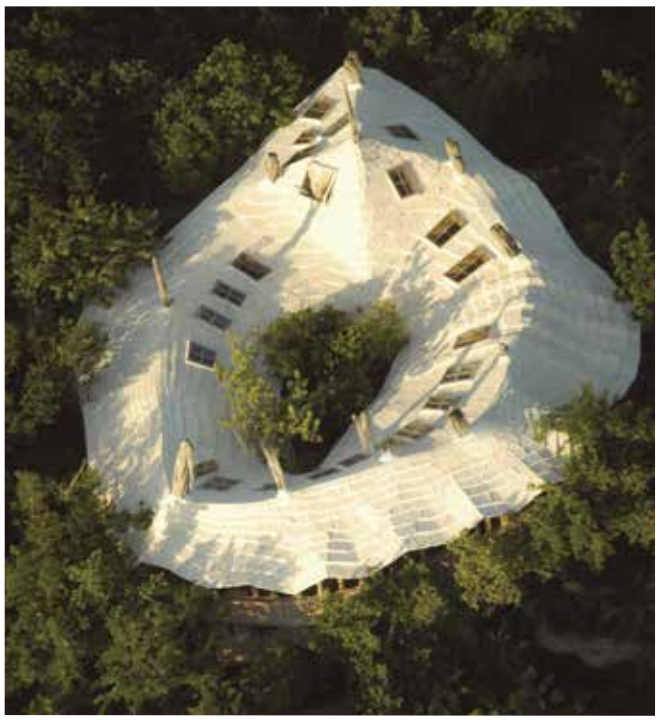
KUHA WELLNESS COMMUNITY

Por: Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com
Fotografías: Alexander Urrutia
@alexnefos

El 2020 está marcado por hechos sin precedentes, nunca en la historia de la humanidad se había vivido un estado de cuarentena global, donde casi un tercio de la población se encontrará en confinamiento. La pandemia del nuevo coronavirus, ha puesto en cuestionamiento distintos aspectos de la vida, desde los modelos productivos y económicos, hasta las formas de trabajo y modo de ser. Asimismo, se ha vuelto cada vez más evidente la necesidad de conectar con la naturaleza.

Muchos en este momento sueñan con salir de las ciudades, de la rutina, del estrés o vida cotidiana y sumergirse en un entorno natural, alejados de las aglomeraciones, para experimentar con todos los sentidos: los olores, imágenes y sensaciones, que ofrecen el medio ambiente.

El *wellness real estate* está tomando gran impulso en este contexto, ya que velando por el equilibrio físico, mental y emocional de sus ocupantes, plantea una perspectiva de edificación sustentable, con una estética agradable que propicia la calma, frente a un mundo moderno donde todo va de prisa y que fomenta malos hábitos de vida.



UNA NUEVA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN

En la Riviera Maya ha surgido un innovador desarrollo: Kuha Wellness Community, una alternativa de inversión sólida, cuyo objetivo es conformar una comunidad en plena armonía con el entorno, bajo los principios del *wellness*, la sustentabilidad y sostenibilidad, ubicado en una de las zonas más privilegiadas de Playa del Carmen, colindante con el macroproyecto de Ciudad Mayakoba.

"Vimos que mucha gente, que viene aquí a la Riviera Maya, está buscando un equilibrio emocional, salud y un cambio de vida; desea llegar a un lugar donde pueda generar comunidad y nosotros podemos ofrecerlo", comenta en entrevista para Inmobiliare, Carolina Granados González, directora de operaciones de la empresa, quien además explica que la proyección del condominio fue fundamentada mediante diversos análisis de mercado.

Kuha Wellness Community, es el nombre del innovador proyecto ubicado en una de las zonas más privilegiadas de Playa del Carmen, que sigue los principios del wellness, la sustentabilidad y sostenibilidad.

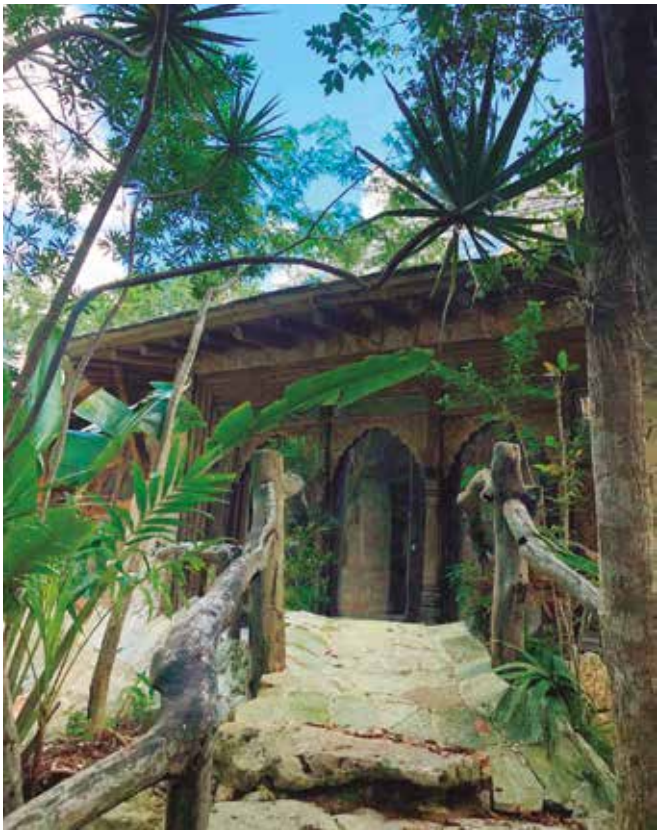
"Cuando empezamos el año pasado con el proyecto vimos que queríamos crear una comunidad *wellness* única, que fuera un referente de bienestar a nivel internacional. Nos dimos a la tarea de diseñar este concepto; esto hizo un *match* perfecto entre lo que somos, nuestro discurso y principios, además que las características topográficas de la tierra, en sí misma, tiene todos los beneficios para atender este nicho".

Con una extensión total de 34 hectáreas, el nuevo desarrollo se caracteriza por grandes áreas verdes de selva virgen y cenotes naturales de agua manantial, que la empresa se ha comprometido en preservar, ya que tienen la plena convicción de que la gente puede vivir en contacto con la belleza y armonía natural sin impactar de manera negativa. Por ello, ha establecido una baja densidad, preservando por encima del 50% las áreas naturales en cada terreno.

Al respecto comenta Christian Muñoz, director financiero: "Se empezó a planificar el proyecto, se subdividió la tierra y se conformó por medio de un régimen de condominio con el concepto como hasta hoy en día lo conocemos, el llamado Kuha Wellness Community. Hay grandes desarrollos con éxito de ventas a nuestro alrededor pero ninguno tiene el concepto tan innovador en el mundo del *real estate*".

El master plan fue delineado con base en el *New Urbanism*, movimiento de diseño urbano que promueve hábitos amigables con el medio ambiente y busca regresar los vecindarios a escala humana, es decir, que las calles sean diseñadas para que las personas se adapten al transporte multimodal (caminatas y bicicletas); por tanto, la gestión territorial está dispuesta para que se cuente con todos los servicios y en cinco minutos se pueda recorrer desde el centro hasta el borde de la comunidad.

En general, Kuha Wellness Community ofrece en un radio de 3 km todas las facilidades, desde comercios hasta hospitales. Cuenta con: agua potable, drenaje, red eléctrica y de telecomunicaciones, co-participación de huertos y viveros, acceso al Wellness Center y áreas verdes. Cabe destacar que, apegados a los lineamiento de la certificación Well, se contemplan en el proyecto plantas de tratamiento de aguas y programas de reciclaje dentro de la comunidad.



Las calles y andadores tienen árboles frutales, mientras que las ciclopistas y senderos permiten al residente prescindir del automóvil. Todas las amenidades integran áreas de meditación, ejercicio, juego, convivencia y sanación. Además, se ubica a tan solo 35 minutos de un aeropuerto de talla internacional y a 15 minutos de las hermosas playas del caribe.

Los residentes vivirán en un entorno lleno de naturaleza de ensueño, con todas las comodidades de una gran ciudad. Aquellos que buscan un cambio de vida encontrarán aquí el lugar perfecto para lograrlo. Limpia, corriente y viva, el agua como elemento rector se encuentra en abundancia, exaltando el nombre Kuha, cuyo significado en lengua maya es 'deidad del agua'.

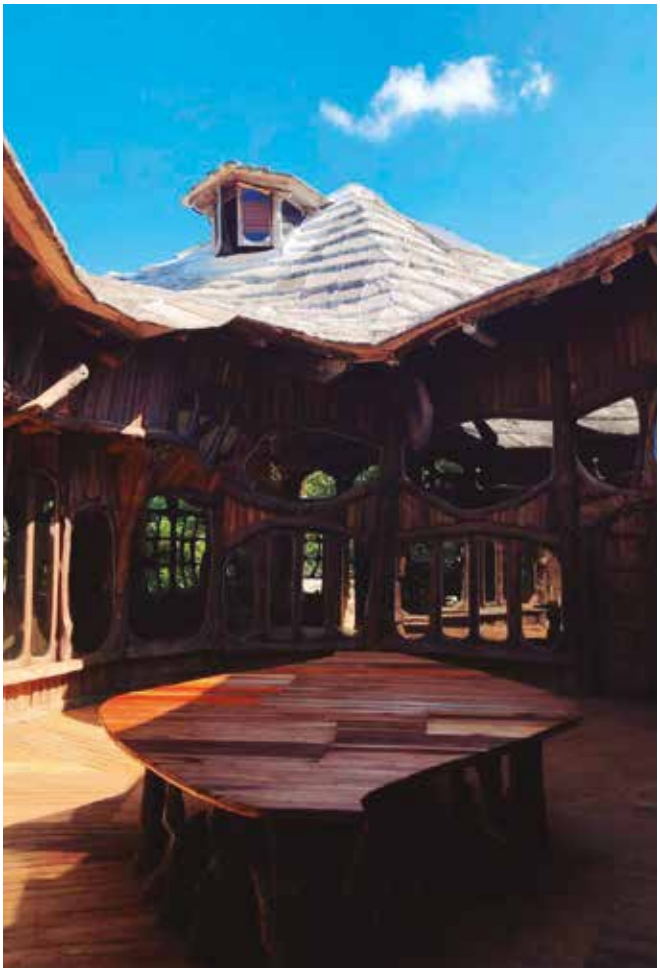
Cada desarrollo dentro del conjunto será respetuoso con el entorno y contará con lugares que invitan a la tranquilidad. Existe un reglamento de construcción, donde se especifican los materiales, texturas y los colores que se pueden utilizar para mantener una imagen homogénea fundamentada en la arquitectura del paisaje.

"Estamos muy a favor de utilizar los elementos de la zona como la piedra y la madera; tonos naturales como los de estos materiales, que se integran a la naturaleza. Que no sean construcciones que rompan con el paisaje", afirma Carolina Granados. Todos los anteproyectos de los inversores serán revisados y autorizados por el Comité de Arquitectura, para garantizar el estándar de calidad y diseño.

El condominio se ha dividido en tres etapas de construcción, la primera será de septiembre 2020 a agosto 2021 y abarca la infraestructura de todos los servicios en 6,851 m². También se edificará en 7 mil m² el primer desarrollo denominado 'Kuha live', cuyo diseño residencial y comercial está a cargo del arquitecto Genaro Nieto Ituarte. Además, estarán disponibles 7 hectáreas para inversionistas y desarrolladores.

Mientras que, la segunda fase está planeada de agosto de 2021 a septiembre de 2022, y a su vez se dividirá en dos: la primera abarcará una extensión de 9,986 m² y la segunda 9,986 m².

Por último, la etapa final se contempla de septiembre 2022 a marzo 2023 concluyendo así la instalación de todos los servicios incluyendo el Wellness Center.



INVERTIR EN BIENESTAR

En esta época donde la volatilidad y la incertidumbre están marcando el entorno de inversión, los inmuebles siguen siendo activos importantes de poder adquisitivo, afirma en entrevista exclusiva, Jorge Castañares, asesor financiero de la empresa y director ejecutivo de Xpertha, "...invertir en una tierra como Kuha es apostar en certeza, seguridad, resiliencia y rentabilidad. Sin duda es el momento adecuado para escucharnos, tener un refugio a la inversión y a que no se pierde el valor del dinero en otros activos; los bienes raíces son sin duda el activo más resiliente que existe".

De acuerdo con el asesor financiero el 70% del éxito de un proyecto inmobiliario es su localización y en este sentido, la Riviera Maya se ha posicionado a nivel nacional como el mercado más fuerte en *second home*, además cada año recibe poco más de 20 millones de turistas que, si bien, el 2020 ha sido un caso excepcional por el tema de la pandemia, este paraíso sigue muy fortalecido; puesto que, el mercado vende, renta y compra en dólares, es por ello que los inversores más ávidos no dudan en elegirlo, eliminando los riesgos de tipo de cambio y blindando su patrimonio.

En cuanto a la recuperación del mercado, una encuesta realizada por Despegar a empresas de viajes online de Latinoamérica señala que, la Riviera Maya y Cancún, son los destinos predilectos de los turistas para realizar su primer viaje post pandemia, además el sondeo reveló que 41% de los viajeros mexicanos esperan realizar su primer viaje, luego del Covid-19, con el objetivo de relajarse y desconectarse.

> El 70% del éxito de un proyecto inmobiliario es su localización y en este sentido, la Riviera Maya se ha posicionado a nivel nacional como el mercado más fuerte en *second home*.

"Esta pandemia nos ha enseñado valores que teníamos olvidados o los dábamos por hecho; por ello, el conjunto de principio que Kuha representa (armonía, equilibrio, contacto con la naturaleza, etc.) definitivamente son una forma de vida más que un estilo o moda, eso es un valor cualitativo agregado de la inversión", manifiesta Castañares, quien complementa:

"Es un buen momento para pensar en invertir, porque definitivamente la demanda de turistas y residentes hacia la zona de la Riviera Maya, independientemente de la pandemia, va a regresar. Es de las pocas zonas privilegiadas en el mundo donde la calidad de vida de las familias se va a seguir dando. Por ello, es un buen momento de inversión porque la planeación del proyecto y la ejecución dentro de Kuha harán que los inversionistas tengan el producto listo para cuando la demanda regrese".

El desarrollo es de los pocos en la región que garantiza al 100% la certeza jurídica de la tierra y escrituración inmediata. El costo del metro cuadrado es de alrededor de 300 dólares dependiendo del uso de suelo y en la primera etapa se cuenta con 26 terrenos, de los cuales ocho ya están vendidos o apartados. Cabe destacar que existe la posibilidad de invertir a largo plazo en diferentes formatos de fondos de inversión que permitirán tener rentabilidades o retornos variables.

Es un buen momento de inversión porque la planeación del proyecto y la ejecución dentro de Kuha harán que los inversionistas tengan el producto listo, para cuando la demanda regrese.

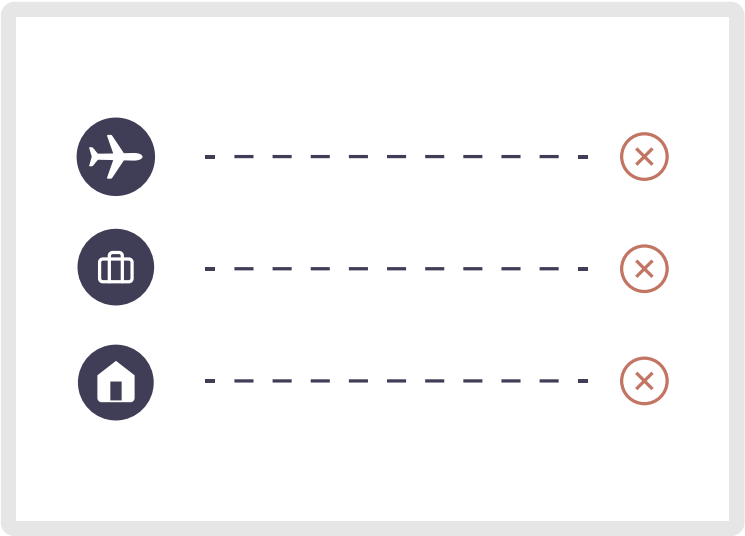
Los inversionistas pueden construir propiedades de entre 6 y 11 viviendas dependiendo de las dimensiones del terreno, en horizontal o vertical (hasta 4 niveles de altura) siempre y cuando no excedan una huella del 50% del terreno.

"En playa del Carmen se estilan este tipo de desarrollos que no son tan grandes; edificios de 4 niveles, que tienen más o menos 8 unidades, es una forma con la que están acostumbrados a trabajar en la región", explica Granados.

Conscientes de que algunos desarrolladores están fuera de la zona, en ciudades como Guadalajara, Ciudad de México y Monterrey, la empresa ofrece ciertas facilidades como oficinas remotas y un equipo de gestores que están disponibles para apoyarlos en lo que necesitan para realizar los trámites con facilidad.

Respecto al tema del Covid-19, los directivos comentan que este tiempo ha servido para afinar detalles en términos de desarrollo y planeación para lograr un producto mucho más refinado. "Creo que ha sido incluso hasta benéfico para la planeación del proyecto, de repente lo vorágine de la actividad nos hacía tener una planeación un poco *on going*, en marcha, pero definitivamente hemos refinado y acentuado los valores distintivos de Kuha", argumenta el asesor financiero de la firma.

Por su parte Carolina Granados expresa: "Somos conscientes de cómo está la situación, pero tenemos la certeza que vamos a tener una buena etapa de ventas para cerrar el año, porque al final del día es un proyecto donde se puede asegurar la inversión [...] Si te pones a ver desarrollos en la Riviera Maya en donde quieras obtener plusvalía, una buena densidad, belleza natural, un estilo *wellness*, y además certeza jurídica, realmente el proyecto que cubre todas esas características es Kuha Wellness Community".



¿Cómo será la industria turística y hotelera después de la pandemia?

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

Después de 3-4 meses de confinamiento mundial por la pandemia del Covid-19, diversos países comenzaron la apertura de fronteras, lo que llevó a hoteles, restaurantes y comercios en general, además de vuelos nacionales e internacionales a reiniciar sus actividades.

Lo que quiere decir que la reactivación de la industria turística es algo cada vez más seguro, aunque aún existe el temor de rebrote en algunos países como España y China, mismos que para los últimos días de junio, presentaban 50 y 311 nuevos contagios, respectivamente.

El continente Americano por su parte, es ahora el epicentro del mayor número de enfermos y muertes en el mundo. De acuerdo con la Universidad Johns Hopkins, que rastrea casos registrados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), las infecciones en América Latina y el Caribe superaron los 3 millones (*datos hasta la primera semana de julio).

La Secretaría de Salud en México reportó, hasta el primer fin de semana de julio, más de 299 mil casos y poco más de 35 mil muertes. Sin embargo, la República Mexicana ha iniciado la apertura y reactivación de algunas actividades económicas, tomando como base el semáforo epidemiológico.

En la Ciudad de México, la Jefa de gobierno, Claudia Sheinbaum, informó que a partir del lunes 29 de junio la ciudad pasaba a color naranja, lo que permitiría la reapertura escalonada de comercios al menudeo con un aforo de 30%, deportivos públicos, hoteles, restaurantes, tianguis, mercados, entre otros.

Acción que significó una 'luz al final del túnel' para la población que debido al cierre de los comercios y cese de actividades, perdieron de manera definitiva o temporal su ingreso económico.

Según datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), entre marzo y mayo se perdieron un millón 30 mil 366 puestos de trabajo formales, mientras que en junio, a pesar de mostrar una desaceleración, la cifra acumulada sumó un millón 113 mil 677 empleos perdidos al cierre del primer semestre de 2020.

Por sectores, el turístico fue de los más afectados, diversos organismos públicos y privados han dado a conocer las cifras negativas que el coronavirus dejó a su paso, tanto en pérdida de empleos, llegada de viajeros nacionales e internacionales e ingreso de divisas.

La Asociación de Secretarios de Turismo (Asetur) declaró que debido a la emergencia sanitaria se ha registrado una reducción en el consumo turístico equivalente a 1.6 billones de pesos. "La pandemia ha sido un golpe muy duro para la economía, y el sector turismo ha sido el más afectado en México y el mundo. Contamos con recursos muy escasos para enfrentar este enorme reto de la recuperación del sector", señaló en comunicado.

Por su parte, Luis Barrios, presidente y director general de Hoteles City Express, coincidió, durante el webinar "Turismo ante el Covid-19" organizado por El Economista, en que existe una falta de recursos para apoyar a los empresarios del sector, "89% de estas compañías están en este grado de Pyme, las cuales no tienen tanto acceso a crédito, ni están altamente capitalizadas, se podría decir que vivimos al día en los pequeños hoteles igual que el resto de la economía nacional".

Situación que para María Teresa Solís Trejo, experta de Turismo y Desarrollo Regional de Deloitte S-Latam, se traduce, en la peor crisis que el turismo ha tenido en la historia y en una completa falta de prioridad para su reactivación por parte de las políticas públicas. Por lo que el sector privado ha tenido que salir a tomar ese liderazgo. Además de sensibilizar a todos los niveles sobre la importancia de tomar las medidas necesarias para apoyarlo.

Aunque hasta la primera mitad de julio no se ha emitido mayor información, tanto la Secretaria de Turismo y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes anunciaron que se encuentran trabajando en alianza con Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) para el otorgamiento de créditos que apoyen al sector hotelero y aéreo, afectados por la pandemia.

Decisión que los empresarios ven como ganancia, ya que de concretarse, sería el primer apoyo por parte del gobierno federal, desde el inicio de la crisis.

"89% de estas compañías están en grado de Pyme, las cuales no tienen tanto acceso a crédito, ni están altamente capitalizadas", Luis Barrios, presidente y director general de Hoteles City Express.

Nueva era Post Covid

A finales de junio, la Unión Europea anunció al mundo una lista de 15 naciones que podrían acceder a dicho territorio como parte de una estrategia para reactivar el turismo. Cabe destacar que México no se ubicaba en ninguno de los países autorizados, ya que para ingresar a la lista era necesario contar con una situación epidemiológica parecida o mejor a la europea.

Por lo que Miguel Torruco Marqués, secretario de Turismo, comentó que lo que realmente reactivará el sector serán los visitantes nacionales y, posteriormente, el turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá. Para esto, cada destino en particular ha tomado medidas sanitarias y de seguridad para proporcionarles a los visitantes una mayor confianza a la hora de viajar.

Safe Travels Stamp, fue una de las primeras soluciones que el Consejo Mundial de Viajes y Negocios (WTTC, por sus siglas en inglés) otorgó a los destinos y prestadores de servicios turísticos que adoptaron sus protocolos estandarizados globales de salud e higiene, para que los consumidores y los turistas puedan experimentar viajes seguros.

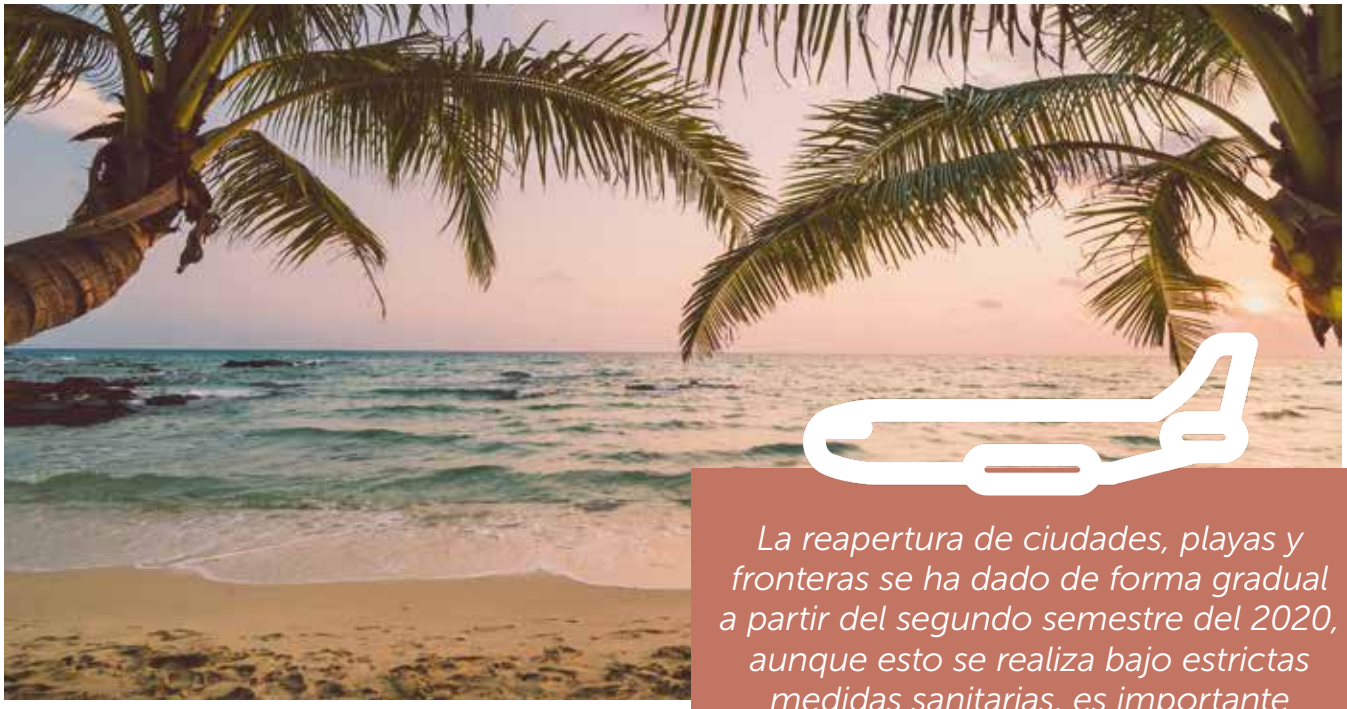
Tanto los protocolos como el sello fueron elaborados con la Organización Mundial de la Salud y los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de Estados Unidos y están respaldados por la Organización Mundial del Turismo. Gloria Guevara Manzo, presidenta y CEO del WTTC, afirmó en una videoconferencia que 'el sello busca recuperar la confianza de los turistas, una vez que las autoridades de cada país determinen la apertura responsable de sus destinos'.

Hasta el mes de julio el territorio mexicano contaba con nueve destinos con el sello de viaje seguro, lo que significa que cumplen con estándares de seguridad para prevenir los contagios: Baja California Sur, Jalisco, Yucatán, Michoacán, Oaxaca, Quintana Roo, Nayarit, Campeche y Guanajuato.

Derivado de esto, diversas compañías comenzaron a realizar e implementar sus propios protocolos sanitarios, tomando como base las principales medidas: distanciamiento social, digitalización de servicios, nuevo concepto del buffet, evitar contacto con elementos, controles preventivos de evaluación médica y control de aforos en todos los espacios.

Queda claro que todos y cada uno de los elementos que componen esta industria se han comprometido y esforzado por reactivarla y por proporcionar un ambiente seguro, no obstante, esta pandemia no sólo llegó a cambiar la dinámica de hospedaje, sino el proceso completo para planear y realizar un viaje ya sea médico, de negocios o de placer.

¿Cómo viajar después del COVID-19?



La reapertura de ciudades, playas y fronteras se ha dado de forma gradual a partir del segundo semestre del 2020, aunque esto se realiza bajo estrictas medidas sanitarias, es importante mencionar que cada ciudad, estado y/o país no está obligado a recibir viajeros internacionales si así lo considera.

La reapertura de ciudades, playas y fronteras se ha dado de forma gradual a partir del segundo semestre del 2020, aunque esto se realiza bajo estrictas medidas sanitarias, es importante mencionar que cada ciudad, estado y/o país no está obligado a recibir viajeros internacionales si así lo considera.

Un ejemplo es la declaración de la Unión Europea, en la que señaló que la lista publicada, sólo era una recomendación "ya que cada uno es competente en materia de fronteras y puede decidir si mantiene el veto, por lo que la entrada de viajeros no está garantizada".

Por lo que aquellos que buscan vacacionar una vez que se levanten las restricciones, lo harán a destinos (nacionales) más cercanos y abiertos, lejos de las grandes ciudades, de tal forma que los viajes cortos en avión o carretera serán los de mayor demanda.

Hecho que quedó confirmado por el titular de la Sectur, quien destacó en videoconferencia, que "el turismo interno será fundamental para sacar adelante la problemática turística. Tan sólo el año pasado, representó una derrama de consumo 142 mil millones de dólares, con un 82% de ocupación hotelera, se registraron 102 millones de turistas nacionales hospedados. Todos los países están apostando a su turismo interno".

Segmento que buscará realizar viajes de no más de 3 horas en carretera o 4.5 horas en avión para el caso de los extranjeros provenientes de Estados Unidos y Canadá.

Al ser una de las actividades económicas que más divisas genera para el país, José Manuel López Campos, presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur) mencionó durante el foro Reactivando México, que la acción más urgente para el reinicio de la industria es la promoción dirigida a los turistas nacionales, quienes en este nueva realidad, podrían llegar a ser el 85% del flujo de viajeros.

Asimismo, María Teresa Solís Trejo, afirmó que pese a existir campañas promocionales que fomenten el turismo, "es difícil competir, sobre todo en el mercado internacional, si no tienen los recursos para alimentar ese plan de medios. Lo que debe suceder es una dispersión de los esfuerzos locales, y en determinado momento evitar la canibalización entre destinos nacionales, la competencia es afuera, no en el interior".

Hoteles y restaurantes

Entre las principales preocupaciones de la industria turística, se encuentra la seguridad sanitaria con la que contarán los hoteles a la hora de viajar, por lo que varias cadenas y grupos se han comprometido a mejorar la experiencia de los huéspedes, rediseñando la limpieza y favoreciendo su bienestar en toda la estadía usando protocolos y medidas de servicio con base científica. Algunas de las compañías mundiales son:

- IHG (InterContinental Hotels Group) con el programa *Clean IHG Promise.*
- Marriott Bonvoy creó el Consejo global de limpieza de Marriott.
- Grupo Hilton con *Hilton CleanStay.*
- City Express Hotels con la certificación *Safe Hotels ColdClean.*
- Oyo Hotels con Estancia Sanitizada.
- Camino Real Hotels, sello de garantía *Real Clean.*
- Park Royal Hotels & Resorts implementó *Safe Guest Program.*
- Barceló Hotel Group con el programa *We Care About You.*
- Palladium Hotel Group anunció un seguro de atención médica que incluye cobertura de gastos médicos, hospitalización, traslados y prolongación de estancia.
- RCD Hotels con Hard Rock SAFE + SOUND
- Meliá Hotels International con Stay Safe With Melia.
- NH colabora con SGS en la implementación de un protocolo de medidas y diagnósticos, bajo el concepto Feel safe at NH.
- Grupo Posadas cuenta con el programa Viaja con Confianza en el que se ubican todas las certificaciones internacionales. Además de una colaboración con el hospital ABC.

Aunque el denominador de estos programas es la sanitización de espacios para mantener libre de coronavirus tanto a los huéspedes como a los empleados, aún no se sabe con exactitud qué tanto cambiará esta dinámica a la que ya se estaba asombrado.

No obstante, el también Presidente de la Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles (ANCH) mencionó que la hotelería mexicana está preparada con todos los servicios y protocolos necesarios para recibir a las personas.

"Los usuarios cambiaran temas, formas y preferencias de compra, se enfocarán en lo austero y local, cuidando siempre el riesgo de contagio; y para eso la hotelería y el sector privado en conjunto con la Sectur se están encargando en contar con toda esa plataforma necesaria para que no afecte la decisión de compra de los diferentes consumidores".

Como resultado de lo anterior, la Secretaría de Turismo, presentó el 13 de julio, el sello de calidad Punto limpio V202, el cual tiene como principal objetivo proporcionar a los turistas, nacionales y extranjeros, un ambiente de seguridad e higiene tanto en las instalaciones donde se hospeden, como en la cadena de servicios empleados a lo largo de su estancia.

"Es importante señalar que este Sello de Calidad es el único que cuenta con el respaldo institucional tanto de la Secretaría de Salud como de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social; así como de la Secretaría de Turismo, y su otorgamiento representa un valor agregado para los establecimientos acreedores a este reconocimiento y para México como destino", apuntó Miguel Torruco Marqués, titular de la dependencia.

De igual forma, la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), presentó el protocolo de prevención llamado "Mesa Segura" donde se establece separación entre mesas de 1.5 metros, protección antiestornudo para buffets y barras de alimentos, implementación de menús digitales y fomentar el sistema de reservas en línea.

Transporte aéreo y terrestres

Claro está que los viajes en avión cambiarán considerablemente en todo el mundo, debido a la implementación de protocolos especiales para mitigar los casos de coronavirus. Razón por la que los aeropuertos y terminales de autobuses mantendrán, en general, los mismo requisitos: uso obligatorio de cubrebocas y/o careta durante el viaje y en las instalaciones, uso de gel antibacterial, toma de temperatura, tapetes desinfectantes, llenado del cuestionario de identificación de factores de riesgo en viajeros, entre otros.

Este último pide proporcionar datos básicos como nombre, correo y teléfono, además de nombre de la aerolínea con la que se viajará, número del vuelo, asiento y si se ha tenido síntomas y contacto con algún caso confirmado de Covid-19; finalmente el sistema proporcionará un código QR para pasar el filtro de seguridad en el aeropuerto.

De igual forma, se dará prioridad al uso de la tecnología para evitar contacto, por lo que aerolíneas como Interjet, Volaris y Viva Aerobus les han sugerido a los clientes, realizar check-in en línea para evitar las filas y mantener la sana distancia, mientras que Aeroméxico dará servicio intercalado en mostradores.

De acuerdo con un estudio realizado por la agencia de viajes online Despegar, la tecnología tendrá un papel primordial en las terminales aéreas, en las que se buscará utilizar elementos de identificación biométricos para evitar el contacto con los pasajeros, a quienes se les tomará la temperatura a su llegada y se fomentará el check-in vía remota.

Se dará prioridad al uso de la tecnología para evitar contacto, por lo que aerolíneas como Interjet, Volaris y Viva Aerobus les han sugerido a los clientes, realizar check-in en línea para evitar las filas y mantener la sana distancia.

Turismo del Futuro, acciones que llegaron para quedarse

Si de algo están seguros los expertos y empresarios del sector es que los protocolos que hoy día se están utilizando, traerán en un futuro no muy lejano, cambios permanentes temporales para el consumidor. Luis Barrios, detalló que en su opinión, el cambio en la comunicación con y hacia los huéspedes, al igual que los cuidados sanitarios (aunque menos rigurosos) serán permanentes.

"Tener una mayor comunicación con los clientes, mediante los nuevos canales como las redes sociales y demás medios digitales, será indispensable. Actualmente un anuncio en una carretera ya no tiene el mismo impacto en el número de personas que si lo comparamos con las redes sociales. La innovación viene en el cambio de perfil del consumidor, el que le atine a saber cuáles serán las necesidades de corto plazo y cuáles se van a quedar en el mediano, será quien tenga una ventaja competitiva".

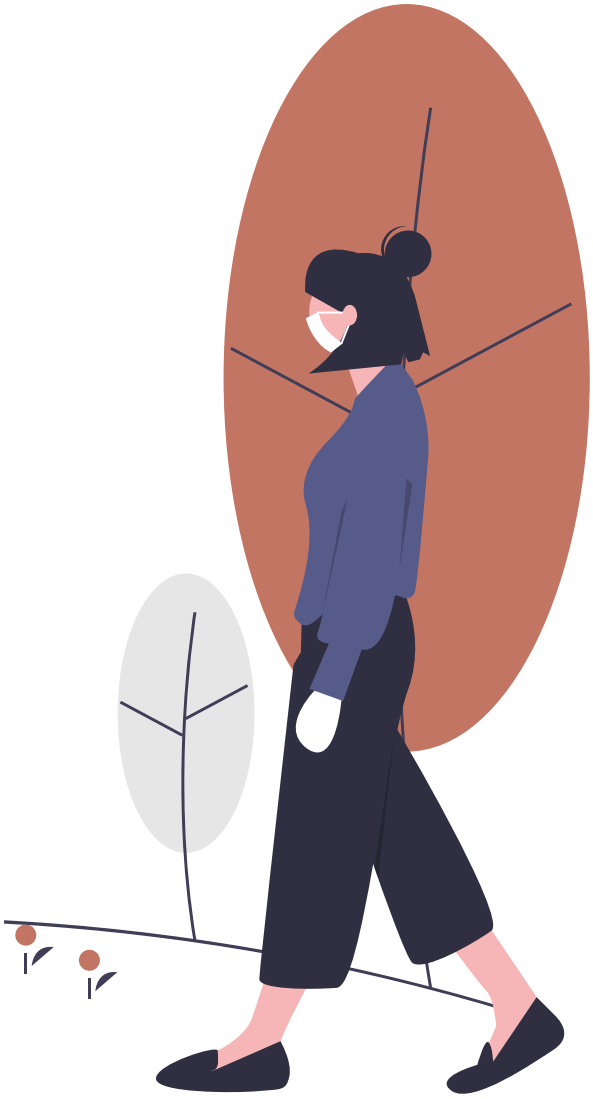
Lo que va de la mano con un mayor uso de la tecnología en todos los sectores del país. Braulio Arsuaga Losada, director general de Grupo Presidente, comentó que es muy pronto para asegurar el nacimiento de un 'turismo post covid'. Sin embargo, espera que una vez se tengan las condiciones económicas adecuadas, se puedan ingresar procesos innovadores y oportunos para la seguridad de los huéspedes en los hoteles.

"En las oficinas corporativas de Grupo Presidente, estamos implementando el uso de inteligencia artificial a través de cámaras para la detección de temperatura; además, a través de los celulares con bluetooth, quedará registrado cada vez que estemos en las oficinas y con quien, el objetivo es que si alguien tiene Covid-19, saber con quien tuvo contacto 14 días antes".

Si de algo están seguros los expertos y empresarios del sector es que los protocolos que hoy día se están utilizando, traerán en un futuro no muy lejano, cambios permanentes temporales para el consumidor.

Como parte de esta nueva era de la digitalización, la Sectur presentó el primer Tianguis Turístico Digital, evento que se realizará los días 23 y 24 de septiembre del año en curso, y que además será el preámbulo para la 45 edición del Tianguis Turístico, que tendrá lugar en Mérida, Yucatán, del 21 al 24 de marzo del 2021.

"En la era de la tecnología, la Secretaría de Turismo no puede estar al margen de sus avances, por lo que decidimos aprovechar los recursos y herramientas a su alcance para poner en marcha esta interesante y novedosa iniciativa", declaró Torruco Marqués en videoconferencia.



Del mismo modo, Arsuaga Losada, quien también estuvo presente como Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), señaló que la realidad de hoy obliga a ser más flexibles y adaptables, principalmente en un entorno de competencia para captar el mayor número de viajeros posibles.

Asimismo, otro de los puntos que podría mostrar grandes cambios en un futuro no muy lejano, es el pago de servicio sin efectivo, ya sea utilizando las aplicaciones móviles de los bancos, CoDi, tarjetas digitales o criptomonedas.

Kevin Lzeo, CEO de Bellinus, declaró durante el webinar "Reinventar a la industria: herramientas digitales para adaptarse a una nueva realidad", organizado por Abastur, que el escenario actual, también ha dejado cosas positivas para acelerar el comportamiento digital de los consumidores.

"Si bien la digitalización ya iba a la alza, el Covid-19 solo lo aceleró, dejó de ser una innovación para convertirse en una necesidad, por eso yo como empresa necesito adoptar el mayor número de técnicas posibles para saber qué hacer con lo que tengo".

A inicios del mes de julio la agencia de viajes por internet, Expedia anunció la alianza con la plataforma de reserva de hoteles y alojamientos, Travala.com, la cual acepta más de 30 formas de criptomonedas, incluyendo Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Binance Coin (BNB) y AVA, la criptomoneda nativa del buscador. Además de los métodos de pago tradicionales.

Del mismo modo, los expertos detallaron que el mayor reto dejado por la pandemia es la reeducación de la población, ya que habrá que aceptar y acostumbrarse a las nuevas reglas, protocolos y nuevos tiempos de espera que esto traerá.

El mayor reto dejado por la pandemia es la reeducación de la población, ya que habrá que aceptar y acostumbrarse a las nuevas reglas, protocolos y nuevos tiempos de espera que esto traerá.

EL 'NEW NORMAL' DE LAS PERSONAS EN LOS CENTROS COMERCIALES

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Debido a la falta de espacios públicos como parques y plazas en Latinoamérica, los centros comerciales han adquirido un rol social, se han convertido en las nuevas plazuela de las ciudades y los pueblos, expresa Jorge Lizán, Managing Director de Lizan Retail Advisors (LRA) en el webinar de Inmobiliare "El 'new normal' en la industria del retail post Covid-19". Este rol social se rompió por primera vez, en los 65 años de historia de los retailers, debido a la llegada de la pandemia de Covid-19. "Por primera vez los centros comerciales a nivel mundial tuvieron que cerrar al mismo tiempo, y las miles de tiendas que están ubicadas en este lugar no están vendiendo".

Tan sólo a finales de marzo en la Ciudad de México, la Jefa de Gobierno Claudia Sheinbaum, ordenó cerrar los cerca de 338 centros comerciales que existen en la capital del país, al considerar que estos espacios son fuentes de contagio del virus; la decisión fue tomada también para disminuir la exposición de la gente.

> A finales de marzo, la Jefa de Gobierno de la CDMX, Claudia Sheinbaum, ordenó cerrar los cerca de 338 centros comerciales de la capital del país.

Cabe mencionar, que los únicos establecimientos que podrían estar abiertos en los centros eran cadenas de servicio como: Chedraui, Comercial Mexicana, Soriana, Walmart, Aurrera, Sam's Club, por mencionar algunas; asimismo, locales que brindan servicio de telecomunicaciones (Telcel, AT&T, Movistar, etc).

El modelo de negocio en el que estaban basados estos lugares también se rompió, "los consumidores compran bienes y servicios, con este dinero los inquilinos le pagan a sus caseros una renta que normalmente es del 8 o 10% de sus ventas, con algún porcentaje de esos ingresos, los desarrolladores reparte dividendos a sus accionistas o pagan hipotecas", explica Jorge Lizán.

Comportamiento del retail

En el primer semestre 2020, el mercado comercial aumentó el piso de venta de centros comerciales (mayores a 10 mil m²) en más de 203 mil m² , con dos expansiones entregadas. La zona sureste de la República Mexicana reportó el mayor número de centros comerciales nuevos, informa la agencia inmobiliaria Colliers México en su reporte 1S/2020 Reporte de mercado retail. En este periodo, el tipo de centro comercial que muestra la mayor ocupación son los Fashion Mall con 94%, seguido de los Power Center y Centros Comunitarios con 92 por ciento.

Asimismo, en dicho trimestre, se registró el inicio de operaciones de cinco centros comerciales nuevos, mayores a 10 mil m² rentables y dos ampliaciones, con una superficie rentable de 203,413 m² , de los cuales el 48% están en la zona Sureste y el 32% en la zona Metropolitana.

Hasta junio de 2020, en México hay 809 inmuebles, con una superficie rentable superior a los 24.7 millones de m². La zona Centro es la que concentra la mayor cantidad de m² con 7.7 millones, 32% del total, y en segundo lugar la zona Metropolitana con 6.9 millones, con 28 por ciento.

"El mercado de Retail ha sufrido una caída en comparación con los últimos tres años, en los que su ocupación promedio se ubicó en 95%. Este descenso se debe principalmente al inicio de la pandemia global de Covid-19 que obligó al gobierno mexicano a implementar la Jornada Nacional de Sana Distancia el 16 de marzo, e iniciar la suspensión de actividades no esenciales de abril a junio", expresa Colliers.

Hasta junio de 2020, en México hay 809 inmuebles, con una superficie rentable superior a los 24.7 millones de m².

Aparte de afectar a los sectores de entretenimiento, comida y moda; también perjudicó a la construcción, ya que con la incertidumbre económica que se vive a nivel mundial, los metros cuadrados que pensaban ingresar a los siguientes años están en validación, pronostica la agencia inmobiliaria.

"Se tienen monitoreados 46 centros comerciales en construcción, dichos inmuebles se incorporarán tentativamente al inventario entre 2021 y 2022, en total suman alrededor de 1.9 millones de metros cuadrados".

Este reporte indica que se tienen en supervisión cerca de 2.0 millones de m² en 45 inmuebles en construcción; mientras que en proyectos 1.5 millones de m² en 40 propiedades.

También el reporte indica que para el segundo semestre 2020, se espera la apertura de 12 centros comerciales nuevos, mayores a 10 mil m² y dos expansiones, lo que incrementa a más de 500 mil metros cuadrados, aunque se podría retrasar su apertura.

Entre las características que tendrán los próximos malls es que incorporarán espacios abiertos, elementos naturales, proyectos de usos mixto y marcas funcionando como anclas como es IKEA.

"Para el segundo semestre 2020, se espera la apertura de 12 centros comerciales nuevos, mayores a 10 mil m² y 2 expansiones", comenta Colliers México.

Adaptabilidad de los centros comerciales en el mundo virtual

En la emergencia sanitaria, las empresas dedicadas al desarrollo inmobiliario comercial tuvieron que realizar alianzas estratégicas con plataformas tecnológicas o crear su propia aplicación móvil como fue el caso de Grupo Gicsa y Thor Urbana.

A finales de abril, Gicsa anunció que llevaría sus centros comerciales al mundo virtual de la mano de la multinacional colombiana Rappi, es decir, los usuarios de la app pueden encontrar todos los malls de esta empresa con ayuda de su dispositivo móvil. Las personas que deseen adquirir un artículo o servicio podrán ingresar al centro comercial digital, en el que visualizan todas las marcas que se encuentren en el desarrollo, desde tiendas de ropa hasta restaurantes.

"Al ingresar al botón del mall se tendrá diferentes categorías de cada una de las marcas, del mismo modo se podrá realizar las búsquedas que quieran. Las firmas tendrán categorías, en donde se observará sus productos en catálogos con fotos, precios, tallas y colores", informa en entrevista para Inmobiliare Marcos Shamosh, Director de Nuevos Negocios de la desarrolladora.

Además de visualizar los centros comerciales en Rappi, también la empresa se encargará de los envíos, los cuales llegarán hasta la puerta del domicilio del usuario en tal sólo 30 minutos o una hora.

Por su parte, Thor Urbana lanzó a principios de junio su primera plataforma de shopping delivery 'Thor2GO', en el que los más de 300 arrendatarios de los centros comerciales de la empresa tienen acceso a este canal de venta remoto. La empresa se alió con la compañía de transporte y logística EnvíaYa!, así como con las empresas de DHL, UPS, Fedex y Estafeta, las cuales entregan los productos al cliente.

"Este proyecto nació pensando en nuestros arrendatarios y en los visitantes de nuestros centros comerciales, aunado al compromiso que tenemos por innovar constantemente [...] hoy estamos muy activos explorando nuevas oportunidades en beneficio a nuestros socios comerciales y consumidores en todo México", expresa Alexis Ellstein, Director de Mercadotecnia de Thor Urbana.

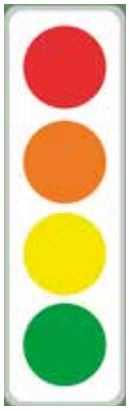
Cabe señalar que con el confinamiento, los mexicanos incrementaron 47% sus compras online, así lo dio a conocer IAB, la asociación que agrupa a las empresas de la publicidad interactiva de los principales mercados del mundo.

Mientras que en la edición del Hot Sale 2020, las ventas ascendieron un 81%, es decir, 20 mil 155 millones de pesos en comparación con el año anterior que registró más de 11 mil millones de pesos.

Con el confinamiento, los mexicanos incrementaron 47% sus compras online, informa IAB en su reporte.

Protocolos que deben cumplir los centros comerciales de la capital del país

A mediados de mayo, la Jefa de Gobierno Claudia Sheinbaum dio a conocer el "Plan Gradual hacia la nueva normalidad de la Ciudad de México", que establecen las estrategias que se implementarán para reanudar las actividades laborales, sociales, educativas, culturales y económicas, este se lleva a cabo de acuerdo a un semáforo de riesgo epidemiológico. Dependiendo de la capacidad hospitalaria es el color del semáforo:



Rojo (mayor a 65%)

Naranja (menor a 65%)

Amarillo (inferior al 50% y con dos semanas de tendencia baja)

Verde (menor a 50%, menos un mes con ocupación baja)

La ciudad entró a semáforo naranja el 29 de junio, pero fue hasta el 8 de julio que los centros comerciales abrieron a una capacidad del 30 por ciento. Para llevar a cabo esta acción el Gobierno de la Ciudad de México propuso lineamientos con medidas de protección a la salud, los cuales deben cumplir los malls en esta nueva normalidad.

Los centros comerciales deben seguir los siguientes protocolos:

- Realizar un conteo de las personas que entran, para que estos puedan operar a un 30% de su capacidad.

- Resguardar el acceso preferencial a las personas vulnerables: adultos mayores, mujeres embarazadas que estén en lactancia, con discapacidad o alguna enfermedad crónica.

- Asegurar el flujo continuo de personas, es decir, por cada egreso permitir un ingreso, y así evitar aglomeraciones de personas en el exterior del recinto.

- En caso de contar con dos accesos, se debe habilitar uno para el ingreso y otro para el egreso. En caso de no poder realizar lo anterior, y que solo se cuente con un acceso, éste debe ser dividido indicando y marcando el sentido de circulación.

- La distancia de 1.5 metros debe estar indicada en el piso como en pasillos, acceso a cajas y cualquier otro servicio que se requiera.

Además, los centros comerciales deben seguir los siguientes lineamientos para sus visitantes:

• Uso obligatorio y correcto de cubrebocas y careta a las personas durante el ingreso y la estancia.

• Aplicar gel antibacterial a todos los visitantes.

• Informar sobre la distancia mínima de 1.5 metros que debe de existir entre las personas.

• Recomendar a los usuarios guardar silencio en todo momento.

• Habilitar y comunicar sobre los sistemas que promuevan el pago sin contacto (CoDi, tarjetas de crédito, plataformas virtuales, etc.).

• Suspender las degustaciones.

• Los restaurantes en zonas y áreas de comida (food courts) operarán mediante modalidades de servicio para llevar y recoger.

• Los centros comerciales que cuenten con áreas y espacios para comer (food courts) en espacios al aire libre podrán operar siempre y cuando se respeten las medidas de sana distancia entre mesas y personas y se haga desinfección constante de las mismas. Mientras que las áreas y lugares para comer que se encuentren dentro de espacios techados deberán permanecer cerrados.

• Implementar una estrategia para el uso adecuado de escaleras o rampas eléctricas y/o elevadores.

• Vigilar que los elevadores sean utilizados correctamente; la espera para abordar debe realizarse en forma de fila, de 1.5 metros de distancia entre personas y utilizar gel antibacterial después de tocar los botones del ascensor.

• Debe haber material informativo en la entrada y en distintos espacios sobre las buenas prácticas preventivas (lavado de manos, estornudo en el ángulo interno del codo, distanciamiento social, entre otras).

• Las zonas infantiles, ludotecas o cualquier área dedicada a alguna actividad deberá estar cerrada.

• Actividades dentro del centro de formación grupal como eventos, promociones, etc, están suspendidas.

Además de estos protocolos, el Gobierno de la Ciudad de México dio a conocer nuevas medidas para la apertura de los centros comerciales:

• Sólo podrá ingresar una persona al centro comercial, con excepción de un adulto acompañado de un menor o de un adulto mayor.

• Los visitantes sólo pueden permanecer un máximo de una hora.

• Todos los negocios abren de 11 am a 5 pm, excepto los esenciales: restaurantes, bancos, farmacias, venta de alimentos (supermercados).

• No habrá a disposición del cliente productos de prueba (cosméticos, perfumería y similares).

• Deben estar cerradas las zonas de probadores de ropa.

• Disminuir la capacidad de almacenaje de autos en estacionamientos de acuerdo al porcentaje de aforo permitido, que es 30% para el semáforo naranja.

New normal de las tiendas departamentales

Las tiendas departamentales, también tiene sus propias reglas para que puedan operar, esto debido a que muchos se encuentran fuera de las plazas. Si bien, las medidas son similares a los centros comerciales en cuanto a: uso obligatorio del cubrebocas, aplicación del gel antibacterial, informar sobre la distancia mínima de 1.5 metros, permitir el acceso a una persona, etcétera. Adicionalmente, deben cumplir con las siguientes medidas:

- Recomendar el uso de caretas o protectores oculares como gogles.

- Evitar que los clientes toquen cualquier artículo que no vayan a comprar.

Hay tiendas como Forever 21 que tienen protocolos internos independientes a los lineamientos de las autoridades nacionales y locales para garantizar aún más la seguridad de los consumidores. "La cultura y disciplina de lo que es la salud física de nuestros clientes y asociados es de vital importancia, es parte de una prioridad. Todas estas semanas en las que hemos cerrado se han generando medidas, estamos enfocados en hacer algo más por la comunidad", explica en entrevista para Inmobiliare Carlos Ibarra, CEO de IB Group.

Carlos Ibarra, CEO de IB Group.

Es por ello que existe un protocolo de sanitización antes de la distribución, llegada a los centros de distribución y antes de la salida de la mercancía. Este mismo procedimiento se hace en las tiendas, informa el directivo; además se cuenta con otro relacionado con la interacción con el cliente.

"Estamos siguiendo lo que cada municipio y estado nos dicta respecto a la apertura, capacidades, tráficos y la asistencia a las tiendas. Estamos tomando todas las medidas necesarias de higiene para que no seamos víctimas de estos efectos de la contaminación".

Cada tienda cuenta con tres personas que vigilan la entrada, toman la temperatura y proporcionan gel antibacterial. Los accesos de la tienda se dividen en entrada y salida, con el fin de controlar el flujo de visitantes.

El aforo de las personas será entre el 30-35%, como lo han dictado las autoridades; en términos de tráfico, Forever 21 no espera más del 40-50%, al menos en los primeros meses. "Existirán fechas importantes de venta como es el Buen Fin, holiday inn, la temporada de compras de fin de año o el back to school, el cual tenemos que empezar a entender que es este nuevo regreso, porque sino va hacer presencial tampoco habrá ventas".

Cabe mencionar que cada estado y municipio ha dictado sus propias medidas, que en muchas ocasiones son distintas. Para las entidades que permitan probarse la ropa, la tienda tiene un protocolo de sanitización con el fin de brindar seguridad e higiene a sus visitantes.

Desinfectan los probadores en cada uso, el staff debe asegurarse que cada que un cliente entre al cubículo, este se haya limpiado. Existen dispensadores de gel antibacterial y hay stickers en fila que indican la distancia entre personas.

Las prendas que se dejan en los probadores se quedan ventiladas y se sanitizan con vapor a más de 120 grados. Después de este procedimiento de desinfección retornan a su ubicación original; lo anterior se hace hasta el final del día, con el fin de juntar todas las prendas y volver a sanitizar. "Tenemos que tener mucho cuidado con todo el protocolo desde que un comprador y los colaboradores entran, por lo que hay que establecer que los cuidados sean extremos para que en todo momento se tenga seguridad", expresa la empresa.

La sanitización en las tiendas se hace cuando hay cambio de turno o al final del día. La limpieza de un establecimiento es proporcional a la cantidad de tráfico que se tuvo, ante esto en Forever 21 se ha decidido que se hará antes de la apertura y en el cierre, explica Ibarra.

Diversas personas se preguntan sobre qué pasará con la devolución y cambios en la ropa, para esto, Ibarra explica que al menos en Forever 21 continuarán con este procedimiento ya que es una política de la empresa, y que en cuanto la mercancía regrese a la tienda se hará el proceso de sanitización.

Asimismo, explica que debido a la acumulación de mercancía, esta se venderá con un descuento, esto es porque financieramente todas las marcas necesitan restablecer su nivel de salud monetaria para que continúen operando.

Para este regreso a la nueva normalidad, en las jornadas de capacitación, Forever 21 pregunto a sus colaboradores si algún familiar o persona cercana a ellos habían presentado síntomas de este virus, esto con el fin de conocer si los empleados han estado en contacto con una persona que haya enfermado. "Las personas que hayan presentado esta dificultad entran a cuarentena obligatoria, hasta que se tenga la certeza de que no son portadores de este virus y posteriormente regresan a su puesto de trabajo".

En caso de que se presente una persona con síntomas de Covid-19, la tienda cuenta con un protocolo de emergencias, asimismo con un seguro para coberturas de cualquier índole que está vigente, explica Ibarra.

La gran mayoría de las tiendas de Forever 21 se encuentran en centros comerciales, en ese sentido estos lugares también cuentan con sus servicios de atención médica y seguridad para cuidar de sus visitantes, por lo cual la marca de ropa se siente respaldada por estas plazas.

Muchas empresas alrededor del mundo registraron bajas en su personal y Forever 21 no fue la excepción, de acuerdo con el CEO de IB Group, tuvieron una reducción del 16% de su plantilla. "La rotación de personal es importante, hay compañías que llegan a sufrir el 100% de esta en sus trabajadores, por ejemplo hay firmas que tienen mil empleados y tienen mil contrataciones nuevas porque muchas veces la gente se va, son estudiantes o cambian de domicilio, etc.".

Forever 21 decidió ya no contrataron a más personal de las vacantes que habían; por lado, los ajustes en su área de ventas, los obligó a reducir cierta cantidad de personal, lo que provocó que internamente hubiera una reasignación dentro de las tiendas, es decir, en el quehacer de cada uno de sus colaboradores.

En la Ciudad de México, la Jefa de Gobierno canceló la reapertura de los centros comerciales el 6 de julio, como se había planteado; esta decisión la tomó basada en las malas prácticas que habían hecho algunas tiendas; por lo que anunció que sería hasta el 8 de julio cuando se volvieron abrir.Ante esto, Patricio Ibarra manifiesta que tanto como mexicano y empresario consciente, si se tiene que volver a cerrar para que esta enfermedad no se siga propagando así lo harán, ya que no quiere exponer ni a sus clientes y empleados.

Aunque no duda que esta decisión pueda ser un tanto aterradora económicamente, "se está haciendo más grande el agujero financiero y la acumulación de prendas que no tienen cabida en temporadas futuras para ser vendidas, va haber un momento en que nos vamos a desbordar en prendas", finaliza Patricio Ibarra.

Hasta el momento no se conoce si estas medidas de seguridad e higiene ayudan a evitar el contagio, de no ser así, el gobierno, propietarios y firmas tendrán un nuevo reto a enfrentar, ya que ellos deberán ofrecer nuevas prácticas para no cerrar y que sus visitantes se sientan tranquilos.

Sector restaurantero en la Nueva Normalidad: *el reto de la Sana Distancia*

Por: Rodrigo Sánchez, Editor de Bienes Raíces, Maestro por la Universidad de Melbourne.

La pandemia de Covid-19 tomó por sorpresa a una economía que, de por sí, enfrentaba retos gigantescos. Mientras que en Estados Unidos, la guerra comercial con China y las políticas del presidente Donald Trump, generaban cautela entre el público inversionista, en México, los cambios implementados por el gobierno de AMLO todavía no terminaban de convencer al sector empresarial.

Con el rápido crecimiento de la epidemia global del nuevo coronavirus, SARS COV 2, nuevos retos se avizoran: mientras que los mercados financieros recobran la confianza de forma paulatina, con la esperanza de una vacuna que podría estar disponible en el mediano plazo, el mercado inmobiliario se prepara para las medidas que significará la entrada a la Nueva Normalidad.

En los últimos años los espacios de usos mixtos presentaban una línea de crecimiento constante. De acuerdo con información publicada en 2018 por Inmobiliare, se esperaba que en un periodo de cinco años, este tipo de desarrollos representará el 80% del total del desarrollo de oficinas. Hoy, esa realidad no podría verse más empañada.

Mientras que no paraba de crecer el número de desarrolladores mixtos, en China se 'cocinaba' lo que sería una de las más grandes crisis sanitarias, económicas y sociales de la historia contemporánea: el Covid-19.

De acuerdo con datos de la Organización Mundial de la Salud, el Covid-19, nombre con el que se designó a la enfermedad generada por el nuevo coronavirus en un humanos, es un padecimiento respiratorio que, en su gran mayoría, no causa síntomas graves en quienes la contraen; sin embargo, en aquellos con comorbilidades como diabetes, enfermedades respiratorias crónicas, cáncer y tabaquismo, puede desatar consecuencias de salud delicadas e, incluso, mortales.

Aunque aún no se conocen al 100% cuáles son las vías de contagio, se sabe que entrar en contacto con 'gotitas' de saliva y fluidos de nariz, boca y garganta es de alto riesgo para la contracción del virus. Asimismo, las superficies no desinfectadas se consideran como una fuente de contracción.

Al no existir una vacuna o tratamiento que compruebe una certera efectividad para el tratamiento del Covid-19, los sistemas de salud alrededor del mundo luchan por mantener a flote a los cientos de pacientes que experimentan síntomas con hospitalización.

Al 6 de julio de 2020

Como parte de las medidas de seguridad para la población, y prevenir los contagios, varios países se sumaron a las campañas de distanciamiento social. Consisten en una serie de restricciones en la movilidad de la población para evitar aglomeraciones en espacios públicos, transportes, escuelas y oficinas. Los centros comerciales, entran dentro de los lugares cuyas restricciones incluyen el no acceso y cierre parcial o total a sus instalaciones.

En México, el primer caso confirmado de Covid-19 fue informado por la Secretaría de Salud el 27 de febrero. No fue hasta el 18 de marzo que el país superó el centenar de casos de coronavirus.

El 30 de marzo dio inicio la Jornada Nacional de Sana Distancia, con restricciones a nivel federal, que se transformó en la Nueva Normalidad a nivel estatal desde el 1 de junio.

A partir de esa fecha, se ha reiniciado de forma paulatina la actividad y, en CDMX, la ciudad más poblada del país, ya llegó al semáforo naranja, que consiste en la reapertura gradual de algunos espacios comerciales, como centros comerciales y tiendas departamentales al 30% de su capacidad.

Con un complejo panorama, en el que los desarrolladores e inversionistas vieron el flujo totalmente detenido por un periodo de poco más de tres meses, y que costó la salida de decenas de locatarios de los espacios, el nuevo reto consistirá en el aseguramiento de la sana distancia entre los asistentes a este tipo de lugares, que deberá ser garantizado, en gran medida, por los dueños.

Medidas sanitarias para la reapertura de centros comerciales y espacios departamentales

Tiendas departamentales	Centros comerciales
▪ Ingreso de una sola persona por familia por tienda ▪ Un acceso y una salida, exclusivamente ▪ Ingreso máximo de 40 minutos ▪ Filtro sanitario de acceso ▪ Contadores de acceso peatonal y vía automóvil (30%)	▪ Preferentemente una sola persona por familia ▪ Un acceso y una salida ▪ Ingreso máximo de una hora ▪ Filtro sanitario de acceso ▪ Contador de acceso peatonal y vía automóvil (30%)

Fuente: Gobierno de CDMX

Por otra parte, los restaurantes deberán limitarse a una capacidad del 30% de su aforo y 40%, en caso de estar localizados en CDMX y entrar dentro del programa 'Ciudad al Aire Libre'.

En México, el primer caso confirmado de Covid-19 fue informado por la Secretaría de Salud el 27 de febrero. No fue hasta el 18 de marzo que el país superó el centenar de casos de coronavirus.

En el caso de los espacios dentro de centros comerciales para consumir alimentos, popularmente conocidos como *food courts*, deberán permanecer cerrados hasta nuevo aviso por considerarse como sitios con especial propensión para la contracción del virus.

Al estar localizados, su gran mayoría, en espacios cerrados y por aglomerar a un número importante de personas en ellos, su futuro en el corto y mediano plazo es incierto, por lo que pensar soluciones para sus arrendatarios resulta un reto para los desarrolladores, quienes tendrán que repensar la fórmula de desarrollos mixtos comerciales, cuya amenidad central estuvo por largo tiempo focalizada en el *food court*.

El reporte de Consumo de Comida Rápida en México 2017, elaborado por Seale & Associates, considera que la industria de este tipo de alimentos no deja de crecer y estimó, para 2019, un valor de 226.6 mil millones, con un crecimiento anual compuesto del 6.2%.

Consideraba, además, que un componente vital para que se diera este tipo de exponencial crecimiento radicaba en la constante adquisición de puntos de venta. ¿Realmente aplica esta 'regla' en tiempos de Covid-19?

En el caso de los espacios dentro de centros comerciales para consumir alimentos, popularmente conocidos como food courts, deberán permanecer cerrados hasta nuevo aviso por considerarse como sitios con especial propensión para la contracción del virus.

Con Covid-19, la industria de comida rápida repiensa su evolución

Una de las grandes amenazas de la industria de comida rápida, en su dimensión más tradicional, era el de las famosas 'cocinas lentas', que tienen como objetivo conquistar a un paladar más exigente y que está cansado de las 'hamburguesas y hot dogs'.

Con la apuesta de cocina oriental a la cabeza, decenas de desarrolladores comenzaron a apostar por un modelo mixto, que contempla la adopción de este tipo de opciones en convivencia con los restaurantes de 'fast food' de siempre.

En el Cono Norte de América, cada vez era más común encontrar centros comerciales que, en su dimensión de *food court*, ofrecían opciones diversificadas y preferían denominarse como mercados gastronómicos. Algunos ejemplos de ello son Cocina Abierta, en Artz Pedregal, el área de comidas de Averanda, en Cuernavaca, y la remodelación y adaptación de los dos espacios de comedor de Perisur, en CDMX.

La llegada del coronavirus, y las medidas sanitarias y de restricción que trae consigo el 'virus de Wuhan', pone una nueva disyuntiva sobre la mesa: cómo adaptarse, y reinventarse, de cara a la nueva normalidad y a las disposiciones que marcan autoridades federales y locales, que adquieren una nueva relevancia al ser quienes disponen cómo avanza el semáforo de reactivación.

Restaurantes y servicio de comida a domicilio: nuevos panoramas para los tomadores de decisiones

Una realidad se viene encima: si bien, los servicios de entrega de alimentos y bebidas a la puerta del hogar u oficina ya eran una actividad bien consolidada en México, pre-pandemia, la llegada del coronavirus abrió la puerta para el crecimiento y diversificación del sector *delivery* en el país.

De acuerdo con datos del sitio *Marketing 4 eCommerce,* publicados el 5 de junio y consultados por Inmobiliare el 8 de julio, el consumo en restaurantes disminuyó en un 280% desde el inicio de la Jornada Nacional de Sana Distancia, mientras que las aplicaciones del sector *food delivery* crecieron en un 44%. Los grandes ganadores: UBER Eats y Rappi.

Crecimiento de aplicaciones de *food delivery* en pandemia de Covid- 19

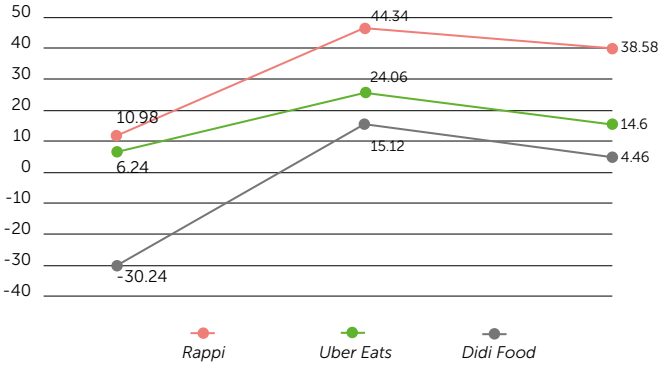


Gráfico: *Marketing 4 eCommerce*

Asimismo, las aplicaciones buscan coronarse aún más en el gusto de los mexicanos y compiten tanto en mejora de servicio como en diversificación de ofertas, para poder seguirse consolidando en el gusto de los mexicanos, quienes se adaptan para poder vivir de una nueva forma tras los efectos de la pandemia de coronavirus.

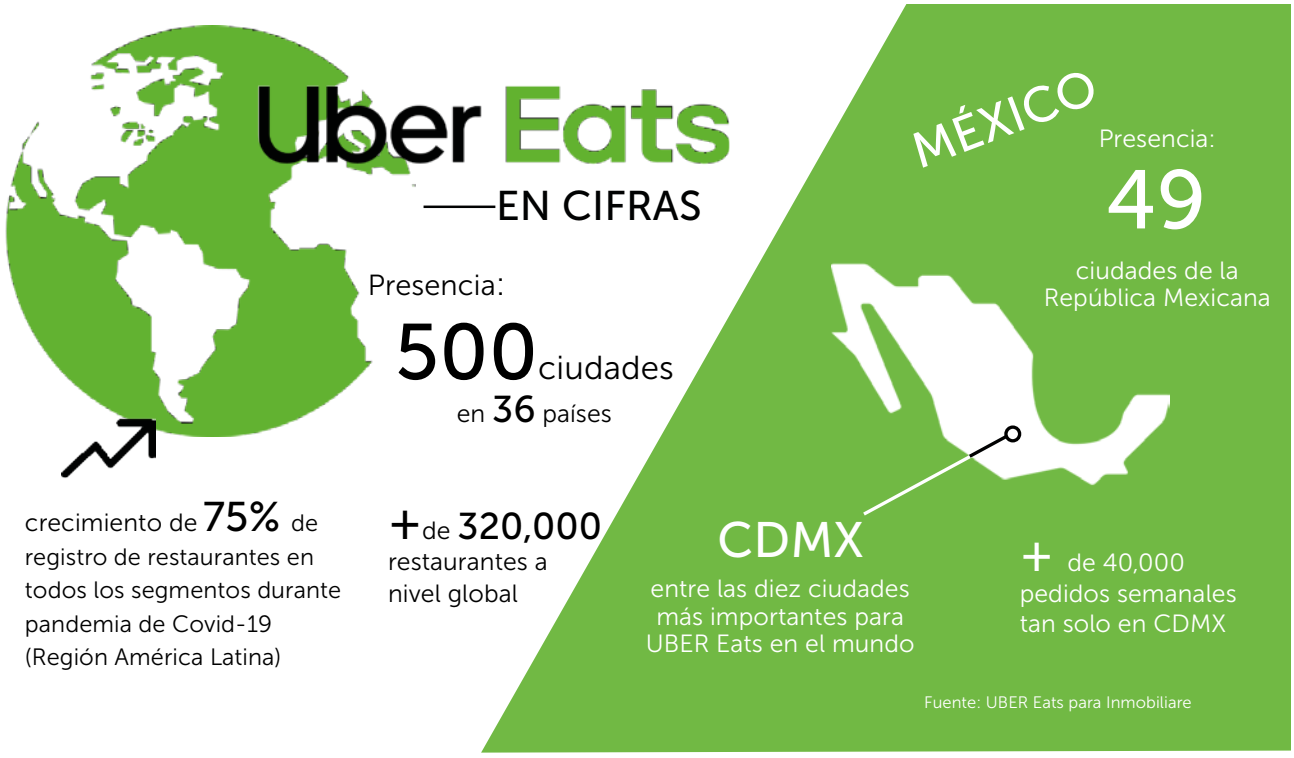
Uber Eats: a la cabeza de la innovación y la cooperación con la industria restaurantera

En entrevista exclusiva UBER Eats detalló cuáles son los programas con los que cooperan con el sector para salir *avante* juntos del bache económico por el que atraviesa el país.

Acciones de UBER Eats para colaborar con la industria restaurantera en la era Covid

Programa	*Objetivo*	*Establecimientos beneficiados*
Lealtad para restaurantes	Apoyar la fidelidad de los clientes a través de descuentos y promociones especiales. En su momento inicial, esta iniciativa está destinada a pequeñas y medianas empresas que forman parte de la plataforma.	1,700 establecimientos del sector restaurantero
Proceso de registro más rápido y sencillo	Cuidando los estándares de la empresa, se simplificó el proceso de *enrollment* para restaurantes. En algunos casos se completa en un periodo de 24 horas.	Nuevos restaurantes que deseen ingresar al esquema de entregas de UBER Eats
Opción de contribución a restaurantes	Facilitar, a través de teconología dentro de la aplicación que los consumidores puedan aportar a sus restaurantes favoritos durante la contingencia que representa la pandemia de Covid-19.	Cerca de 500,000 usuarios han contribuido en la región de América Latina

Los servicios de entrega de alimentos y bebidas a la puerta del hogar u oficina ya eran una actividad bien consolidada en México, pre-pandemia, la llegada del coronavirus abrió la puerta para el crecimiento y diversificación del sector delivery en el país.



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

TENDENCIAS EN EL SECTOR DE OFICINAS: HACIA LA NUEVA NORMALIDAD

Por Xareni Zafra
xareni.zafra@inmobiliare.com

La pandemia por Covid-19 ha provocado una contracción histórica en la demanda de oficinas, acentuando la sobreoferta y presionando a la baja los precios. Adicionalmente, a inicios del tercer trimestre no hay indicios de que el Coronavirus (SARS-COV-2), esté controlado en México

El segmento de oficinas ligado intrínsecamente a la economía se encuentra a la baja por la desaceleración, la caída del empleo y las restricciones sanitarias que obligan a las personas a permanecer en confinamiento. Los corporativos, desde el mes de marzo en cumplimiento con la estratégica para contener la pandemia presentada por el gobierno federal, realizan sus labores bajo el esquema de teletrabajo. Asimismo, las obras de construcción durante abril y mayo se paralizaron, y reanudaron a partir de junio, lo que produjo un impacto importante en el ritmo constructivo, así lo dio a conocer Solili en su Reporte de Oficinas Nacional 2T 2020.

Al cierre del segundo trimestre de este año, las principales ciudades del país reflejan un escaso incremento de sus inventarios de oficinas, muy por debajo del crecimiento promedio habitual.

El segmento de oficinas ligado intrínsecamente a la economía se encuentra a la baja por la desaceleración, la caída del empleo y las restricciones sanitarias que obligan a las personas a permanecer en confinamiento.

Al cierre del segundo trimestre de este año, las principales ciudades del país reflejan un escaso incremento de sus inventarios de oficinas, muy por debajo del crecimiento promedio habitual.

La Ciudad de México (CDMX) antes de la pandemia planificaba entregar casi 100 mil m^2; sin embargo, durante el periodo de abril a junio sólo logró agregar al inventario el 9% de lo proyectado. Mientras que Guadalajara y Monterrey frenaron la entrega de edificaciones corporativas, por lo que no reportaron ningún término de construcción en el trimestre. Las entidades que sí acrecentaron su oferta fueron: Querétaro con un alza de 2.6%, Tijuana con 1% y Puebla que incorporó a la ciudad un edificio clase 'A' de 2 mil m^2.

En cuanto a la tasa de vacancia, Solili reporta que al cierre de junio 2020, en términos generales existe una sobreoferta; por ejemplo, la CDMX que concentra el 80% del inventario a nivel nacional, supera los 1.7 millones de m^2 de espacios vacantes, de los cuales 65% corresponden a oficinas clase 'A'.

Los mayores incrementos de vacancia, con respecto al tamaño de sus mercados, se registraron en Querétaro y Puebla con 16 y 7% respectivamente. Mientras que Monterrey creció 19% este indicador, acentuando la sobreoferta que expone desde hace dos años.

Por su parte, Guadalajara y Tijuana disminuyeron levemente su vacancia, pero sólo este último, es el que tiene tasas de vacancias sanas, la cual ronda en 8%. Todas las plazas, con excepción de Tijuana, reflejan ajustes a la baja, siendo más pronunciados en: Monterrey (19%), Guadalajara (11%) y Querétaro (10%).

Los altos volúmenes de vacancia que reporta el segmento empieza a generar presión en los precios, de ahí que los desarrolladores y arrendatarios estén tomando medidas para volver más competitivos los inmuebles, frente a una demanda que se constriñe cada vez más.

Sin embargo, hasta el momento el gobierno federal de México todavía no da la pauta para que se reanude las actividades en corporativos, ni tampoco ha establecido puntualmente los lineamientos para la 'nueva normalidad' en dichos espacios. No obstante, distintas empresas se han anticipado delineando algunos de los cambios y tendencias.

Tendencias en el sector corporativo

Poco a poco se está tratando de integrar a la sociedad a la nueva normalidad; lograr que la gente regrese a las oficinas, no será una tarea fácil y dependerá en gran medida de las soluciones que cada compañía resuelva.

Entre las tendencias observadas se encuentra que, los proyectos se mantendrán en fase de planeación hasta que estén dadas las condiciones económicas para su arranque, en tanto que los que están en ejecución continuarán las negociaciones sobre los esquemas de financiamiento y nuevos protocolos de operación.

Existirán nuevas disposiciones y usos de los lugares, amenities e ingresos en horarios escalonados, procurando disminuir la densidad de personas y minimizar el flujo vertical de desplazamiento en los inmuebles. De acuerdo con Solili, los espacios flexibles a mediano plazo tendrán una mayor demanda por su capacidad de incrementar o disminuir el área que utiliza una empresa, lo que los coworking aprovecharán.

De acuerdo con la firma global de investigación Jones Lang LaSalle (JLL), en este momento existen cuatro factores que van a jugar un papel importante para moldear el futuro de la demanda de corporativos en el corto y largo plazo. Estos son: el trabajo a distancia, el diseño de oficinas, la tecnología y los patrones en los traslados.

Trabajo a distancia

Existen muchas ventajas para los empleados al trabajar desde casa, entre ellas se encuentra evitar trayectos y la flexibilidad de horarios. Sin embargo, muchas personas por su estilo de vida en el hogar lo encuentran por debajo de lo ideal, ya sea por limitaciones de espacio, falta de privacidad o mayores distracciones, además que la interacción social es de suma importancia para los trabajadores.

Sin embargo, la pandemia ha obligado a las empresas a reconfigurar su modelo, ya que alrededor de 88% no contaban con el trabajo a distancia antes del Covid-19, señalan especialistas de la escuela de negocios The Power MBA.

Al respecto, Pedro Azcué, CEO de JLL México comenta, en entrevista exclusiva para Inmobiliare: "Vemos que mucha gente van a continuar en *home office* –no porque sea mejor o les guste, no porque sea la panacea–, simple y sencillamente, porque no hay otra opción. A algunos les gustará, algunos dicen que son más productivos, sean o no, lo cierto es que no va haber opción, por lo menos de aquí a fin de año".

En el largo plazo es cuando se tendrá que valorar si se logra mantener la productividad fuera de la oficina. Aunque la tendencia apunta a que la mayoría de las empresas buscarán adoptar un sistema híbrido que permita seguir haciendo teletrabajo alternando con reuniones en los corporativos con rotación del personal; donde "el factor flexibilidad va a resultar clave en la satisfacción del empleado y el equilibrio entre el trabajo en casa y a distancia", señala JLL, aclarando que un incremento del trabajo desde casa no es equivalente directo a una menor demanda.

La pandemia ha obligado a las empresas a reconfigurar su modelo, ya que alrededor de 88% no contaban con el trabajo a distancia antes del Covid-19, señalan especialistas de la escuela de negocios The Power MBA.

Cabe aclarar, que actualmente, los corporativos en México permanecen cerrados y cuando se dé la aprobación por parte de las autoridades para la reapertura se tendrá que seguir una serie de disposiciones, entre ellas el parámetro de distanciamiento que, en promedio va del metro y medio a los dos metros entre persona y persona, por lo que la densidad cambiará radicalmente.

"No hay manera que se pueda meter al mismo número de personas que se tenía antes. Dependiendo de cómo se encuentre planeada la oficinas será el acomodo, pero es una regla muy sencilla, difícilmente se va a poder meter más de la mitad de la gente que se tenía antes, prácticamente no hay manera, porque hasta en salas de juntas es el mismo tipo de distanciamiento" afirma Azcué.

En este sentido, en un principio se tendrá que elegir los empleados que permanecerán trabajando vía remota y los que asistirán a los inmuebles corporativos. El CEO de JLL recomienda que se realicen grupos de rotación por semana, ya que por día será más complicado seguir con los protocolos de limpieza.

"Los grupos que pueden funcionar mejor de forma remota los vamos a dejar remotos. Hay gente que hace dos horas y media a la oficina, esas personas han manifestado interés de seguir trabajando desde de su casa. Pero con los grupos más tradicionales probablemente lo que vayamos a emplear es un grupo de rotación por semana; los cambios no se harán de día a día, porque es mucho más complicado en cuanto a la limpieza y sanitización".

Diseño de oficinas

En los últimos años los modelos de oficina han pasado de estaciones o cubículos asignados hacia estaciones no asignadas con amenidades compartidas. "Como consecuencia, las densidades de las plantas y los porcentajes de uso de los escritorios se han visto incrementados siendo esta una tendencia mucho más acentuada en ciudades urbanas", manifiesta JLL.

Sin embargo, como ya se mencionó con el Covid-19 se ha revertido y existe la necesidad de aplicar protocolos de des-densificación con equipos fraccionados, trabajo desde casa y un rediseño suave y ligero.

"Por la situación de la pandemia y de la depresión económica en la que estamos, yo creo que la inmensa mayoría de las compañías no tienen dinero para ir a re-cambiar sus oficinas de una manera drástica. Aparte, estos cambios que quisieran hacerse, no saben si van a tener que ser permanentes, ya que si sale una vacuna todo esto puede revertirse a los estándares que teníamos antes de la pandemia. [...] no hay claridad que esa reconversión vaya a ser necesaria permanentemente", declara Pedro Azcué.

Con tanta incertidumbre sobre lo que puede pasar en los próximos meses la mayoría de las empresas van a optar por hacer adecuaciones ligeras en los inmuebles, ya que en cambios estructurales fácilmente se puede gastar 700 mil dólares por metro cuadrado, y en este momento las compañías en general están muy apretadas por la baja económica.

"Honestamente no veo que las empresas realicen inversiones fuertes en mobiliario nuevo, no veo a todos cambiando el formato de cubículos y quitando todo lo que ya tienen. Veo más flexibilidad en los horarios de trabajo, más orden en la forma de operar de una oficina", manifesta Carlos Olson González, VP Occupier Services de Savills México, en el webinario organizado por SiiLA 'Mercado de Oficinas en el 2T2020', quien también destaca que los escritorios compartidos a mediano plazo podrían dejar de existir, ya que cada persona pedirá tener el suyo.

En el mismo foro virtual, José Carlos Alemán, CEO de SiiLA dijo que, "para muchos propietarios será difícil adaptar los espacios de oficinas, porque incluye: escaleras, elevadores, ductos de aire, todo lo que se necesite modificar, etc. Para garantizar el distanciamiento social y la seguridad".

Más que cambios estructurales, se centrarán en la adopción de protocolos de bioseguridad y señaléticas, con un mayor control en la cruces de gente y contacto. Pero en el largo plazo, luego de la aparición de una vacuna o tratamiento efectivo, los escritorios compartidos y la des-densificación extrema se atenuará en comparación con los niveles iniciales que se tenían antes de la pandemia.

Más que cambios estructurales, los espacios de trabajo se centrarán en la adopción de protocolos de bioseguridad y señaléticas, con un mayor control en la cruces de gente y contacto.

"Un relajamiento en la densidad de los asientos va a elevar la demanda de espacios de oficina en algunos mercados. Si bien pudieran necesitar menos escritorios con ocupación a tiempo completo por empleado, las oficinas se van a tener que enfocar en la interacción lo cual va a requerir nuevos espacios para la colaboración y a servir también para contrarrestar un poco la caída en la demanda", afirma JLL en el documento *El futuro en la demanda de espacios de oficina a nivel mundial.*

Tecnología

Luego del ejercicio masivo de trabajo desde casa con lo cual se apuntaló una continuidad en la productividad y eficiencia, las tecnologías en línea como Microsoft Teams y Zoom han tenido un crecimiento de usuarios sin precedente.

La tecnología y la conectividad se están volviendo fundamentales para integrar los equipos, ya sea laborando en el sitios o a distancia. Sin embargo, "es muy poco probable que la tecnología en sí vaya a tener un impacto importante en la demanda de arrendamientos en general", reafirma JLL en su reporte, pero enfatiza que "en el largo plazo, se espera que la demanda de los ocupantes gravite hacia los edificios de oficina inteligentes con un alto grado de robustez tecnológica, capaces de apoyar a las empresas en iniciativas relativas al medio ambiente, la sustentabilidad, la salud y el bienestar".

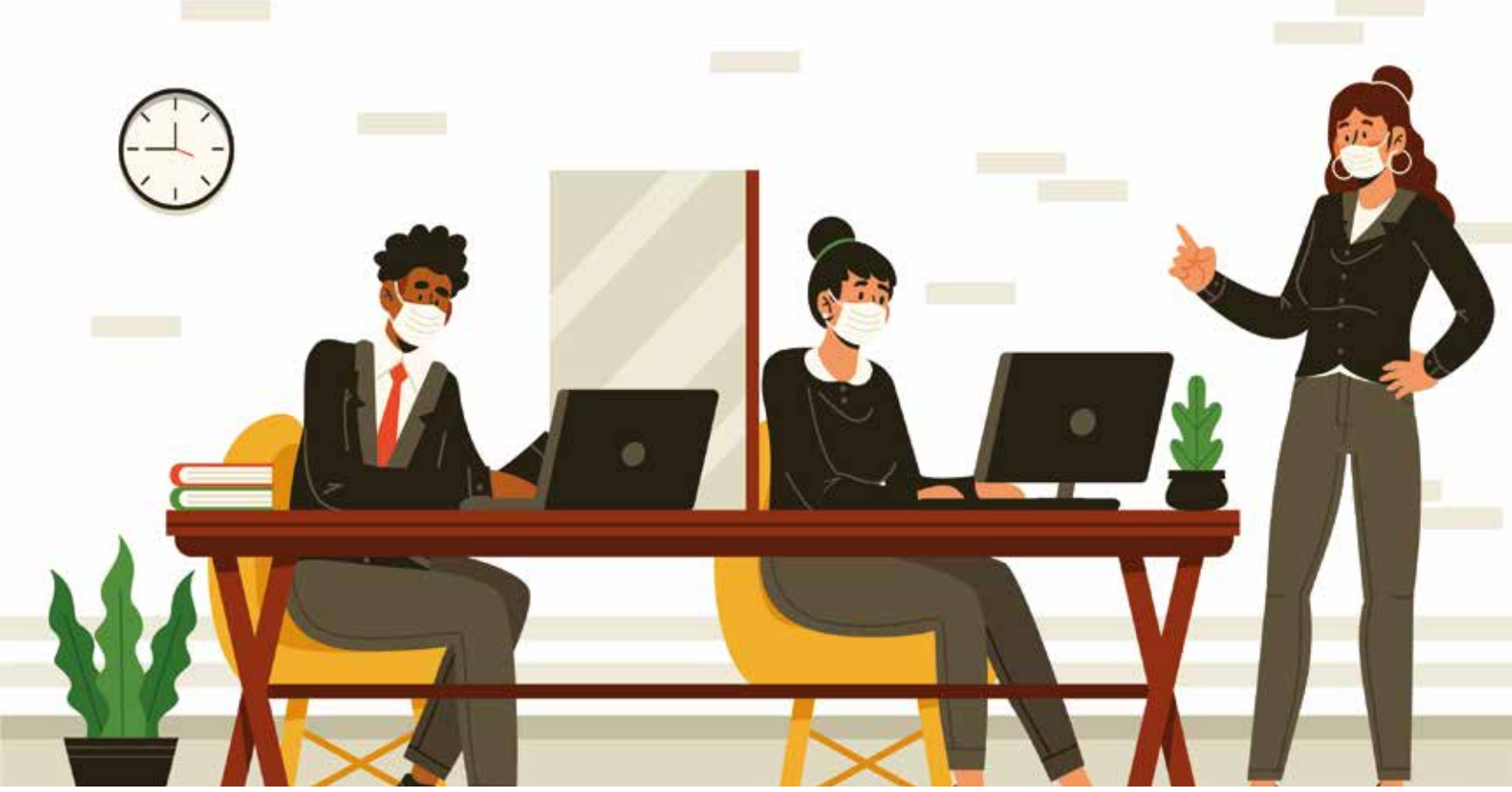
Patrones en los traslados

Uno de los rubros que causa más inquietud en las autoridades para el reingreso a las oficinas es el tema de los traslados, especialmente en aquellas ciudades que más dependen del transporte público, por lo que se está promoviendo el caminar o usar bicicleta.

Por lo que, una de las medidas que se está aplicando en diversos países pero que todavía no se adopta en México es la descentralización de los corporativos, el cual implica que las grandes firmas tengan una central y puedan abrir otras oficinas más pequeñas, expone Olson González.

Este punto, puede ser aprovechado por los corporativos de coworking, como es el caso de Wework que en Asia implementó lo que llama como '*City hub*' el cual consiste en tomar diversos espacios en distintos edificios para que los empleados eviten tomar el transporte público y puedan estar trabajando en el lugar que les queda más cerca, asegura Andres Lachica, Broker Development Manager LATAM de la empresa en el webinario de SiiLA; quien también afirma, "como nadie sabe qué va a pasar y existe mucha incertidumbre, la flexibilidad en los contratos es un punto importante del coworking para mitigar riesgos".

En el largo plazo se espera que las oficinas se enfoquen en ubicaciones urbanas más céntricas y mucho mejor dotadas de amenidades. "Estos factores van a apuntalar la demanda y valor de aquellos mercados urbanos con buen servicio de transporte", afirma JLL.



Espacios flexibles

El mercado de oficinas en este momento se encuentra mucho más competido, como inquilino se podrán hacer negociaciones que probablemente en enero no se hubieran logrado. Sin embargo, como arrendador se tendrá que ser cada vez más flexible porque se tiene que cautivar a nuevos clientes, además de tener la manera de retener a los que ya se tienen, por lo que "es mucho más preferible tener que hacer concesiones que perder a los inquilinos", menciona Pedro Azcué.

Durante este tiempo de pandemia, las tasas de desocupación son muy altas, por ello en el tema de las rentas, la mayoría de los inquilinos y arrendadores se han visto forzados a una negociación uno a uno para llegar a un acuerdo y poder solventar la situación.

"Dependiendo del arrendador hay quienes pueden reducir la renta durante la contingencia y esa renta después la pagan, es un préstamo. Otros pocos dan un descuento del 25% al 50% o dan la concesión de no pagar la renta. Son negociaciones uno a uno, porque la opción que no funciona muy bien, es que las empresas se vayan a un litigio", ya que los tiempos y resoluciones son muy inciertos, afirma el CEO.

Ante esto, los arrendadores están planteando propuestas de valor más flexibles en término de plazos contractuales, precio, tamaño de las instalaciones, horarios, etcétera. Por lo que el modelo de coworking a mediano y largo plazo se podría posicionar como uno de los favoritos.

Este segmento busca reinventarse para adaptarse a la nueva normalidad, proporcionando soluciones a un gran número de empresas. Por un lado, permite a las empresas ser tan flexibles como sus circunstancias lo requieran, con esquemas contractuales variables que se pueden establecer mediante membresías. Así, las empresas pueden incrementar o disminuir su espacio de forma fácil y rápida, sin tener que atravesar un proceso de mudanza o largas negociaciones.

Por otro parte, de acuerdo con la empresa Comunal, los inquilinos pueden elegir entre membresías rotativas o fijas para sus miembros, según la naturaleza de cada posición. Esto permite tener a aquellos roles que no necesitan un lugar fijo de trabajo (consultores o equipos comerciales) en esquemas flexibles, eficientando el gasto de oficina destinado a ellos.

Los arrendadores están planteando propuestas de valor más flexibles en término de plazos contractuales, precio, tamaño de las instalaciones, horarios, etcétera.

El coworking ofrece distintos planes, desde escritorios que se ajustan a equipos comerciales y trabajadores independientes, hasta oficinas privadas para empresas de más de 200 personas. En ese sentido, la oferta está pensada en función a las necesidades de cada negocio.

Asimismo, los clientes pueden personalizar qué servicios quieren incluir o no en su mensualidad, como la cantidad de impresiones, las horas en salas de reuniones, internet, estacionamientos, etc. Además, pueden pagar solo por el espacio y las horas que ocupan, mientras que acceden a otros beneficios como amenidades especiales y una red de empresas de diversos tamaños y sectores.

En cuanto a los lineamientos de bioseguridad, Juan Francisco Eguren, Growth Manager de Comunal, comenta en entrevista que el coworking ofrece un enorme beneficio a los inquilinos, ya que el proveedor de oficinas es el que se encarga de la investigación y aplicación de las disposiciones gubernamentales para la seguridad de todos.

"Los clientes se ahorran dos cosas: el tiempo que le tendrían que dedicar a investigar sobre este tema y el contratar a todos los proveedores, además del costo intrínseco de tener que comprar todas estas desinfecciones. No sólo hay que medir el ahorro en términos monetario, sino también como una eficiencia en el tiempo de los clientes", comenta Eguren quien agrega: "En la propuesta de valor general de Comunal, siempre hablamos de que una empresa se puede ahorrar alrededor del 30% de los gastos que tendrían en una tradicional, esto es principalmente por qué no van a tener que invertir en la implementación del espacio de oficina, el cliente no tiene que comprar activos fijos, no tiene que remodelar un espacio etc."

De acuerdo con el directivo su propuesta de valor sigue siendo la misma que antes de la pandemia, porque aunque han tenido que invertir en incluir nuevos materiales que exige la nueva normalidad, también han tenido que ceder en dejar de ofrecer algunos servicios para minimizar el contacto de los usuarios, generando algunas eficiencias monetarias para enfocarse en lo primordial.

Consideraciones finales

Los empleados estarán reacios a regresar a la oficina hasta que no se hayan mitigado totalmente los temores al Covid-19, tanto en lo relativo a la salud como a la seguridad. En México se espera que la reapertura sea para finales de agosto o septiembre, pero se teme que suceda lo mismo que en Estados Unidos, donde en lugares como Florida, Arizona, California y Texas se reactivaron las actividades corporativas y hubo un incremento en los contagios.

No obstante, durante la apertura de las oficinas, su función primordial de estos espacios será el apoyar las actividades que no se pueden realizar de manera efectiva desde casa, promoviendo un ambiente seguro y saludable.

En esta fase será primordial la reconfiguración del sitio y renegociación de contratos. Además de acuerdo con Lamudi será necesario: la identificación de áreas y tareas con posible exposición al Covid-19; control para eliminar o reducir dichas exposiciones; monitoreo de la salud de los colaboradores; redistribución; capacitación para seguridad en el ambiente laboral; uso de cubrebocas y mascarillas protectoras; así como escalonar horarios.

El segmento de oficinas continuará en evolución, acelerando tendencias con énfasis en el bienestar de los colaboradores y la innovación en términos de la productividad.

REB+ SUMMIT GUADALAJARA 2020

LIVE STREAMING FROM GUADALAJARA

7 OCTUBRE

1	20	3	1
DÍA DE CONFERENCIAS INTERACTIVAS	SPEAKERS + 1 KEYNOTE SPEAKER	PANELES DE DISCUSIÓN	COCKTAIL NETWORKING DIGITAL

20 DÓLARES LA ENTRADA

PATROCINIOS DISPONIBLES

https://www.rebs.mx/guadalajara2020

ORGANIZA:

INMOBILIARE

¿Cómo regresar a los espacios laborales en la Nueva Normalidad?

Por: Arturo Bañuelos, Director del área de Administración de Proyectos y Desarrollos de JLL México

La incorporación a la Nueva Normalidad y el reingreso a los espacios laborales es otro reto que la actual pandemia nos ha obligado a enfrentar. En este complejo proceso intervienen diferentes grupos de espectadores: el gobierno, los propietarios de oficinas o edificios, los usuarios e individuos; cada uno con diferentes puntos de vista y decisiones.

Sin embargo y pese a las diferentes expectativas que existen, lo que es seguro es que el reingreso no es una actividad corta que se lleve a cabo y termine en una nueva monotonía, sino que en realidad es un proceso largo que incluye diversas etapas con puntos esenciales a considerar en cada una de ellas.

Estamos conscientes que cada empresa u organización tiene un proceso de reingreso específico con circunstancias únicas para cada una de ellas. Es por ello que, hemos creado una guía para ayudar a más empresas a ejecutar un reingreso eficaz y exitoso, la cual consta de tres pilares enfocados en 're', invocando un sentido de 'empezar de nuevo':

•(Re)activar el espacio

Basado en cómo y cuándo las personas deben comenzar a regresar al espacio laboral, cómo se reestructurará el uso de las instalaciones al tiempo que se equilibra la salud y la seguridad.

•(Re)spetar la salud y el bienestar

Garantizar la seguridad y la salud de los empleados, inquilinos y visitantes.

•(Re)vitalizar las operaciones del lugar de trabajo

Preparar propiedades y espacios de trabajo para un reingreso seguro y productivo en cumplimiento de nuevos protocolos.

(RE)activar el espacio

En el reingreso a los espacios de trabajo, la sana distancia es un hábito que persistirá, será un nuevo estilo de vida que dará paso a la nueva configuración en el uso de los espacios, mismos que se volverán más personales.

Los dueños de empresas y edificios deberán acatar las indicaciones de las entidades gubernamentales y de salud, practicar rigurosos procedimientos de salud, utilizar la tecnología de nuevas maneras, entre otros. Asimismo, cada empresa conforme a su capacidad necesitará procesos flexibles en entornos seguros que garanticen la salud física, mental y emocional de sus colaboradores, así como la eficiencia en la productividad de tareas.

Respecto a los nuevos comportamientos organizacionales es necesario mantener informados a los colaboradores sobre los nuevos protocolos de limpieza y las reuniones en las áreas comunes. De igual forma, el acomodo de los muebles de oficina deberá ser replanteado de tal manera que se permita una sana distancia entre cada colaborador, limitando el uso de los escritorios compartidos.

En este punto la tecnología juega un papel importante ya sea para automatizar todos los mecanismos de entrada y salida al edificio con el fin de evitar el contacto en cosas como las botoneras de los elevadores, manijas, controles de acceso, entre otros, así como para llevar toda la operación de manera remota al lugar desde donde se encuentre laborando cada colaborador.

Cada empresa conforme a su capacidad necesitará procesos flexibles en entornos seguros que garanticen la salud física, mental y emocional de sus colaboradores, así como la eficiencia en la productividad de tareas.

(Re)spetar la salud y el bienestar

Los nuevos protocolos de higiene que se implementen en los espacios laborales, deberán transmitir seguridad y bienestar a los colaboradores, lo que impactará positivamente en la productividad y en el día a día de la Nueva Normalidad. Para lograrlo es fundamental que se tomen medidas para ajustar y comunicar las expectativas que se tienen respecto a las nuevas normas y comportamientos.

En caso de contar con áreas recreativas, centros de servicios, centros de conferencias, gimnasios, duchas, áreas para los lockers, entre otros, se recomienda un uso restringido o limitado.

Se deberán comunicar claramente los requisitos de salud para ingresar a los espacios laborales y tomar precauciones al dar la bienvenida a los empleados y visitantes, tales como la toma de temperatura, recopilación de datos sobre historial de viajes y/o presencia de síntomas relacionados a Covid-19 u otra enfermedad.

Los equipos de protección individual es un punto que debe prepararse con anticipación para evitar problemas de desabasto que impidan el acceso y permanencia correcta de los colaboradores. Esto también permitirá entregar un kit de bienvenida a la fuerza laboral con información relevante sobre protocolos actualizados para el distanciamiento social, la etiqueta respiratoria y otras normas nuevas del espacio de trabajo, así como elementos esenciales posteriores a la pandemia.

Los equipos de protección individual es un punto que debe prepararse con anticipación para evitar problemas de desabasto que impidan el acceso y permanencia correcta de los colaboradores.

(Re)vitalizar las operaciones de propiedad y lugar de trabajo

Como Albert Einstein dijo, "toda crisis representa una oportunidad", y la actual pandemia no es la excepción. Para los propietarios de bienes raíces y para los ocupantes, esta situación puede representar una oportunidad para adaptar sus recursos y crear el lugar de trabajo del futuro que sea seguro, flexible y se adapte a los nuevos protocolos.

Ya con el regreso de la fuerza laboral a los lugares de trabajo se deberá contar con mecanismos que permitan la comunicación en ambos sentidos, es decir, que los empleados se encuentren informados de los nuevos protocolos que deben acatar y actualizados de cualquier cambio, al tiempo que también puedan transmitir inconformidades sobre la nueva normalidad en el área laboral.

Se deberán realizar inspecciones de funcionamiento más rigurosas y mantenimiento continuo del aire acondicionado, sistemas de agua, alcantarillado y residuos, sistemas de contra incendios, entre otros.

Asimismo, se deberán realizar inspecciones de funcionamiento más rigurosas y mantenimiento continuo del aire acondicionado, sistemas de agua, alcantarillado y residuos, sistemas de contra incendios, entre otros. Lo anterior con el objetivo de asegurar la salud y el bienestar de los presentes en los espacios laborales.

Finalmente, en temas de limpieza se deben acatar protocolos mejorados con énfasis en espacios comunes de alto tráfico y contacto, de tal manera que se minimice el riesgo de propagación de gérmenes. Para ello se deberá de tener en cuenta la frecuencia y el alcance de dichos protocolos.

En conclusión, la planeación de acciones y respuestas ante posibles contingencias es un recurso con las que todas las empresas deben de contar y las que aún no lo tengan, deben comenzar a incorporar dichos conocimientos a la continuidad del negocio.

Es así que, para enfrentarnos al reingreso en la Nueva Normalidad, es vital no perder de vista la idea de que el futuro no es como se esperaba, sin embargo, es un parteaguas para reimaginar y reorganizar los planes empresariales a corto y mediano plazo.

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

Únase a las empresas que están

CONECTANDONEGOCIOS.COM

El portal B2B que cuenta con la más completa información de Proyectos de Inversión, Proveedores y Compradores.

Únase

Vinculamos empresas, marcas, e instituciones de México, Colombia, Centroamérica y el Caribe.

PRE-INSCRIPCIÓN
GRATUITA*

También disfrute, ahora más que nunca, de la era digital de la información en Conectado Noticias.

*Si ha sido cliente de la Revista EQUIPAR, consulte el código promocional y obtenga Un AÑO de Suscripción Gratuita! en la División Proveedores/ Conexión 1

LA PANDEMIA PROVOCÓ UNA CONTRACCIÓN HISTÓRICA DE DEMANDA DE OFICINAS, ACENTUANDO LA SOBREOFERTA Y PRESIONANDO LOS PRECIOS A LA BAJA.

Por: Solili

No queda duda que la pandemia ha golpeado de manera importante a la industria inmobiliaria comercial y específicamente al segmento de oficinas que en cumplimiento de las disposiciones trazadas por el gobierno federal paralizó las obras de construcción durante los meses de abril y mayo 2020, reanudando operaciones a partir de junio, lo que trajo como resultado una importante desaceleración del ritmo constructivo. Las labores administrativas, en paralelo, funcionaron bajo el esquema de trabajo a distancia respetando la política de confinamiento y procurando rescatar la productividad previa a la pandemia del coronavirus.

Tabla 1: Indicadores del Mercado Inmobiliario de Oficinas en el Segundos Trimestre del 2020 en los Principales Mercados de México.

Mercado	Inventario (m²)	Vacancia (%)	Precio de Renta (USD/m²/mes)	Construcción (m²)	Demanda Bruta (m²)
Ciudad de México	11,052,988	15.5%	$20.79	1,134,586	-61,174
Monterrey	1,214,708	19.0%	$16.32	278,895	-6,117
Guadalajara	659,961	14.1%	$18.52	158,426	-314
Querétaro	365,609	18.8%	$13.13	119,203	-657
Puebla	283,354	19.6%	$13.29	98,801	-1,026
Tijuana	235,896	8.2%	$18.82	58,357	1,436

Fuente: Solili, Julio 2020.

Al cierre del segundo trimestre las principales ciudades del país reflejaron un escaso incremento de sus inventarios de oficinas mostrándose muy por debajo del crecimiento promedio que se venía observando. Querétaro incrementó su inventario en 2.6% con la entrega de una edificación que entra a mercado totalmente disponible, igualmente en Tijuana otra edificación sobre Zona Rio refleja el incremento del 1% en su inventario, cerrando con Puebla que incorpora a la ciudad un edificio Clase A de 2 mil m^2. Guadalajara y Monterrey frenaron la entrega de edificaciones corporativas sin reportar ningún término de construcción en el trimestre, en tanto que en Ciudad de México antes de la pandemia se planificaba entregar casi 100 mil m^2 durante el periodo abril-junio 2020 y solo se agregó a inventario el 9% de lo proyectado. El retraso en declarar la construcción como actividad esencial, la incertidumbre que permea entre los inversionistas antes tal panorama y la incorporación de los protocolos para mantener la sana distancia contribuyeron al freno de este sector que siempre había representado un efecto multiplicador en la economía.

En lo que respecta a vacancia, los principales mercados de oficina a nivel nacional monitoreados por Solili, al cierre de junio 2020, reportan sobreoferta, confirmado con los incrementos que este indicador arrojó durante el segundo trimestre del 2020. Ciudad de México, que es donde se concentra el 80% del inventario a nivel nacional, supera los 1.7 millones de m^2 de espacios vacantes, 65% correspondiente a edificaciones Clase A y sobre los corredores Norte, Insurgentes, Reforma y Santa Fé se concentra el 67% de esta vacancia. Los mayores incrementos de vacancia con respecto al tamaño de sus mercados se registraron en Querétaro y Puebla con 16% y 7% respectivamente, motivado principalmente por las desocupaciones que en el caso de Puebla se reportaron sobre los corredores Angelópolis y Centro-Juárez. Monterrey con una vacancia de 19% incrementó este indicador en 30 puntos base con respecto al trimestre anterior acentuando la sobreoferta que este mercado expone desde hace dos años. Sin embargo, los mercados de Guadalajara y Tijuana disminuyeron levemente su vacancia, a pesar de ello, Guadalajara, el tercero más importante en tamaño a nivel nacional, continúa con niveles de sobreoferta, por su parte Tijuana es el único mercado con tasas de vacancias sanas la cual ronda en 8 por ciento.

Mapa 1: Precios de Renta de Oficinas en los Principales Mercados de México.

Fuente: Solili, Julio 2020.

Otro fenómeno observado son los precios de renta ajustados al alza con respecto al trimestre anterior en la mayoría de las ciudades siendo esto resultado de la apreciación de la moneda local con respecto al dólar y no motivado al aumento deliberado de los desarrolladores en los precios de los espacios de oficina.

Sin embargo, si se efectúa el análisis en términos anuales todos los mercados, con excepción de Tijuana, reflejan ajustes a la baja, siendo los más pronunciados Monterrey, Guadalajara y Querétaro con 19%, 11% y 10%, respectivamente. Ciudad de México y Puebla en comparación trimestral reflejan un incremento de 2.2% y 4% en tanto que en comparación anual señalan una tendencia opuesta marcada por la contracción del precio promedio de renta de 5% y 3%, respectivamente. Los altos volúmenes de vacancia que reportan la mayoría de los mercados empiezan a generar presión en los precios, de ahí que los propietarios empezaran a tomar medidas ante esto para volver más competitivos sus espacios y lograr ser atractivos ante una demanda que se constriñe cada vez más. Tijuana es la única ciudad que muestra un ligero incremento de su precio de renta de 5 centavos de dólar con respecto al primer trimestre del año y del 2% en términos anuales, siendo uno de los mercados menos afectados en la pandemia. Por tanto, ante la presión que las tasas de vacancia están generando en la mayoría de los mercados de oficinas en el horizonte de mediano plazo se puede proyectar una tendencia a la baja de precios de renta.

Mapa 1: Construcción de Oficinas en los Principales Mercados de México.

Fuente: Solili, Julio 2020.

Otro indicador que se vio afectado fue el inicio de construcciones, resultado de la parálisis temporal de las obras que se venían ejecutando unido a la incertidumbre de los desarrolladores que incidió en que no hubiera inicio de construcción en el trimestre en los principales mercados de oficinas en el país, tales como Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.

A pesar de las condiciones adversas que este segmento inmobiliario expone, durante el periodo abril-junio 2020 en Tijuana se anunció el arranque de un nuevo proyecto corporativo de 4.4 mil m^2 de área neta rentable, situado sobre el corredor Agua Caliente y que estima su entrega en el año 2022.

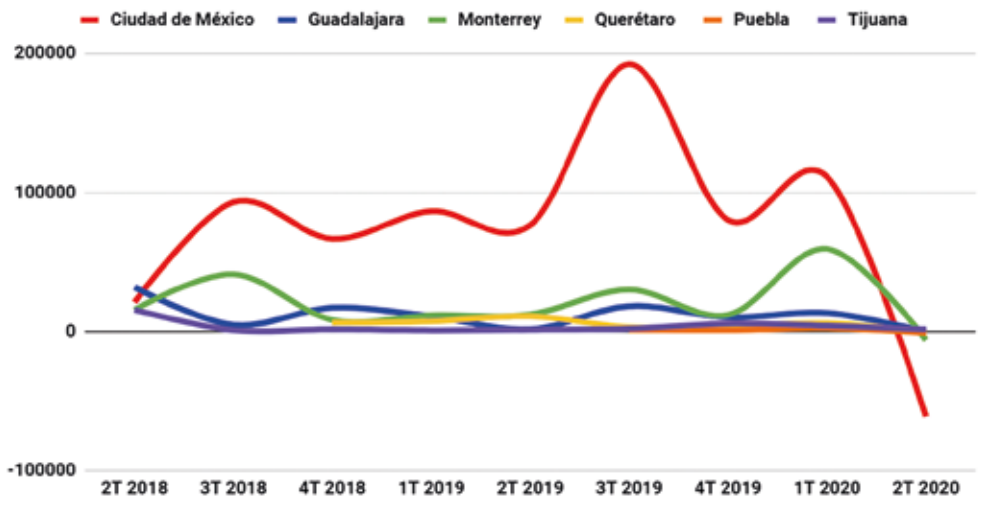
La tendencia observada es mantener los proyectos en fase de planeación hasta que estén dadas las condiciones económicas para su arranque, en tanto que los que están en ejecución continuarán a la velocidad que define el flujo de caja de ingresos y las negociaciones de los esquemas de financiamiento en el marco de seguimiento de los nuevos protocolos de operación vigentes.

La demanda bruta de oficinas, principal detonador del mercado, se vio muy afectada ante las medidas tomadas para la propagación de la pandemia del coronavirus. De acuerdo con datos de Solili, la mayoría de los mercados de oficina a nivel nacional reportaron escenarios negativos en este indicador, Querétaro reportó una contracción trimestral del 91%, Guadalajara 86%, 61% en la Ciudad de México, 58% en Monterrey y 46% en Puebla. Tijuana reflejó el menor impacto con 29% de contracción. La aplicación del home office que las empresas implementaron a partir de abril 2020 permitió a las empresas racionalizar costos, seguir operando en condiciones básicas, manteniendo la salud de los trabajadores.

arquitectonico@vitro.com | www.vitroarquitectonico.com | projects.vitroglazings.com

/VitroArquitectonico /vitro.arquitectonico /company/vitro-vidrio-arquitectonico /c/VitroArquitectonico

Gráfica 1: Demanda Neta Historica de Oficinas por Principales Mercados de México (m^2).



Fuente: Solili, Julio 2020.

En lo que respecta al indicador de demanda neta, la cual se define como el espacio ocupado de este trimestre respecto del anterior, destaca en todos los mercados corporativos, a excepción de Tijuana, cifras negativa lo que señala que los volúmenes de espacio que fueron desocupados fueron superiores a los ocupados.

En mercados como el de la Ciudad de México, este indicador reportó una cifra negativa de 61 mil m^2, lo que pone en evidencia la contracción de la demanda, pero también la desocupación que el mercado reportó, proveniente de empresa que redujeron espacio y otras que rescindieron contratos. Tijuana fue de las pocas ciudades que mantuvo una demanda neta positiva de 1.4 mil m^2, 22% superior a la registrada el 2T 2019.

La percepción general de los desarrolladores a nivel nacional, según la encuesta elaborado por Solili a los principales comercializadores de espacio de oficinas en el país, al cierre 2T 2020 los hace prever rentas ajustando a la baja, disponibilidades incrementándose bajo un panorama donde siguen las construcciones ante un escenario de cautela determinado por una demanda que muestra signos de recuperarse levemente hacia finales del 2020.

México y sus principales ciudades tienen el potencial para sortear esta recomposición del flujo comercial a nivel mundial, donde el marco legal institucional, la confluencia de múltiples desarrolladores locales y foráneos son factores a favor que deben procurar la instrumentación de políticas claras de parte del gobierno federal para generar la confianza de los inversionistas corporativos hacia nuestro país.

La pandemia llegó para generar un nuevo orden en la forma de operar en los espacios de oficinas donde se establece una mayor superficie por empleado, innovación en tecnología y conectividad a fin de integrar equipos en sitio y a distancia, nuevas disposiciones y usos de espacios, inclusión de amenities e ingresos en horarios escalonados en procura de disminuir la densidad de personas y minimizar el flujo vertical de desplazamiento en las edificaciones. Las tendencias a mediano plazo apuntan al uso de espacios flexibles para incrementar o disminuir tamaños y flexibilizar los plazos de salida, lo que los coworking aprovecharán en los próximos trimestres. Ciudades como Puebla y Querétaro buscarán beneficiarse de desplazamientos de corporativos que descentralizan operaciones de la capital, en tanto que Tijuana, Guadalajara y Monterrey tienen el reto de adaptar los proyectos en operación y validar que los espacios que se construyen y se planean incorporen los requerimientos que dicta la nueva normalidad. A nivel de la capital mantener y reforzar la institucionalidad del sector corporativo a la par de detonar el impulso a la demanda con programas claves como el desarrollo de proyectos sobre el corredor Reforma, la regeneración urbana del centro y la construcción de nuevas viviendas demandan que el sector público regule con los instrumentos necesarios para que el sector privado ejecute donde ha demostrado experticia en los últimos años en un sector neurálgico para la reactivación económica de la capital.

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

Pulso INMOBILIARIO

Pulso Streaming Channel

¡Plataforma E-learning!

CURSO EN LÍNEA PARA QUE TE CAPACITES EN CUALQUIER LUGAR Y A CUALQUIER HORA

CERTIFICACIÓN TOTALMENTE EN LÍNEA

Certificate en estándares de competencia inmobiliarios

¡Estamos de aniversario 20 años!

INMOBILIARE

CAPACITATE EN

EC0903.01

PROMOCIÓN ESPECIALIZADA PARA PRODUCTOS DE CRÉDITO INFONAVIT

EC0110.01

ASESORÍA EN COMERCIALIZACIÓN DE BIENES INMUEBLES

PROMOCIÓN

$2,900

CONTACTANOS

VER CONTACTO

CONOCE NUESTRA PLATAFORMA CON LOS MEJORES CURSOS

Solo se hará valida la promoción si presentas el código QR de la Revista INMOBILIARE

MÉRIDA CLASE "A"

PANORAMA DEL MERCADO DE OFICINAS 2T 2020

Por: JLL México

Información Estratégica

Mérida, Yucatán fue nombrada la mejor ciudad pequeña del mundo en 2019 por la revista Condé Nast Traveller.

De acuerdo a la revista CEO World Mérida fue nombrada la segunda ciudad más segura del continente y una de las más seguras del mundo.

Durante el periodo de enero a mayo del 2019 el Puerto de Progreso exportó 390 mil toneladas de carga de mercancías, representando una alza de 53.5% respecto al mismo periodo del año anterior.

A finales del 2019, se colocó la primera piedra de la planta de Uchiyama Manufacturing Corporation en el corredor industrial de Hunucmá. Empresa Japonesa dedicada a la fabricación de autopartes que invertirá 65 millones de dólares y generará mil empleos directos y 5 mil indirectos.

Yucatán ocupó el quinto lugar nacional en crecimiento del valor de la vivienda en los últimos 24 meses de acuerdo al índice SHF.

Gracias a la inversión nacional, extranjera y de infraestructura que se ha hecho en la ciudad, Mérida cuenta con una tasa de desempleo menor al 2% de acuerdo al INEGI.

A principios del 2020 se registraron 384,631 empleados asegurados aumentando un 0.72% en trabajadores asegurados y durante este año hubo un incremento del 19.11% al salario mínimo en comparación al año anterior.

El aeropuerto de la ciudad de Mérida cuenta con una excelente conectividad aérea en vuelos nacionales e internacionales. En el 2019 tuvo un movimiento de llegadas de 2,790,649 personas incrementando un 13.8% al año anterior.

Mérida cuenta con unas grandes escuelas en el sector público y privado ofreciendo educación bilingüe y de calidad. Cabe mencionar que la Universidad Autónoma de Yucatán fue posicionada en el 2019 como la número 22 a nivel nacional superando a Campeche y Quintana Roo.

En el municipio de Progreso se cuenta con el parque eólico más grande del sureste mexicano con una inversión aproximada de 155 millones de dólares. Contará con 36 aerogeneradores que generarán energía limpia.

La industria manufacturera de Yucatán figura entre las tres primeras a nivel nacional que reportaron un mayor crecimiento en Mayo del 2019, donde se obtuvo una variación de 9.59% mayor a la del mismo periodo del año anterior reportó el INEGI.

El costo por m² en Yucatán es 50% más económico que la ciudad de México, el estado de Jalisco y Nuevo León. Esto se debe al auge inmobiliario que se ha presentado en los últimos años.

Mérida encabeza el índice de ciudades con mejor calidad de vida elaborado por la organización de las naciones unidas, la cual evalúa la productividad, Infraestructura, calidad de vida, equidad e inclusión social, sostenibilidad ambiental y gobernanza y legislación urbana.

Jalisco recibió $518.5 millones de dólares en Inversión Extranjera Directa (IED) al primer trimestre del 2019, tiene dos puertos de altura y cabotaje, 2 aeropuertos internacionales y 1.109 Km de vías férreas. (IIEG, 2019)

Mercado de Oficinas en Mérida

El mercado de oficinas "Clase A" se concentra en 5 principales submercados:

- Montejo
- García Lavín
- Cabo Norte
- Altabrisa
- Sur

Sub Mercado Montejo

Comprende toda Prol. Montejo la cual es considerada la Av. Principal de Mérida y a través de la cual cruza la ciudad de norte a sur.

Concentra bancos, gran variedad de amenidades de diversos giros de negocios en formato individual como restaurantes y servicios en general.

Se encuentran varios centros comerciales como La Gran Plaza, Galerías y The Harbor.

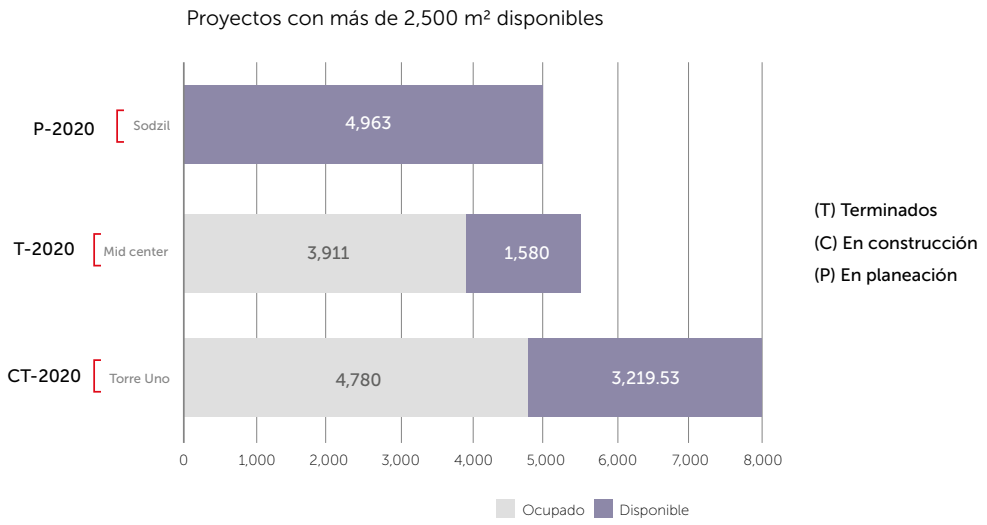
Encontramos el centro de congresos Siglo XXI y hoteles de clase ejecutiva tales como Fiesta Inn, Holiday Inn, Hampton Inn by Hilton, Ibis Styles, Extended suites, entre otros.

La mayor parte de este sub mercado cuenta con espacios limitados por la falta de terrenos, sin embargo la zona norte de Montejo cuenta con disponibilidad para nuevos proyectos.

Descripción del Sub Mercado Montejo

5 Proyectos Corporativos

TERMINADOS	4
EN CONSTRICCIÓN	0
EN PLANEACIÓN	1



Torre Uno*

Mid Center*

Plaza Campestre*

Peninsula Montejo*

Sub Mercado García Lavín

Se extiende a lo largo de la Av. García Lavín, la segunda avenida más importante de la ciudad.

Su ubicación céntrica dentro de la mancha urbana de este sub mercado facilita el traslado a cualquier punto de interés.

Concentra bancos, aseguradoras, casas de bolsa y gran variedad de amenidades de diversos giros de negocios en formato individual como restaurantes y servicios en general.

En este sub mercado se encuentra el centro comercial City Center, Plaza San Ángelo y pronto tendrá 2 nuevos espacios comerciales.

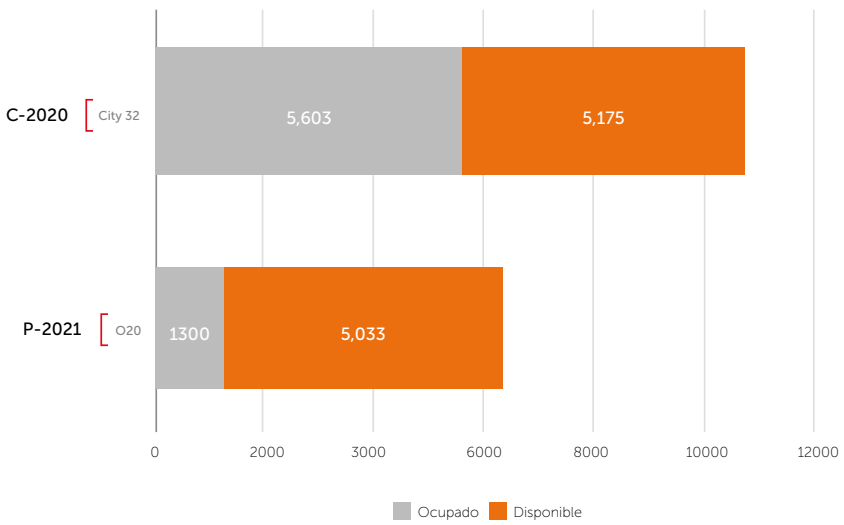
Este submercado se encuentra en auge ya que es una zona de alto flujo vehicular y donde se concentra gran parte de las actividades sociales.

Descripción del Sub Mercado García Lavín

8 Proyectos Corporativos

TERMINADOS	5
EN CONSTRICCIÓN	2
EN PLANEACIÓN	1

Proyectos con más de 2,500 m² disponibles



(T) Terminados
(C) En construcción
(P) En planeación

Sub Mercado Cabo Norte

Se encuentra a lo largo de la Avenida que da continuidad a García Lavín accediendo al cruzar el periférico y llegando a Temozón Norte el fraccionamiento del momento, Xcanatún, La Ceiba, Conkal y Cholul.

Zona de alto nivel socioeconómico dentro de la ZMG y zona residencial vertical en Auge. Cuenta con alta disponibilidad de terrenos para nuevos proyectos.

Transporte Público limitado por su lejanía con el centro de la ciudad.

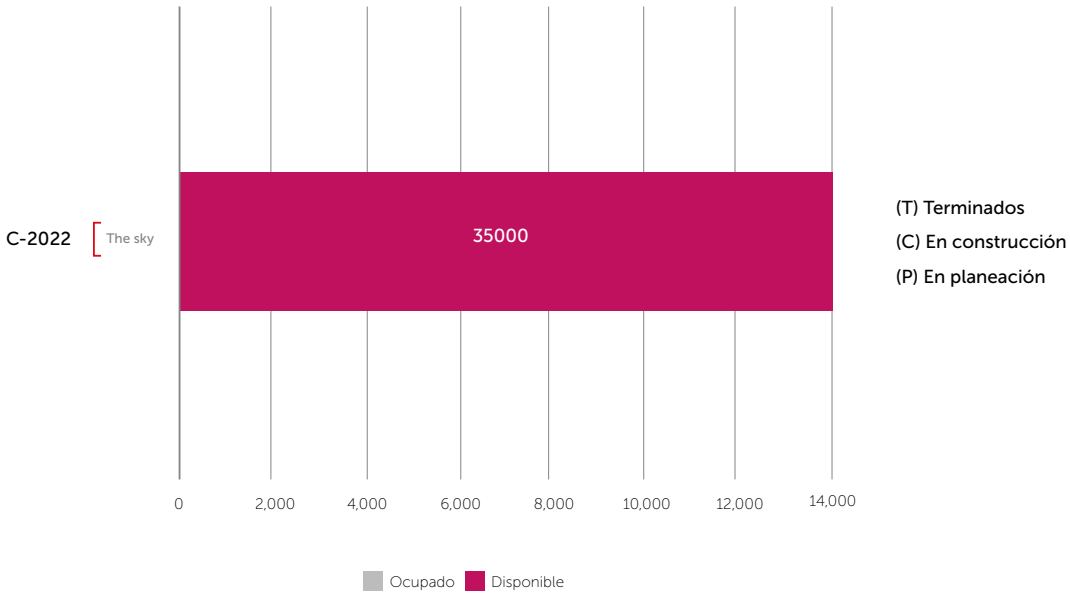
Dentro de este sub mercado se encuentra el centro comercial "la isla" construido por grupo Gicsa y el nuevo Hospital El Faro. Se encuentran en planeación varios proyectos hospitalarios.

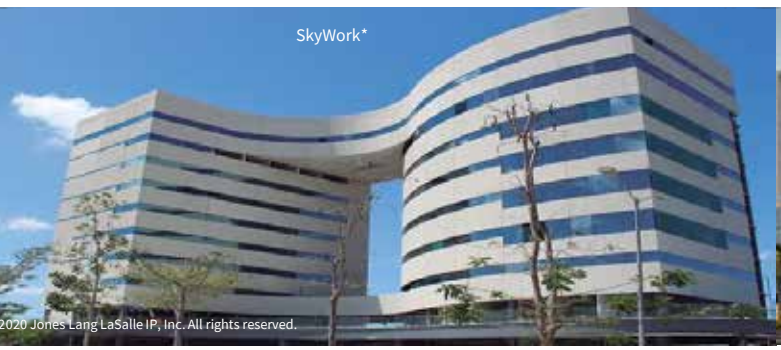
Descripción del Sub Mercado Cabo Norte

4 Proyectos Corporativos

TERMINADOS 1
EN CONSTRICCIÓN 0
EN PLANEACIÓN 3

Proyectos con más de 2,500 m² disponibles





2020 Jones Lang LaSalle IP, Inc. All rights reserved.

Sub Mercado Altabrisa

Abarca la avenida Republica de Corea que se extiende a la Correa Racho, la avenida Yucatán y las calles 35 y 7 que tienen acceso a periférico.

Se rodea de una variedad de amenidades como restaurantes, bares, tiendas comerciales y supermercados.

Este sub mercado se ubica dentro de una zona residen-cial la cual se encuentra en crecimiento de vivienda vertical.

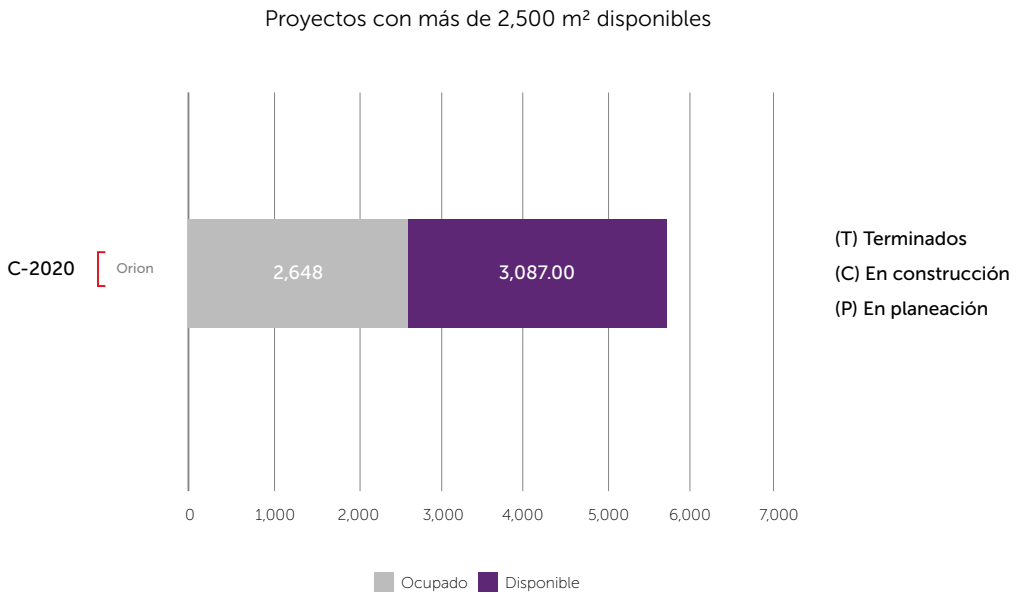
Cuenta con el Hospital Star Médica, el Hospital Regional de Alta Especialidad y varios consultorios médicos.

Transporte publico: mantiene una amplia red de rutas de autobuses y taxis.

Descripción del Sub Mercado Altabrisa

3 Proyectos Corporativos

TERMINADOS	2
EN CONSTRICCIÓN	1
EN PLANEACIÓN	0



© 2020 Jones Lang LaSalle IP, Inc. All rights reserved.

Sub Mercado Sur

Es el sub mercado que se encuentra al sur de la ciudad y abarca las avenidas Jacinto Canek y Juan Pablo II. Se ubica cerca del aeropuerto.

Cuenta con amplia accesibilidad debido a la cantidad de avenidas que comunican el centro de la ciudad con el periférico.

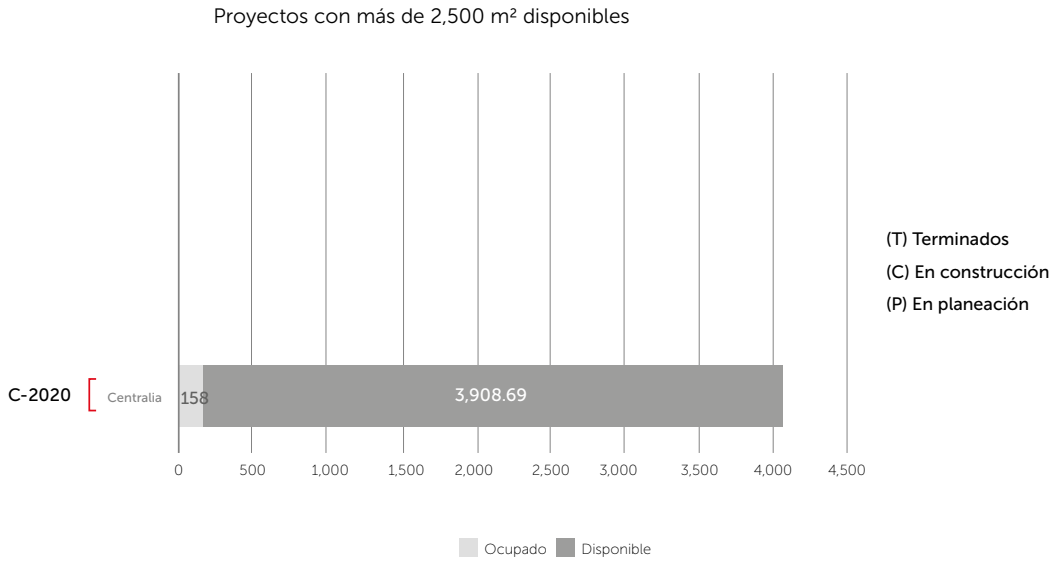
Hay disponibilidad en terrenos para la construcción de futuros proyectos corporativos y comerciales.

Es el sub mercado con menor absorción, ya que ofrece una amplia disponibilidad.

Descripción del Sub Sur

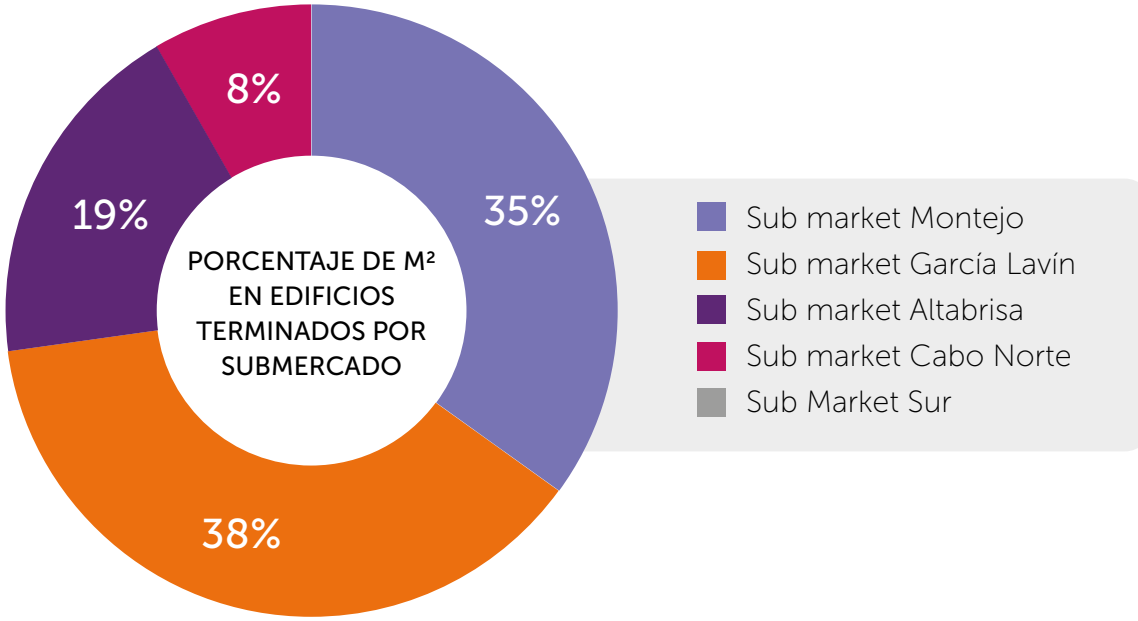
1 Proyectos Corporativos

TERMINADOS 0
EN CONSTRICCIÓN 1
EN PLANEACIÓN 0

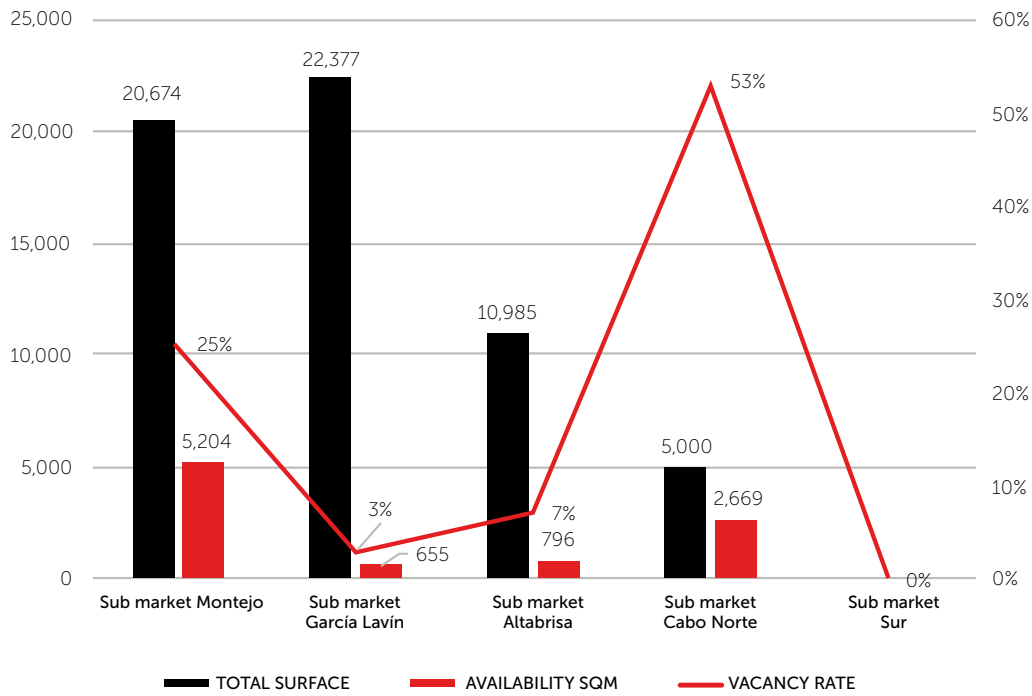


Inventario Total de Edificios Terminados

59,036 m² del total de edificios terminados en el mercado de oficinas de Mérida, distribuidos en 12 edificios clase A.

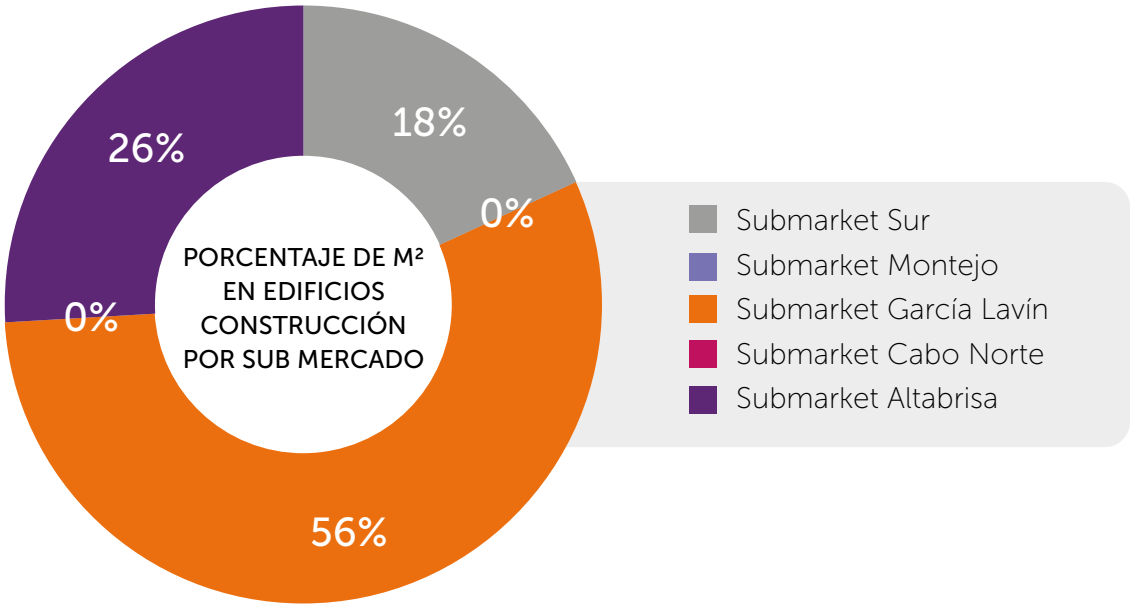


SUPERFICIE TOTAL Y DISPONIBLE EN M²
TOTAL DE EDIFICIOS TERMINADOS

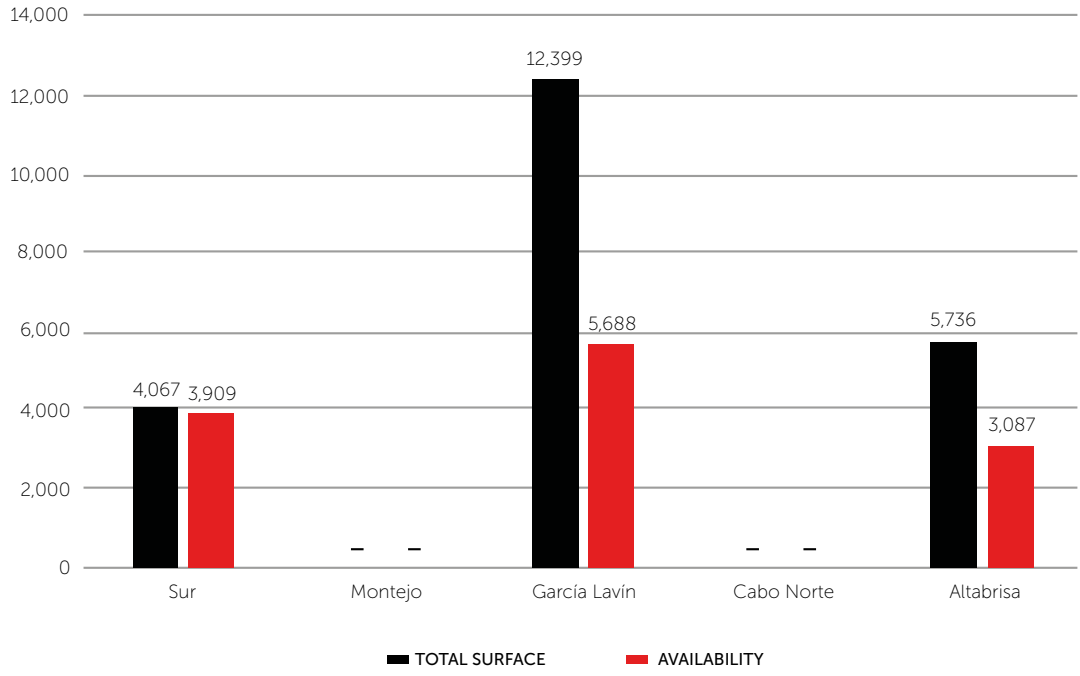


Inventario Total de Edificios en Construcción

22,202 m² de inventario total de edificios en construcción en el mercado de oficinas de Mérida, distribuidos en 4 edificios de clase A.

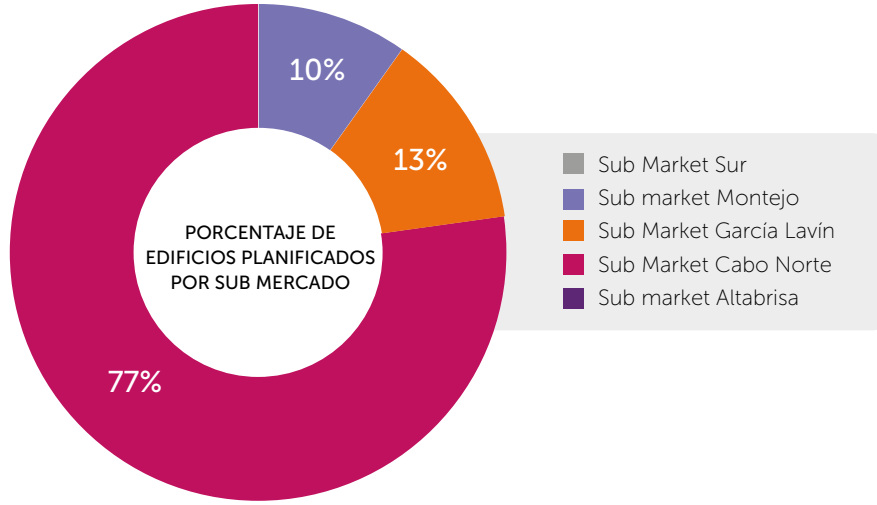


ÁREA TOTAL Y DISPONIBILIDAD EN M²
EDIFICIOS EN CONSTRUCCIÓN



Inventario Total de Edificios en Planeación

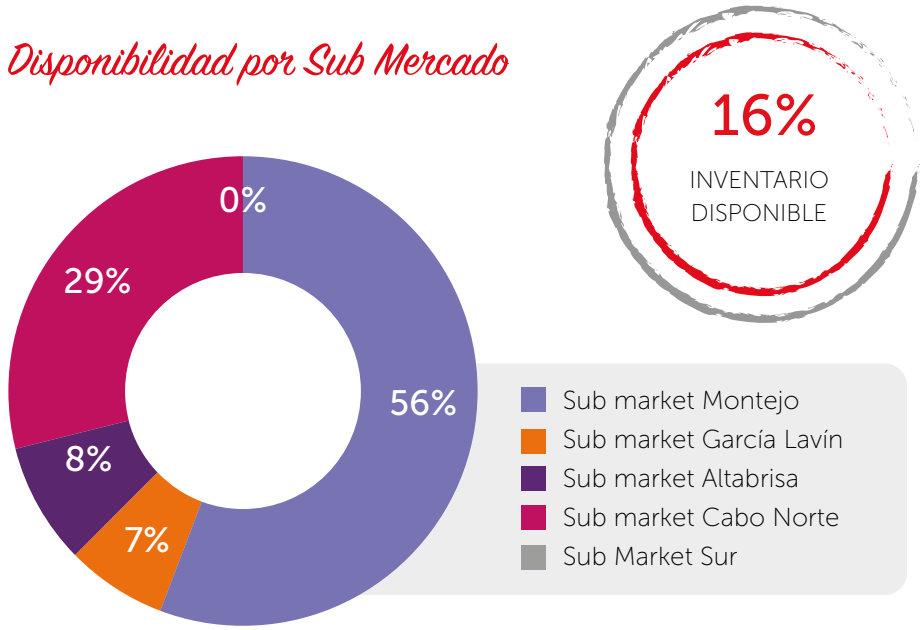
49,356 m² de inventario total en edificios en planeación identificados por JLL en el mercado de oficinas de Mérida, distribuidos en 5 edificios de clase A.



Inventario de Disponibilidad en Edificios Terminados

9,323m² de superficie disponible en edificios terminados, distribuidos en 12 edificios clase A.

Disponibilidad por Sub Mercado



Disponibilidad por Sub Mercado

	Número de Edificios	Total de Inventario (m²)[1]	Inventario total Edificios terminados (m²)	Disp. Edificios Terminados (m²)	Tasa de Desocupación Edificios Terminados (m²)
Sur	1	4,067	0	0	0%
Montejo	5	25,637	20,674	5,204	25% 4 edificios
García Lavín	8	41,109	22,377	655	3% 5 edificios
Cabo Norte	4	43,060	5,000	2,669	53% 1 edificio
Altabrisa	3	16,721	10,985	798	7% 2 edificios
Total	21	130,594	59,036	9,326	16%

Renta Promedio

RENTA ESTIMADA POR SUB MERCADO

Sub Mercado	Clase "A" renta por m² mensual	Tendencia
Sur	$202.98	Baja
Montejo	$315.49	Auge
García Lavín	$340.00	Auge
Cabo Norte	$447.82	Alza
Altabrisa	$316.75	Alza

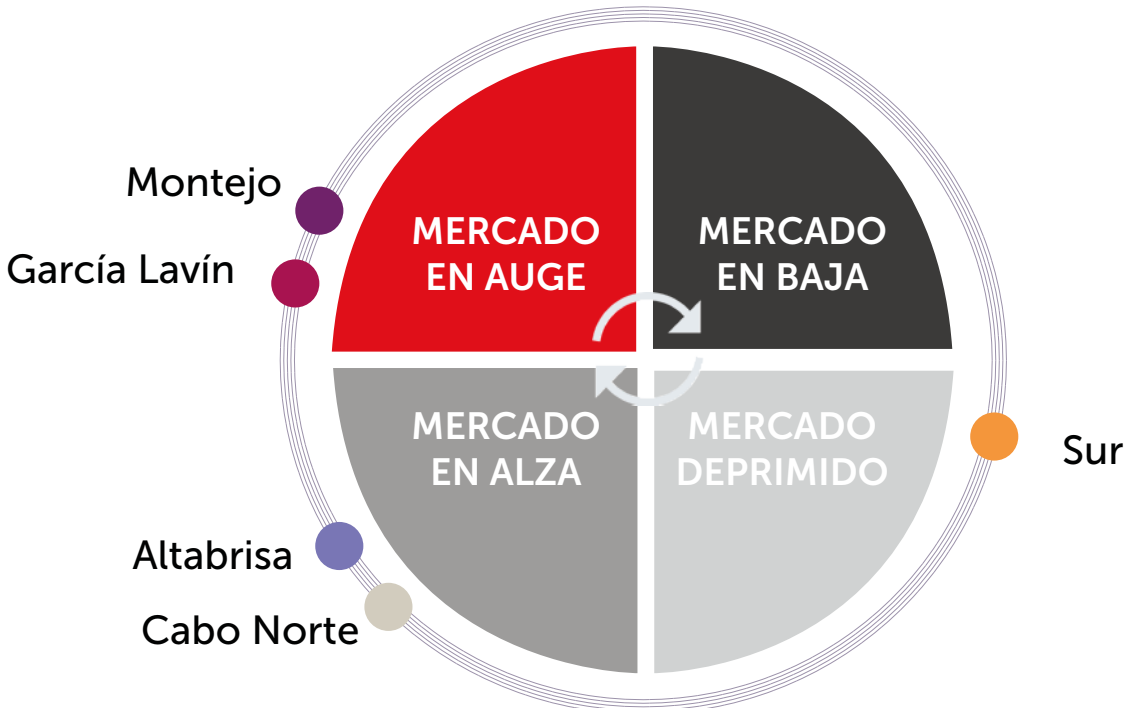
*No se contempla el precio del metraje de los cajones de estacionamiento.

2do T 2020 Transacciones

Sub Mercado	Transacción (m²)	Edificio
Montejo	1,930.80	Mid Center
García Lavín	680.84	Vértice
García Lavín	53.68	Armorán
Altabrisa	41	Orion
Altabrisa	445	Magnia
Altabrisa	568.8	Luxus
	3,720.12 m²	

2do T 20 Reloj Inmobiliario del Mercado Corporativo

Mercado Corporativo de Mérida - Sub Mercados



Conclusiones 2do T 2020

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO			
SUB MERCADO	**2019**	**2020**	**2021**
Montejo	Arrendatario	Arrendatario	
García Lavín	Arrendatario	Arrendatario	
Cabo Norte	Arrendatario	Arrendador	
Altabrisa	Arrendatario	Arrendatario	
Sur	Arrendatario	Arrendador	

Indicadores del Mercado			
Oferta	Inventario Total - Edificios Terminados	59,952	=
	Oferta - Edificios Terminados	9,323	↓
	Tasa de Disponibilidad	16%	↓
	Disponibilidad - En Construcción	12,638	↑
Renta	Clase A Precio de Salida (pesos / m²/ mensual)	$324,61	=

• La mayor superficie de edificios terminados clase A en Mérida se concentran en el sub Mercado de García Lavín con 38% de la participación de Mercado contando dicho sub Mercado con la cantidad de 5 edificios terminados.

• García Lavín es el sub mercado con el mayor inventario de edificios en etapa de construcción con un (56%) de participación en este rubro, con 2 proyectos que serán entregados en el tercer trimestre del 2020 y en el primer trimestre del 2021, seguido por el Altabrisa (26%) y el Sur (18%).

• Del total de edificios en etapa de planeación, el sub mercado de García Lavín cuenta con 1 proyecto, Montejo cuenta con 1 proyecto y Cabo norte cuenta con 3 proyectos en planeación.

• En base al reloj inmobiliario del mercado corporativo se puede mencionar que el submercado Sur se encuentra deprimido con el 96% de disponibilidad de todo su inventario lo cuál ha orillado a disminuir el precio de renta, los submercados en auge son Montejo y García Lavín mientras Altabrisa y Cabo Norte se encuentran a la alza ofreciendo nuevos proyectos corporativos.

• El porcentaje de disponibilidad al momento es de 16%, los sub mercados de García Lavín y Montejo son los sub mercados con mayor ocupación y demanda.

• El pre-arrendamiento en edificios en construcción se mantiene activo con 17,173.69 m^2 prearrendados en todos los submercados.

• Consideramos que la nueva oferta de edificios en construcción puede generar un declive gradual en los precios en los próximos dos años, sin embargo los nuevos alquileres tendrán como variables determinantes el precio, la calidad de sus productos y el tipo de inquilino.

• Debido a la situación por la cual atraviesa nuestro país, algunos de los edificios corporativos se vieron afectados ya que tuvieron un ligero aumento en su disponibilidad en comparación al estudio anterior.

• De acuerdo con el estudio anterior la disponibilidad de inventario ha disminuido, esto nuevamente demuestra que Mérida es una ciudad en crecimiento aún con la situación actual y sigue siendo atractiva para empresas nacionales e internacionales.

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

INMOBILIARE

¡Anúnciate con nosotros!

VER MEDIAKIT

inmobiliare.com

+113 mil
usuarios únicos
Web mensual

+260 mil
visitas a la página

- Publireportaje versión Digital
- Publireportaje en inmobiliare.com
- Banner publicitario en sitio web
- Artículo en newsletter en sitio web
- Banner publicitario en newsletter y envío de mailing
- Promoción en Redes sociales
- Promoción en webinar

NUESTRO ALCANCE EN E-MAILING

E-MAILING OPEN RATE 11%

Tratándose de un envío a toda la base de datos que es de:

78,726 usuarios

INMOBILIARE Webinar

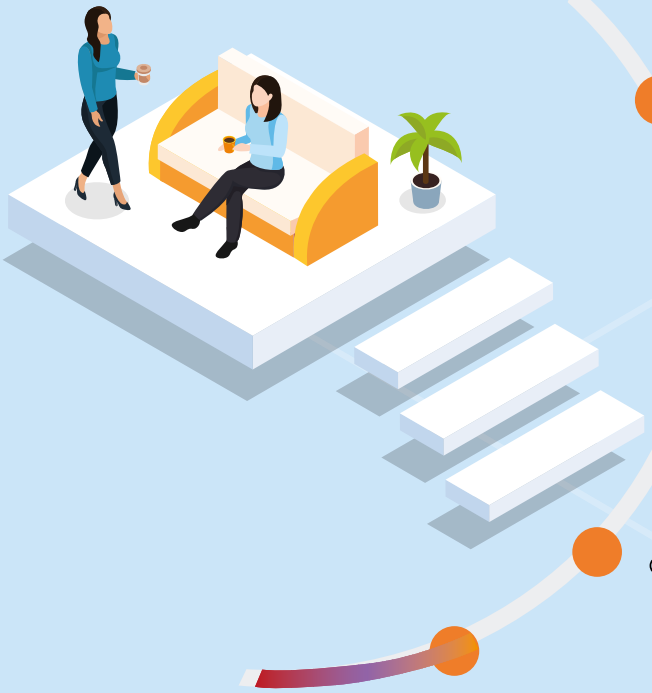
DISTRIBUIDOS POR PAÍS

		LATAM	
82.38%	6.34%	6.17%	1.47%

+52 55 55147914

contacto@inmobiliare.com

Los FIBRAS en el mercado de oficinas de la CDMX



80% del inventario de oficinas a nivel nacional se concentra en la Ciudad de México (CDMX).

8.8 millones de m² de área rentable conforman el principal mercado corporativo del país.

14% pertenecen a los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (FIBRAS), que en los últimos 10 años han impulsado el segmento corporativo de la capital mediante la adquisición y el desarrollo de propiedades.

Con **950 mil m² FUNO**
270 mil m² Danhos
dominan el mercado de oficinas en la ciudad.

Fibra Uno (FUNO)

950 mil m² aproximadamente conforman el portafolio en la CDMX del fideicomiso más grande del país.

1 de cada 10 m² de oficinas en la capital es de su propiedad.

60% de las oficinas de FUNO en la CDMX están en los corredores de:

Reforma **28%** del inventario total.
319,106 m² de área rentable.
7 de los edificios corporativos más importantes de este corredor, entre ellos: Torre Mayor, Torre Reforma Latino, Torre Cuarzo y Torre Diana.

Santa Fe **9%** del inventario total.
128 mil m² de área rentable.

Insurgentes **8%** del inventario total.
121 mil m² de área rentable.

Fibra Danhos

270 mil m² integran su portafolio en la capital.

7 edificios ubicados en cinco corredores de la CDMX.

75% de su oferta se encuentra en el corredor de Norte y Lomas Palmas

Norte 15% del inventario total.

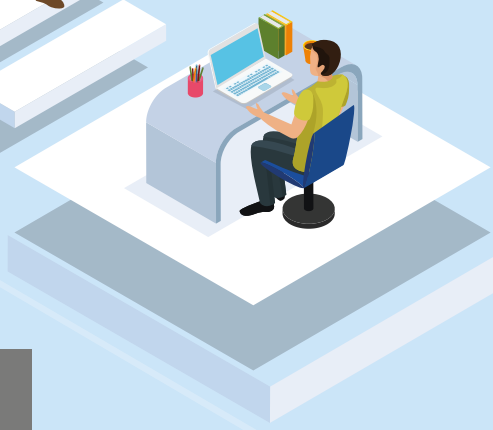
127 mil m² de área rentable.

Ubicados en las torre A, B y C del complejo de usos mixtos Toreo.

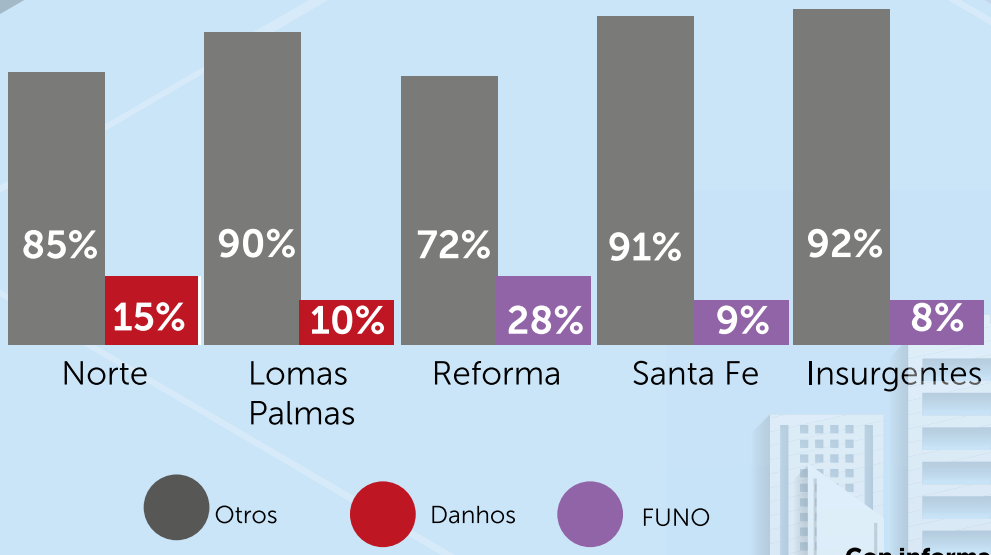
Lomas Palmas 10% del inventario total.

75,661 m² de área rentable.

Dueño de Torre Virreyes y Parque Virreyes.



CORREDORES



Con información de Datoz

Mercado Industrial *en México*

Por: Flavio Gómez, Gerente Nacional de Investigación de Mercados Colliers México
Andrés Lomelín, Director General Colliers Bajío
Baltazar Cantú, Director Industrial Colliers Monterrey
Horacio Jacome, Director Industrial Colliers Guadalajara
Jaen Peña, Director General Colliers Ciudad Juárez
Rafael McCadden, Director Industrial y Logística Colliers Ciudad de México.

El mercado industrial en México continúa de manera activa, con adaptaciones importantes a los nuevos retos que la pandemia y la economía ocasionan. Los principales cambios se dan por distintos factores como: la firma del T-MEC, los efectos del comercio electrónico, las estrategias del *Nearshoring* y *Last Mile*.

Es importante destacar que los desarrolladores industriales continúan activos, en la mayoría de las ciudades la tasa de disponibilidad aumentó de manera marginal, con excepción de Ciudad de México, en donde se enfatiza una disponibilidad a la baja. Es importante mencionar, que las tasas de disponibilidad de los distintos mercados se mantienen en niveles inferiores al 5%, con excepción de Monterrey y Puebla que registran tasas superiores al 7 por ciento.

El e-commerce, se ha incrementado de manera importante, ocasionando un crecimiento de los principales mercados inmobiliarios industriales en México.

En el mercado se destacan dos estrategias importantes, por un lado, el *nearshoring* en el cual las ciudades fronterizas cuentan con la mano de obra y la localización privilegiada hacia Estados Unidos; y por otro lado un enfoque en inmuebles dentro de las ciudades que brinden puntos logísticos estratégicos para el concepto de '*Last Mile*'.

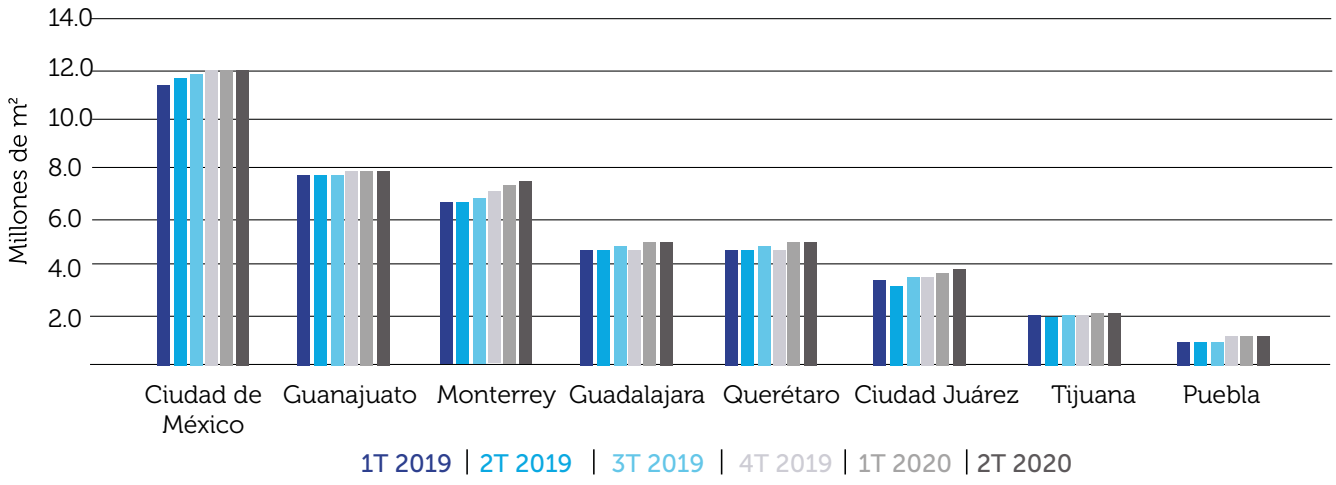
Los precios promedio de arrendamiento de inmuebles industriales se han comportado con ligeros incrementos, pero en niveles competitivos de USD $3.7 a USD $5.7 por metro cuadrado mensual, en algunos mercados se espera un incremento por la falta de producto.

Ciudad de México

El mercado industrial de la Ciudad de México ha mantenido un desarrollo constante en los últimos años con cifras récord en tasas de disponibilidad, ocupación y desarrollo de nuevos proyectos, esto impulsado principalmente por el crecimiento del *e-commerce* y expansión de las empresas logísticas (3PL's). En tiempos de Covid 19 la tendencia de crecimiento en las ventas en línea de las grandes cadenas de retail y mayoristas ha sido importante, esto ha generado nuevos requerimientos de espacio industrial y contribuido a la ocupación de naves industriales en los principales corredores de la Ciudad de México principalmente para centros de almacenamiento y distribución, y ubicación de última milla *'Last Mile'*.

Rafael McCadden, Director Industrial y Logística Ciudad de México.

Histórico: Inventario y Crecimiento (m^2)



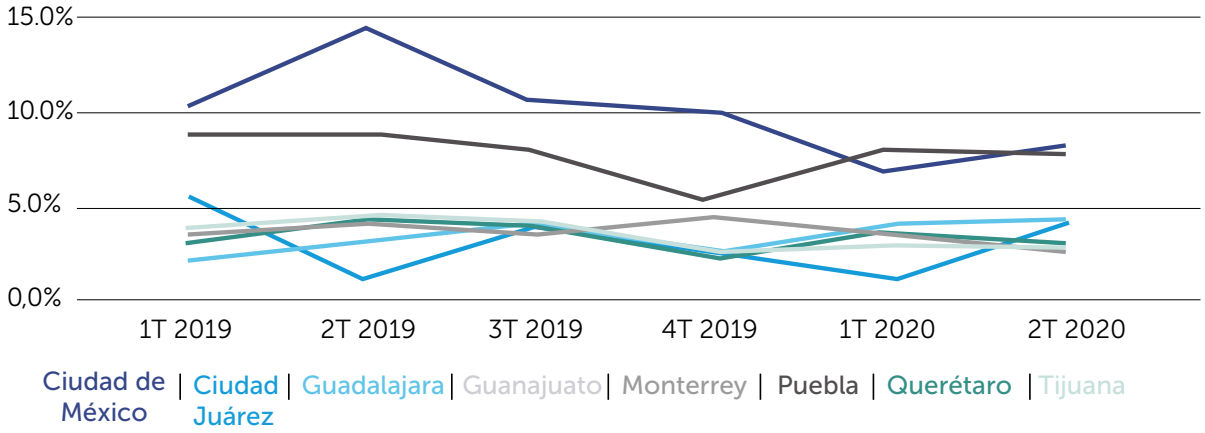
Fuente: Colliers

Monterrey

"En Monterrey, el mercado industrial se ha mantenido activo, principalmente con empresas de Distribución y Logística enfocadas al comercio electrónico, se estima que en los próximos meses continúe esta tendencia. Por otro lado, a mediano plazo, se ven empresas en búsqueda de espacios para manufactura (*Nearshoring*), aprovechando el nuevo T-MEC y la ubicación geográfica de México. Actualmente estamos apoyando a varias empresas extranjeras en estos proyectos, brindando información para la toma de decisiones".

Baltazar Cantú, Director Industrial Monterrey.

Histórico: Disponibilidad por ciudad (%)



Fuente: Colliers

Guadalajara

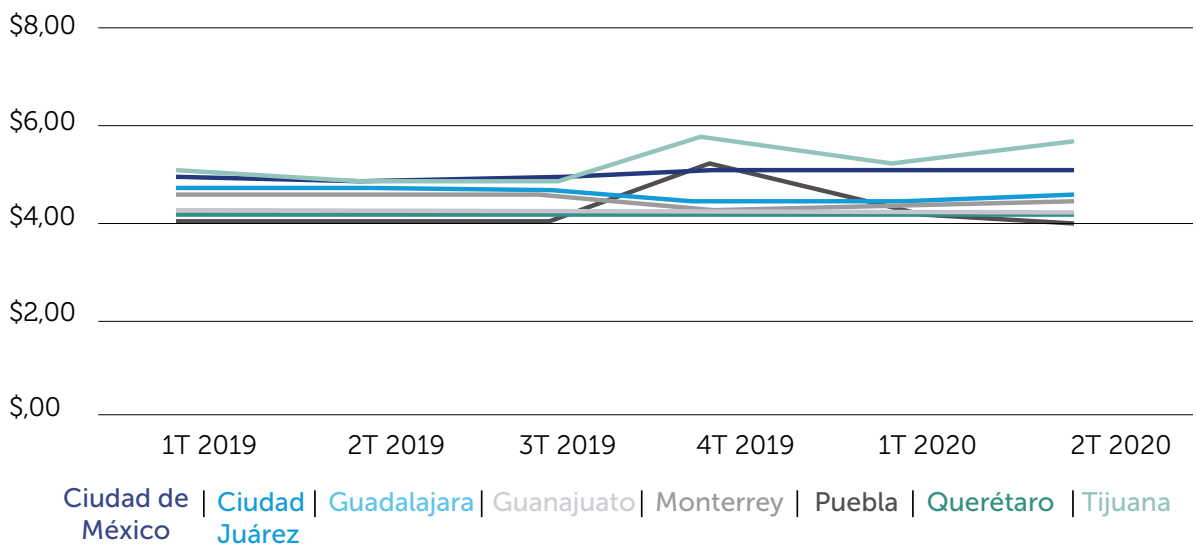
Horacio Jacome, Director Industrial Guadalajara.

Este mercado tiene su propia dinámica dado que históricamente el inventario de inmuebles industriales se ha absorbido rápidamente cuando el producto ha sido concebido correctamente, independientemente del desempeño nacional.

Hoy ante la pandemia, la absorción disminuyó en número de transacciones, sin embargo, se concretaron operaciones de arrendamiento de dos grandes jugadores de *e-commerce*. Esto ha sido posible porque en los últimos años, los desarrolladores han apostado a invertir en varios submercados de la zona metropolitana de Guadalajara y ofrecer edificios industriales de mayores especificaciones cada vez.

Hemos identificado que el submercado del Salto recibirá en los próximos 12 meses a no menos de 5 desarrolladores institucionales que ofrecerán más opciones para manufactura, logística y distribución en una plaza que siempre ha sido atractiva para compañías de diferentes industrias. Por último, Jalisco se verá beneficiado del nuevo macrolibramiento y de la inversión de más de 11,000 millones de pesos para una nueva terminal y una segunda pista del aeropuerto Internacional de Guadalajara.

Histórico de precios promedio de lista (USD/ m^2).
Renta mensual de naves y bodegas
Clase A



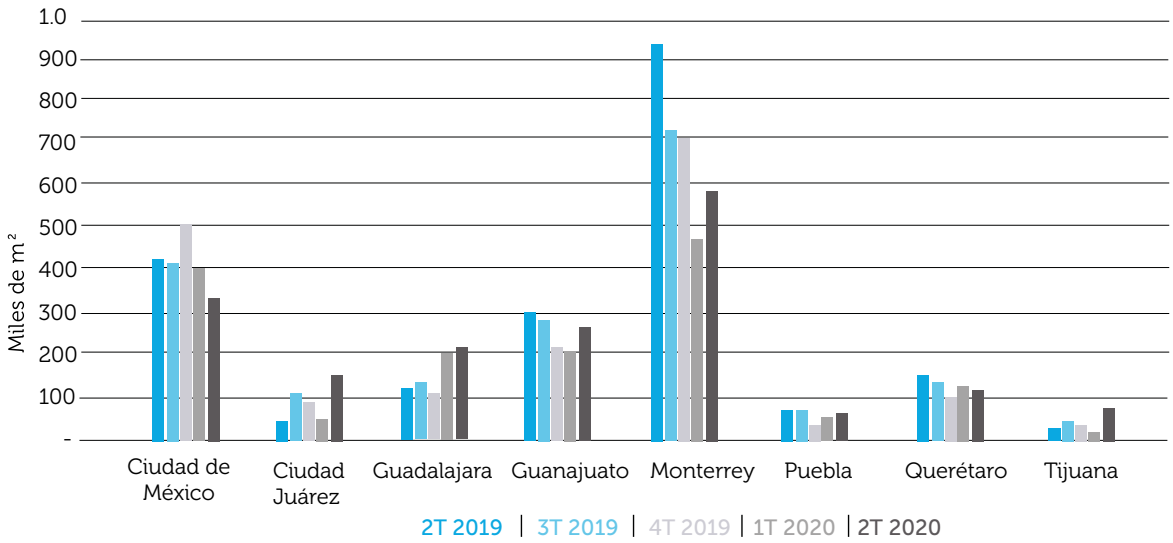
Fuente: Colliers

Bajío

La situación actual del mercado industrial en la Región Bajío, por ser fuertemente apalancado en la industria manufacturera automotriz, la coyuntura actual afectó de manera importante la actividad durante el primer semestre del año. Lo anterior aunado a la incertidumbre relacionada con la firma y entrada en vigor del T-MEC (hoy resuelto), generó posturas de '*wait and see*' en los tomadores de decisiones de las empresas. Hoy vemos un repunte en la actividad y esperamos un segundo semestre mucho más dinámico.

Andés Lomelín, Director General Colliers Bajío

Histórico de disponibilidad Industrial (m^2) por ciudad, Clase A



Fuente: Colliers

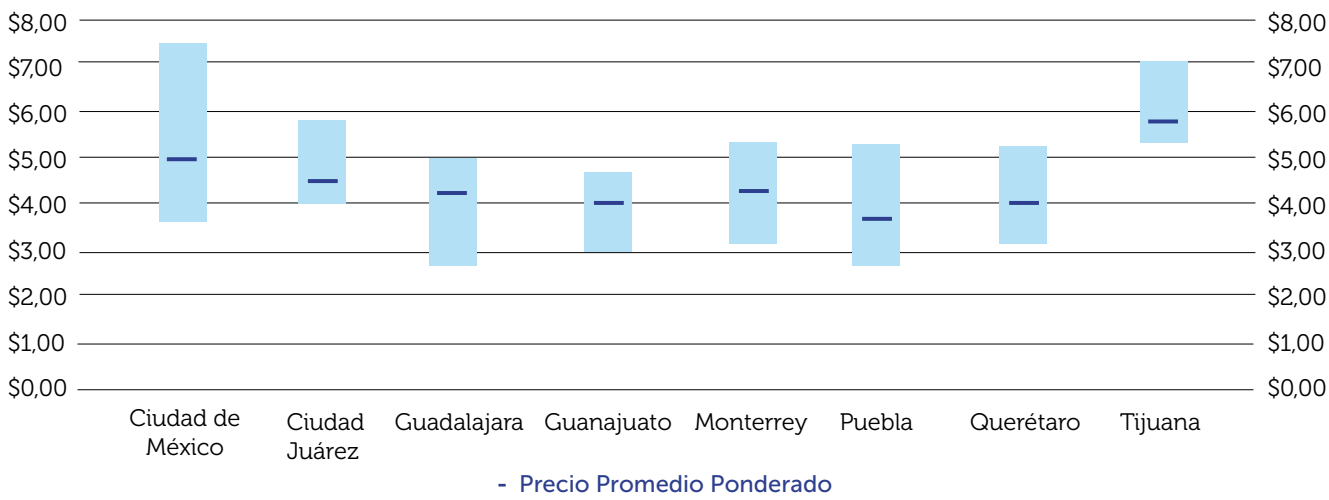
Ciudad Juárez

Jaen Peña, Director General Ciudad Juárez.

A partir de la entrada en vigor del T-MEC, se han dado dos anuncios importantes de Inversión Extranjera Directa en el Estado de Chihuahua. La primera fue BRP, quien construirá su tercera planta de manufactura para vehículos todo terreno en Cd. Juárez y de la compañía Safran Zodiac (el 3er grupo más importante del sector aeroespacial en el mundo), con el establecimiento de una nueva planta en la ciudad de Chihuahua.

El *pipeline* de proyectos importantes en la región pone en manifiesto la tendencia, sobre el nearshoring. Asimismo, hay al menos 2 proyectos más de expansión de operaciones de manufactura de empresas ya existentes en Chihuahua. Es importante mencionar que estas empresas son de diferentes países. Colliers Cd. Juárez, está actualmente trabajando como socio fundador de 'Chihuahua EDC', con esta organización, se busca unificar y agrandar las actividades y medidas de promoción que ya se realizan, por lo que se convertirá en el órgano vital de la promoción económica en el estado, como forma de sustitución de ProMéxico.

Precios de Lista (USD/ m^2). Renta mensual de naves y bodegas Clase A



Fuente: Colliers

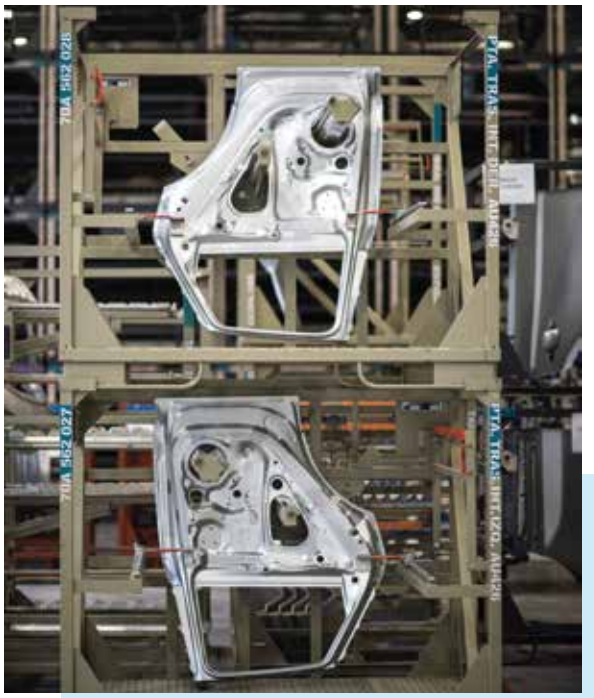
Tijuana

El dinamismo de la ciudad ha crecido de manera importante en los últimos años, las empresas buscan espacios cercanos a la frontera bajo el concepto de *Nearshoring* el cual atrae la inversión y demanda por inmuebles de primera categoría. La demanda en el mercado industrial en la ciudad de Tijuana ha ajustado la tasa de disponibilidad de manera importante ocasionando un aumento en los precios promedio de renta (USD $5.6 por m^2 / mensual para naves de primera categoría). De manera adicional, se espera la entrega de más 130 mil m^2 de nuevos inmuebles durante el año 2020. Se estima que con la firma del T-MEC la ciudad concrete proyectos importantes.

Flavio Gómez Aranzubia, Gerente Nacional de Investigación de Mercados México.

Puebla

Por otro lado, en Puebla se han instalado grandes empresas de giro automotriz, mismas que han aportado una actividad importante a la ciudad. Sin embargo, en los últimos años el desarrollo y crecimiento de la ciudad es moderado. La demanda es conservadora lo que ha mantenido la tasa de disponibilidad en niveles del 8%; existen desarrollos en construcción y se espera que durante el 2020 se entreguen dos nuevas naves. Los precios se han mantenido en niveles de USD $3.7 por metro cuadrado y se espera que con los nuevos acuerdos del T-MEC la inversión se vea atraída al estado.



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

ampip

Asociación Mexicana de Parques Industriales Privados, A.C.

LOS PARQUES INDUSTRIALES AMPIP, SE ADHIEREN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS

En el ámbito internacional, gobiernos y empresas invierten más en energías limpias y renovables para mejorar su competitividad

En 2017, una de cada dos empresas en Fortune 500 tenía definida al menos una meta para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, incrementar la eficiencia energética o aprovechar las energías renovables (WWF, 2017).

La AMPIP establece e impulsa, para sus agremiados, Mejores Prácticas Ambientales, Sociales y de Gobernanza.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

www.ampip.org.mx

Nueva Generación de Parques Industriales Inteligentes y Sustentables

informacion@ampip.org.mx | @AMPIP | #SomosAmpip

El mercado de vivienda en la *Ciudad de Puebla*

Por: Softec

El mercado de vivienda en la Ciudad de Puebla ha mostrado una tendencia a la baja en su nivel de ventas. De acuerdo con la base de datos propiedad de Softec, para el segundo trimestre del 2020 las ventas totales llegaron a 274 unidades vendidas en promedio de forma mensual.

Esta tendencia se viene presentando desde el tercer trimestre del 2019, donde se llegaron a colocar 313 viviendas de forma mensual. Las condiciones económicas del país para el cierre del 2019 y el inicio de la pandemia en el primer trimestre del 2020 han generado una contracción en los mercados inmobiliarios a nivel nacional y el mercado en la Ciudad de Puebla ha comenzado a sufrir dichos estragos.

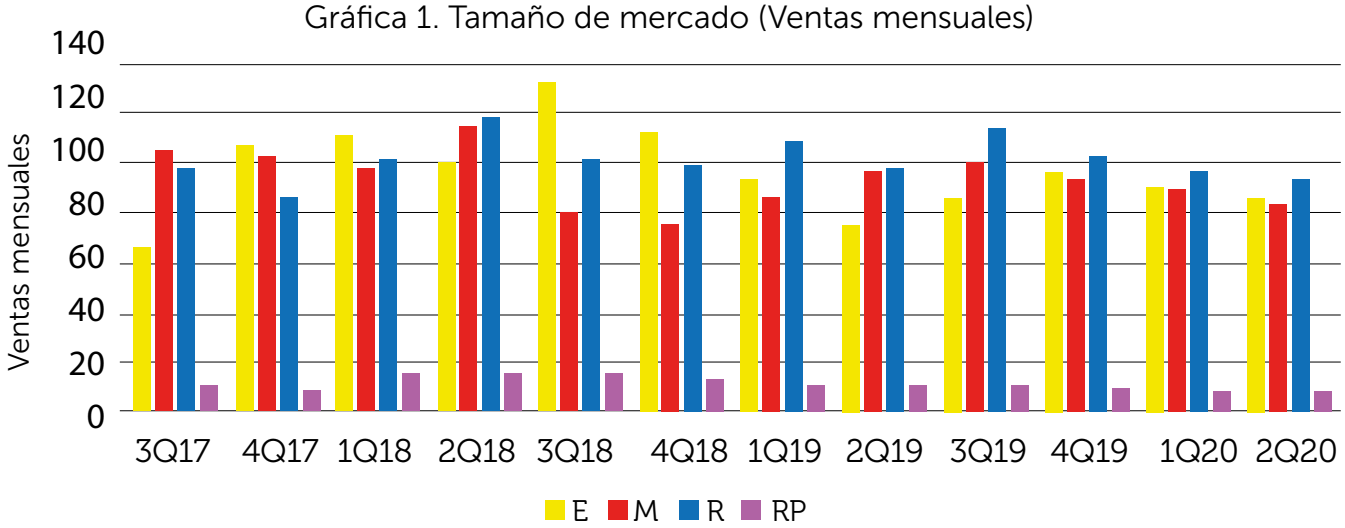
Aunado a los fenómenos antes mencionados el mercado de vivienda en Puebla cuenta con una importante cantidad de inventario disponible, con un total de 4,628 unidades, de las cuales el 37% se ubican dentro de la vivienda Económica, el 30% dentro del segmento Medio, el 28% pertenecen a la vivienda Residencial y el 4% restante son de la vivienda Residencial Plus.

"El mercado de vivienda en Puebla cuenta con una importante cantidad de inventario disponible, con un total de 4,628 unidades."

Los inmuebles residenciales continúan mostrando el mayor nivel de ventas, con un promedio de 94 unidades colocadas mensualmente. Por su parte, los Económico y Medio muestran un nivel de ventas mensuales de 86 y 84 respectivamente.

El segmento Residencial Plus presenta signos de menor desempeño, con un promedio de 9 unidades colocadas de forma mensual, esta tendencia se ha venido observando prácticamente en lo que va del 2020.

Gráfica 1. Tamaño de mercado (Ventas mensuales)



De continuar mostrado los niveles de ventas observados en lo que va del 2020, así como un freno en la tendencia a la baja de dichas ventas, el mercado de vivienda en la Ciudad de Puebla estaría agotando sus inventarios en un periodo estimado de 18 meses, es decir, un año y medio.

Las edificaciones Residencial Plus se presenta como la fracción que tardará un mayor tiempo en agotar sus inventarios existentes, con un periodo estimado de 24 meses; seguido se encuentra las construcciones económicas, las cuales tardarán aproximadamente 20 meses en agotar sus inventarios.

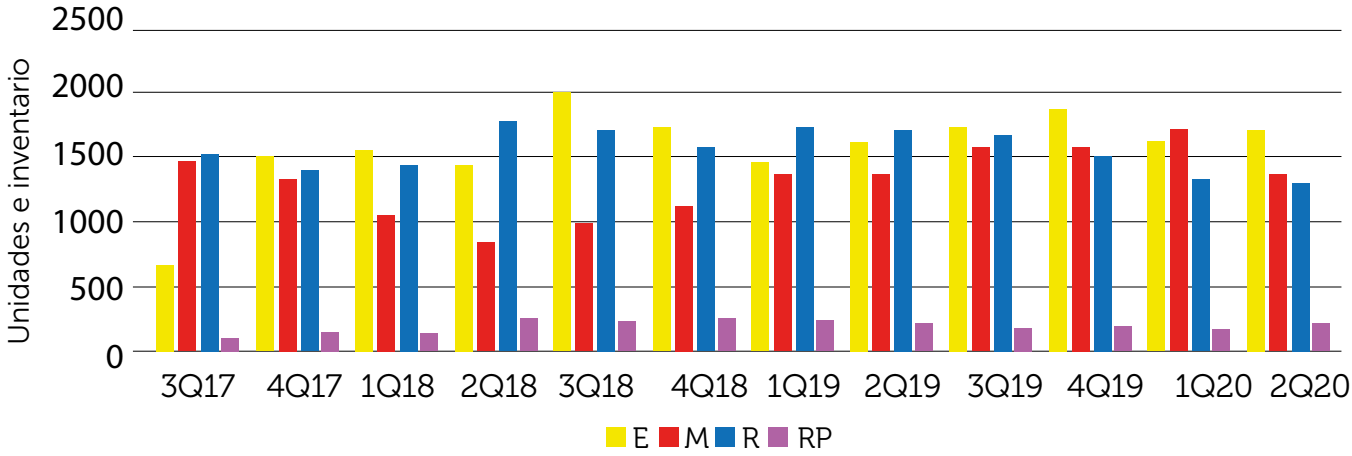
Se estima que los mercados Medio y Residencial agoten sus inventarios en un periodo de 16 y 14 meses respectivamente, presentándose como los de mayor dinamismo, así como los segmentos con mayor oportunidad de incursión de nuevos proyectos sin el riesgo a sobre inventariarse.

Por su parte, el nivel de ventas promedio por proyecto se ubica en 1.5 unidades mensuales; de igual forma la absorción ha mostrado una tendencia a la baja, principalmente a partir del tercer trimestre del 2018, pasando de un nivel de ventas promedio de 2.4 unidades mensuales a 1.5 unidades mensuales para el segundo trimestre del 2020.

Antes de la crisis generada por el Covid-19, durante todo el 2019 el mercado venía mostrando un nivel de ventas cercano a las 1.8 unidades mensuales. Sin embargo, para el primer trimestre del 2020, ya con la incertidumbre de la pandemia, el nivel de ventas disminuyó a 1.6 unidades mensuales en promedio, mientras que para el segundo trimestre del 2020 se registra un nivel de ventas de 1.5 unidades.

"La vivienda perteneciente al rubro Económico muestra el mayor nivel de ventas promedio por proyecto, alcanzando 4.3 unidades mensuales; sin embargo, también se presenta como el grupo con la mayor caída en su nivel de ventas."

Gráfica 2. Unidades e Inventario



La vivienda perteneciente al rubro Económico muestra el mayor nivel de ventas promedio por proyecto, alcanzando 4.3 unidades mensuales; sin embargo, también se presenta como el grupo con la mayor caída en su nivel de ventas, ya que para el último trimestre del 2017, registró su punto más alto, colocando 7.7 unidades por proyecto. Esto representa una caída en las ventas por proyecto cercana al 44 por ciento.

Seguido se encuentra la vivienda media, con un nivel de ventas por proyecto de 1.7 unidades mensuales, si bien, también ha mostrado una caída en su nivel de ventas, la disminución representa cerca del 35% con respecto a su punto más alto, donde se llegaban a colocar 2.7 unidades en promedio por proyecto de forma mensual.

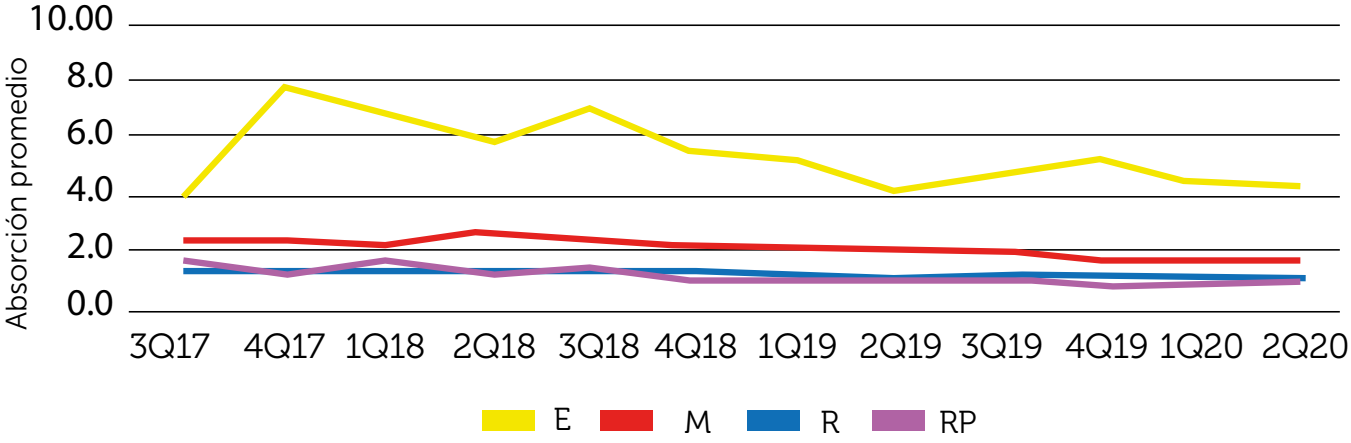
La vivienda residencial presenta un nivel de ventas por proyecto de 1.0 unidad mensual, mostrado un comportamiento estable en sus ventas, ya que su punto más alto se observó en el último trimestre del 2017, llegando a un nivel de ventas por proyecto de 1.4 unidades; a partir de 2018, ha colocado un promedio de 1.1 unidades mensuales por proyecto.

"La vivienda residencial presenta un nivel de ventas por proyecto de 1.0 unidad mensual, mostrado un comportamiento estable en sus ventas."

Finalmente, la vivienda residencial plus también mostró una tendencia negativa en las ventas promedio por proyecto, pasando de 1.7 unidades para el primer trimestre del 2018 a un nivel de ventas de 0.9 unidades mensuales por proyecto, lo que presenta una disminución del 45% en el nivel de ventas.

Sin embargo, durante todo el 2019 y los dos primeros trimestres del 2020, este segmento ha mantenido sus ventas en 0.9 unidades promedio por proyecto. Es importante mencionar que el principal mercado para este grupo se concentra en inversionistas locales y provenientes de otras ciudades, siendo la Ciudad de México la principal generadora de demanda. Se estima que dicho mercado sea el de mayor afectación posterior a la pandemia, ya que los inversionistas mostrarán más cautela, lo que podría retrasar su decisión de compra; la falta de liquidez o ahorro para el pago de enganches podría también presentarse como un factor que afecte directamente al nivel de ventas.

Gráfica 3. Absorción promedio por proyecto



"La vivienda residencial plus también mostró una tendencia negativa en las ventas promedio por proyecto, pasando de 1.7 unidades para el primer trimestre del 2018 a un nivel de ventas de 0.9 unidades mensuales por proyecto, lo que presenta una disminución del 45% en el nivel de ventas."

Se estima que a partir de la segunda mitad del 2020 el mercado de vivienda en la Ciudad de Puebla pueda comenzar a mostrar signos de recuperación, buscando alcanzar los niveles observados en años anteriores.

Se estima que los mercados de vivienda Económica y Media muestren una mayor recuperación, la reactivación de la economía post Covid así como una importante cantidad de mercado potencial demandante de residencias, hacen que estos sean atractivos para la incursión de nuevos proyectos. A la par, las instituciones financieras y otorgadoras de crédito han mostrado una marcada tendencia a ser más flexibles, con tasas más atractivas y una mayor disponibilidad en el momento de aprobar los créditos.

Hasta el momento, no se ha observado un incremento sustancial en los precios para cada uno de estos segmentos, la creciente incertidumbre y los posibles efectos en la economía, han hecho que los desarrolladores mantengan sus precios, buscando que los niveles de ventas en sus proyectos no se vean afectados por un incremento en precios. los cuales deberán de darse de forma cautelosa y paulatina, una vez que la economía se haya reactivado y la confianza del consumidor regrese a los parámetros observados antes del fenómeno Covid.

"La vivienda media, con un nivel de ventas por proyecto de 1.7 unidades mensuales, si bien, también ha mostrado una caída en su nivel de ventas, la disminución representa cerca del 35 por ciento."

La Ciudad de Puebla se ubica entre las primeras cinco ciudades del país, por su importancia económica, el tamaño de su población y la cercanía con la Ciudad de México. Por lo que se estima que el mercado de vivienda continúe mostrando el dinamismo observado desde hace muchos años. Zonas como Angelópolis, el corredor del Periférico Ecológico y el centro histórico de la ciudad se presentan con un alto potencial de desarrollo inmobiliario, no solo en el tema de vivienda, sino en todo el resto de la industria inmobiliaria.

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

CONTINGENCIA INCREMENTA **EL INTERÉS POR VIVIENDAS CON ALBERCA Y TERRAZA**

Por:Vivanuncios

El confinamiento generado por el Covid-19 ha impactado en las preferencias de búsqueda de vivienda por parte de las familias mexicanas. De acuerdo con los resultados observados en un análisis elaborado por Vivanuncios, el portal inmobiliario de eBay, en el segundo trimestre de este año ha crecido el interés de las familias por comprar una propiedad con alberca o terraza.

Durante el mes de mayo, la búsqueda de propiedades por internet creció 25%, esto en relación a las búsquedas observadas en abril. Es importante destacar que este resultado rompela inercia a la baja que se había registrado en la búsqueda de propiedades desde el arranque de 2020.

Poco a poco regresa la confianza de las personas para realizar inversiones inmobiliarias a largo plazo. Sin embargo, como prácticamente en cualquier ámbito, la pandemia ha cambiado las aspiraciones de los compradores, haciendo que las características buscadas en las viviendas hayan cambiado significativamente para favorecer la comodidad y esparcimiento dentro del hogar.

Dentro de esta nueva configuración de la vivienda ideal, destacan sobre todo dos espacios importantes, que hasta antes de la contingencia bien podrían haberse suprimido sin ningún problema: las albercas y las terrazas.

Incrementa el interés de los internautas en México por viviendas con albercas y terrazas.

Te invitamos a conocer los resultados obtenidos por Vivanuncios, basado en las búsquedas dentro de nuestra plataforma. Primero presentamos los resultados a nivel nacional y posteriormente resultados relevantes por estado, incluyendo las entidades principales del país: Ciudad de México y su zona conurbada, Nuevo León y Jalisco.

Resultados nacionales

En términos generales, este creciente interés se observó en casi todo el país en el segundo trimestre del presente año, sobre todo de abril a mayo, donde sólo en 5 estados no se observó crecimiento en las búsquedas de viviendas con alberca o con terraza.

Alberca

En el quinto mes del año, la búsqueda de propiedades con alberca aumentó 30 por ciento, esto en comparación con lo observado en abril. Por su parte, de mayo a junio se observó un incremento en la proporción de búsqueda de viviendas con alberca con relación a las búsquedas totales. Mientras que en mayo esta fue de 17.76 por ciento, en junio creció hasta 18.26 por ciento.

Terraza

En el caso de la búsqueda de vivienda con terraza, estas aumentaron 32 por ciento de abril amayo. En cuanto a la proporción con relación a las búsquedas totales, este número incrementó de 15.91 por ciento en mayo a 16.05 por ciento en junio.

Comparación con 2019

En el segundo trimestre de este año, la proporción en la búsqueda de estas amenidades ha incrementado respecto al mismo periodo de 2019.

En el caso de las albercas, la proporción rondaba el 15 por ciento el año pasado, en cambio, en el año actual se ha incrementado hasta casi 20 por ciento.

Búsqueda de viviendas en venta con alberca en relación con las búsquedas totales					
2019			2020		
Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio
15.20%	15.08%	14.21%	18.72%	17.76%	18.26%

Fuente: www.vivanuncios.com.mx

Algo muy similar ha ocurrido con las viviendas con terraza, incrementando de poco menos de 14 por ciento en 2019 hasta alrededor de 16 por ciento este año, como se ilustra a continuación:

Búsqueda de viviendas en venta con terraza en relación con las búsquedas totales					
2019			2020		
Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio
13.65%	13.76%	13.67%	16.48%	15.91%	16.05%

Fuente: www.vivanuncios.com.mx

Resultados relevantes por estado

Si el análisis se lleva por entidad, se destaca que en las principales entidades del país se observó un comportamiento similar, con aumento en la preferencia de búsqueda para vivienda con alberca y terraza.

Alberca

Se observó bastante crecimiento sobre todo en estados de la zona centro: Zacatecas, Morelos; y Occidente del país: Michoacán, Jalisco.

Las viviendas con alberca han ganado mayor atractivo durante la contingencia.

Ciudad de México y zona conurbada

En la capital del país, la búsqueda de vivienda en venta con alberca incrementó 10 por ciento de abril a mayo.

Mientras tanto, en el Estado de México se vio un incremento más acentuado, de abril a mayo la búsqueda de casas y departamentos con alberca incrementó 66 por ciento. En la proporción con respecto a las búsquedas totales hubo un incremento constante, en abril ocuparon el 4.8 por ciento, en mayo creció un 5.58 por ciento y en junio subió hasta 6.23 por ciento.

Nuevo León

En esta entidad, se observó un gran crecimiento en el interés por las albercas. La búsqueda de viviendas en venta con esta amenidad incrementó 81 por ciento de abril a mayo, y registró un crecimiento de 9 por ciento de mayo a junio.

Esto se reflejó en la proporción respecto a las búsquedas totales. En abril se ubicó en 11.55 por ciento, en mayo creció a 12.49 por ciento y en junio incrementó hasta 16.4 por ciento.

Jalisco

En Jalisco, el mayor crecimiento se dio de abril a mayo, con un 34 por ciento de incremento en las búsquedas de viviendas en venta con alberca.

Las búsquedas de viviendas con esta amenidad representaron el 20.25 por ciento de las búsquedas totales en mayo y esa proporción incrementó hasta 23.44 por ciento en el mes de junio.

Resto de los estados

En Michoacán y Zacatecas, la búsqueda de viviendas con alberca se elevó a más del doble de abril a mayo. Incrementó 169 por ciento en Michoacán y 120 por ciento en Zacatecas.

En otro estado del centro del país, Hidalgo, de abril a mayo estas búsquedas incrementaron en 79 por ciento, y otro 5 por ciento de mayo a junio.

En otros tres estados, donde las albercas siempre han sido una característica importante en la búsqueda de viviendas en venta, se han acentuado en este periodo, representando más del 50 por ciento de las búsquedas totales. Concretamente:

Morelos: en abril, la búsqueda de viviendas en venta con alberca representó el 67.86 porciento de las búsquedas totales. Ese número se mantuvo muy similar en mayo y junio, con 67.55 y 68.59 por ciento, respectivamente.

Guerrero: En la entidad más turística del sur de México, la proporción de búsqueda de viviendas en venta con alberca, respecto al total de búsquedas, ascendió en abril a 67.2 por ciento, en mayo 64.01 por ciento y en junio se ubicó en 63.09 por ciento.

Por su parte, en Quintana Roo, las viviendas en venta con alberca ocuparon el 51.55 por ciento de las búsquedas totales, 51.44 por ciento en mayo y 50.06 por ciento en junio.

Terraza

Esta otra amenidad presentó un comportamiento un poco diferente, presentándose mayormente en estados tanto del centro del país: Puebla, Morelos, Hidalgo como del Sureste: Chiapas y Yucatán.

Ciudad de México y zona conurbada

En la capital del país, se notó un salto importante de abril a mayo en la búsqueda de viviendas con terraza, concretamente el incremento fue de 79 por ciento. Esto se reflejó en la proporción con relación a las búsquedas totales, pues incrementó de 11.18 por ciento en abril hasta 15.15 por ciento en mayo.

Mientras tanto, en el Estado de México, de abril a mayo se registró un incremento en la búsqueda de viviendas con terrazas del 24 por ciento.

Las terrazas son ahora mucho más atractivas debido al confinamiento.

Nuevo León

En esta entidad también hubo un incremento significativo. De abril a mayo, la búsqueda de viviendas con terraza aumentó 58 por ciento. Con relación a las búsquedas totales, las casas y departamentos con terraza vieron su mayor salto de mayo a junio, creciendo de 17.63 por ciento a 21.03 por ciento.

Jalisco

En la 'Perla de Occidente', la búsqueda de viviendas con terraza incrementó 42 por ciento entre abril y mayo; representando en junio casi la tercera parte de las búsquedas totales, con un 31.03 por ciento.

Resto de los estados

Otros estados también mostraron incrementos significativos en estos números. Los más destacados son:

- Chiapas, que de abril a mayo, la búsqueda de viviendas con terraza incrementó a más del doble, concretamente hubo un incremento de 109 por ciento.

- Puebla, de forma similar, observó un crecimiento en estas búsquedas del 93 por ciento de abril a mayo.

- Hidalgo, se presenta un caso peculiar, ya que la búsqueda de viviendas con terraza creció a ritmo constante durante el trimestre, registrando un incremento de 54 por ciento de abril a mayo y de 56 por ciento de mayo a junio.

- Morelos, en esta entidad vecina de la Ciudad de México, las viviendas con terraza representaron alrededor del 40 por ciento de las búsquedas totales. Para ser exactos, 41.95 por ciento en abril, 37.55 por ciento en mayo y 38.41 por ciento en junio.

- Yucatán, presenta un caso similar, en abril estas búsquedas constituyeron el 35.76 por ciento del total, 34.9 por ciento en mayo e incrementó hasta 35.24 por ciento en junio.

Es evidente que la pandemia por Coronavirus ha traído consigo un periodo fuera de todo lo ordinario, que ha hecho a todos los actores del mercado inmobiliario replantearse sus metas, objetivos y formas de trabajo.

En este sentido, los números hablan de un creciente interés en amenidades que hasta hace poco se consideraban accesorios o incluso lujos, como las albercas y las terrazas, con el fin de poder disfrutar del esparcimiento sin salir de casa.

Esta información, más allá de quedar como una curiosidad pasajera, debe servir como guía de acción, tanto para los agentes inmobiliarios como para los desarrolladores de nueva vivienda, ya que resulta relevante para identificar lo que buscarán los compradores de ahora en adelante en la Nueva Normalidad.

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

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA VALUACIÓN DE ACTIVOS

Por: David Mauricio Domínguez
Director de Consultoría en Tasvalúo

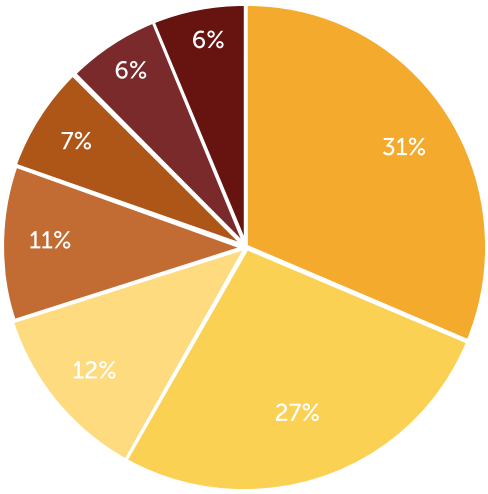
Tasvalúo es una de las empresas mexicanas con el mayor acervo de información sobre avalúos de distintos tipos de bienes a nivel nacional, su cobertura territorial comprende las 32 entidades federativas y constituye una de las principales fuentes de información, tanto histórica, como vigente, del sector inmobiliario y de las valoraciones.

Desde el año 2006, la base ha incorporado poco más de 872,000 avalúos, aunque la mayoría corresponde al sector habitacional, existe una base importante de valores de terrenos y otros bienes; en este sentido, destacan las apreciaciones sobre espacios comerciales, naves y bodegas industriales, edificios de oficinas, agropecuarias, hoteles y maquinaria especializada, entre otros.

En este periodo la empresa ha valuado aproximadamente 3 billones de pesos en distintos tipos de bienes, destacando principalmente la actividad en zonas metropolitanas. Al respecto, la cartera valuada en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México representa aproximadamente la mitad del total y asciende a poco más de 1.5 billones de pesos por monto valuado, le siguen ciudades como Monterrey (120 mil millones), Guadalajara (115 mil millones), Querétaro (35 mil millones) y Cancún (34 mil millones).

Por volumen de servicios, también se cuenta con una intensa actividad en las principales zonas metropolitanas del país; además, cerca de 40% de los servicios se efectúan en ciudades medianas, de menor tamaño y en zonas rurales, por lo que la cobertura territorial es diversa y permite contar con un acervo de información y valores de distintos entornos tanto urbanos, periurbanos, no urbanizados y en expansión. Dicha base de datos no solo representa una fuente de valores históricos, sino de información de proyectos comparables que nos permite ofrecer un panorama claro de las tendencias del mercado mediante nuestras soluciones de consultoría.

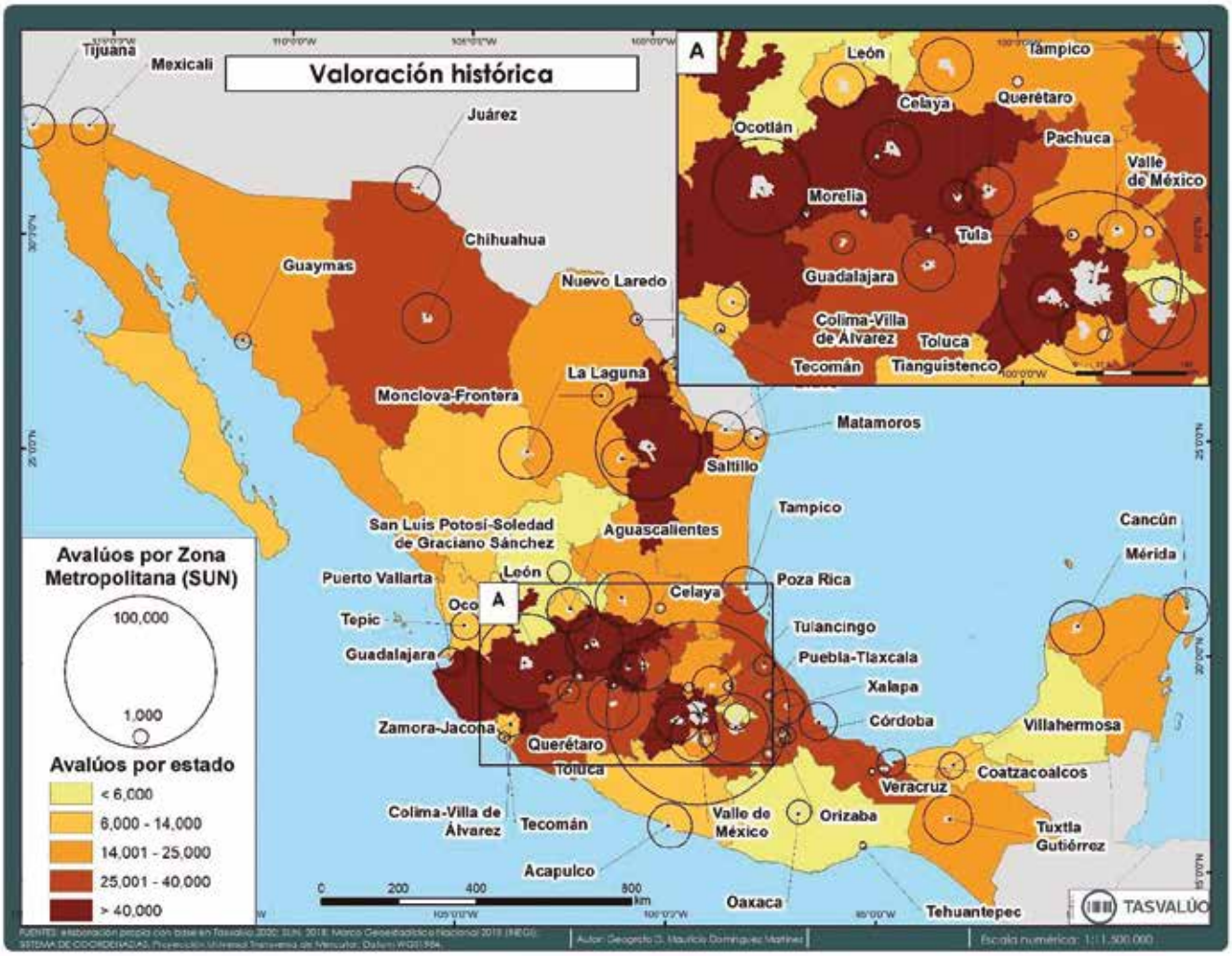
Acervo histórico de avalúo para otros tipos de bienes
(top 7)



- LOCAL COMERCIAL
- NAVE INDUSTRIAL
- BODEGA
- EDIFICIO DE OFICINAS
- VERIF. INV. AGROP. SIN ANALISIS DE FUESTE DE PAGO
- HOTELES (SOLO INMUEBLE)
- MAQUINARIA Y EQUIPO AISLADA

*Aproximadamente 3,000 servicios

Por entidad federativa, los servicios de valoración se han concentrado principalmente en cuatro entidades: Ciudad de México (10.4%), Jalisco (10.3%), Estado de México (9.5%) y Nuevo León (8.9%); dichas entidades, juntas, representan aproximadamente 40% de los avalúos a nivel nacional. Otros estados de la república con una demanda importante son Guanajuato, Michoacán, Veracruz, Chihuahua y Querétaro, en conjunto estos representan poco más de 23% del total de servicios.



Por otra parte, en términos de zonas urbanas, la Zona Metropolitana de la Ciudad de México lidera la demanda de servicios y, por sí sola, representa poco más de 17% del volumen de avalúos; le siguen otras zonas metropolitanas como Monterrey (5%), Guadalajara (5%), Puebla-Tlaxcala (2%), León (2%) y San Luis Potosí (2%). El mapa nacional muestra una mayor demanda de servicios en ciudades emplazadas en el corredor de asentamientos que va desde Jalisco, a lo largo del Bajío, hasta la zona centro del país y parte de Veracruz.

La panorámica de información de valores de bienes y activos descrita constituyen no solo un acercamiento a la labor constante de peritos y profesionistas especializados, sino que, por sí misma, es una herramienta trascendental para el conocimiento del mercado inmobiliario y uno de nuestros principales diferenciales en favor de nuestros clientes. [•]

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

TECNOLOGÍA EN OPERACIONES RESIDENCIALES SEGUIRÁ VIGENTE TRAS LA PANDEMIA

Por: Lamudi

Durante los primeros meses de la crisis del Covid-19 en el sector se pudo observar una caída importante en el mercado inmobiliario, donde lo primero que se trató de hacer fue administrar y proteger los proyectos que todavía se estaban cocinando'.

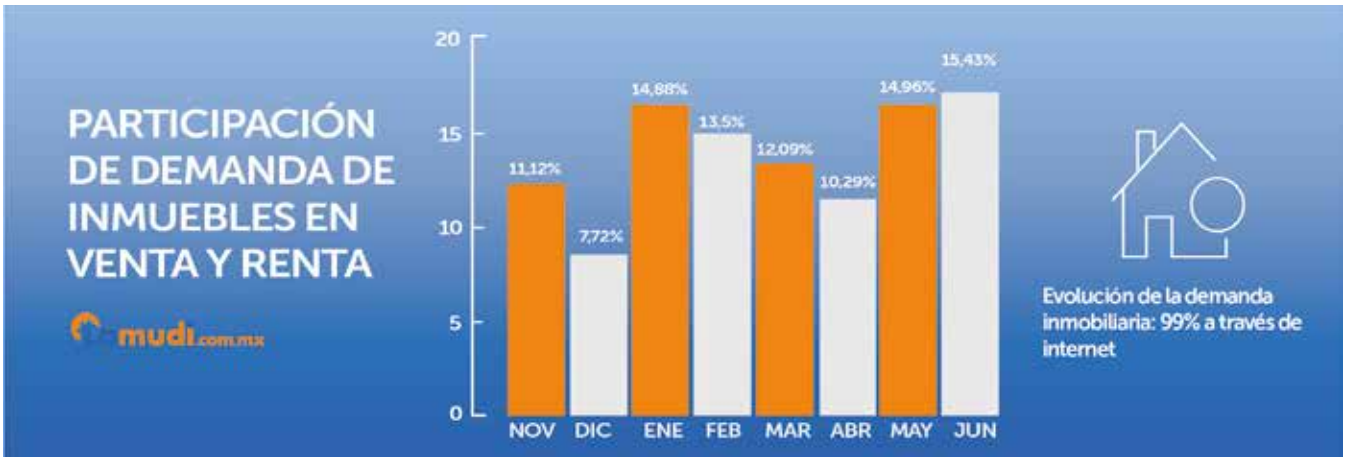
En México la pandemia ha llevado al sector a un predominio en el 'mercado de compradores'; es decir, hoy las personas que tienen cierto capital para comprar o invertir en propiedades, cuentan con mayor poder de negociación y también mayores oportunidades de adquirir o rentar propiedades a un precio menor, no porque el valor de la tierra haya disminuido, sino porque los desarrolladores inmobiliarios o propietarios requieren capitalizarse ante la afectación económica generalizada provocada por la crisis sanitaria.

En México la pandemia ha llevado al sector a un predominio en el 'mercado de compradores', es decir, cuentan con mayor poder de negociación.

Es entonces cuando la tendencia hacia la tecnología, que ya se venía dando, cobra mayor relevancia en las operaciones de venta y renta residencial.

Si se analizan los últimos ocho meses y se compara la participación en la demanda de junio 2020 contra noviembre 2019 (cuando no se sabía absolutamente nada del coronavirus), se puede observar que incluso hubo un aumento del 39% en la generación de demanda. (Fig. 1)

Hubo un aumento importante en los últimos seis meses en cuanto a la evolución de la demanda inmobiliaria por subsector, excepto en el corporativo.



(Fig. 1)

Ha habido una evolución en el tipo de las búsquedas y en las generaciones que las realizan, lo que genera nuevos retos para el sector inmobiliario como la competitividad en la comercialización y en el dominio de las plataformas digitales.

Con relación a la evolución de la demanda inmobiliaria por subsector, se destaca que, en general, hubo un aumento importante en los últimos seis meses en cuanto a las solicitudes de información y búsquedas en todos los subsectores, excepto en el corporativo, siendo este último el más afectado tras la pandemia.

El mercado de la vivienda, aunque ha visto una caída en las transacciones en varios de sus segmentos, el de interés medio tuvo una caída al principio de la contingencia pero se recuperó en abril y mayo, con una variación porcentual positiva de dos por ciento. (Fig. 2)

(Fig.2)

El segmento Residencial (casas y departamentos de entre 3 y 7 millones de pesos) ha sido el que más sufrió a causa de la crisis sanitaria, ya que el número de potenciales inversionistas bajó un 36% de enero a abril; sin embargo, las búsquedas en ventas han registrado una variación porcentual de 93%, más que en el mismo período el año pasado.

El segmento Residencial ha sido el que más sufrió, ya que el número de potenciales inversionistas bajó un 36% de enero a abril.

Por ejemplo, las herramientas tecnológicas representan una ventaja y oportunidad para quienes siguen promocionando sus inmuebles de manera digital, pues como se sabe, prácticamente el 99% de los compradores recurren a medios digitales para conocer opciones de propiedades para invertir, lo que ha desencadenado que, los anunciantes actuales reciben mayor volumen de interesados impulsado principalmente por el mayor tiempo de exposición a canales online, debido al confinamiento en hogares.

Otra de las ventajas es la motivación al consumidor desde el primer contacto, así como conocer los datos de búsqueda basados en edad e intereses de ubicación, lo que permite reinventar las estrategias de venta y/o renta, a través del marketing digital.

Aunque no se puede dejar de lado el factor humano en las negociaciones, las visitas virtuales, las videoconferencias y los contratos digitales son pasos que, si bien ya existían en algunas plataformas, explotaron al comienzo de la pandemia evitando una caída mayor en el sector demostrando que con crisis o sin ella llegaron para quedarse.

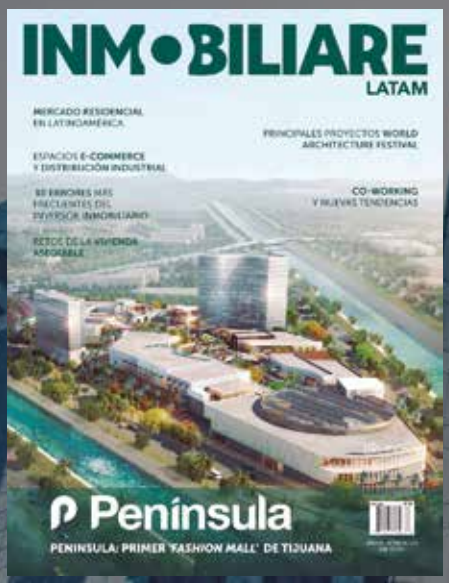
Prácticamente el 99% de los compradores recurren a medios digitales para conocer opciones de propiedades para invertir.

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

INM•BILIARE

SUSCRÍBETE

LA REVISTA MÁS PRESTIGIOSA DE LOS **NEGOCIOS INMOBILIARIOS**



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

T: +52 55 55147914
suscripciones@inmobiliare.com

Costos por año:
$650.00
+ I.V.A

INM•BILIARE

TECNOLOGÍA E INCLUSIVIDAD, UNA NECESIDAD EN LA INDUSTRIA

Por: Homie.mx

Nos encontramos en un punto decisivo para la industria, la adaptación, conocimiento y ejecución de estrategias y tecnología será fundamental para poder crecer y satisfacer a todos nuestros clientes. La realidad es que la pandemia vino a dar ese empujón que nuestro sector necesitaba para adentrarse al mundo digital.

Para entender mejor a nuestro público, es una obligación saber a quién vamos a dirigir nuestros mensajes, los hábitos que tienen e inclusive la adaptación tecnológica, es decir, hoy el confinamiento obligó a muchas personas perteneciente a la generación 'Baby Boom' y 'X' ha adentrarse en este universo.

El sector de bienes raíces ha experimentado algunos cambios favorables y otros que están en proceso, hace 10 años era impensable rentar un inmueble a distancia o bien promocionarlo sin realizar una inversión en medios de comunicación, hoy tenemos plataformas y herramientas que nos ayudan a exponencializar este hecho.

Hace 10 años era impensable rentar un inmueble a distancia o bien promocionarlo sin realizar una inversión en medios de comunicación.

Partiendo de este punto, todos los inmiscuidos en los procesos de compra, venta o renta de inmuebles, no importando si es comercial o habitacional, tenemos que tomar en cuenta que hay una fase de adaptabilidad y aprendizaje con las audiencias mayores, es decir, tenemos que aprender sobre su capacidad de intuición y generar productos sencillos que no entorpezcan la navegación y sobre todo no genere frustración y abandono del servicio o producto que ofertes.

En cierta manera tenemos que simplificar procesos, brindar confianza y ser sumamente claros en la comunicación que generemos, ofrecer apoyo o soporte e incluso crear manuales de uso o procesos para facilitar la vida a todas aquellas personas que se encuentran empleando la tecnología.

Realizar ejercicios en tiempo real y apalancarte de tus usuarios para generar una mejor experiencia al cliente te ayuda a comprender más sus necesidades. El equipo de Producto Ux/Ui de Homie.mx realiza pruebas de testeo en tiempo real previo al lanzamiento de un nuevo producto o mejora en la plataforma, así como herramientas que permiten generar mapas de calor sobre las pantallas del sitio y así entender en qué punto el usuario está teniendo complicaciones.

Como empresas tecnológicas estamos en la obligación de tener mejoras continuas, entendiendo los hábitos de consumo y siendo sumamente empáticos, encontrar un equilibrio entre las generaciones de antaño y las actuales es una prioridad, pero el estudio de las necesidades de los futuros clientes es una prioridad para lograr subsistir, perpetuar y posicionarte como líder en tu sector.

La inclusividad que debemos tener no sólo radica en la plataforma, es una obligación capacitar y permear esta necesidad en todos los colaboradores de la compañía, para que logren generar una experiencia al cliente inmejorable, si se cuenta con procesos impecables, es un hecho que se genera un sentimiento de necesidad y tendrás clientes cautivos que te recomendarán.

Hoy hablamos de las mejoras que vivimos en Proptech, pero este avance va de la mano con la industria Fintech, hace unos años era inimaginable realizar transacciones de manera digital, hoy en cuestión de segundos puedes realizar cualquier compra e incluso pagos de renta. Específicamente en nuestra industria, la agilidad que nos otorga la banca digital da garantía y seguridad en el pago de renta y aún más si lo haces con un aliado especializado en la materia.

En tema de protección de datos y seguridad de la información también los avances han sido sustanciales, hoy podemos afirmar que por lo menos en nuestro negocio tanto los arrendatarios y arrendadores se les brinda la confianza necesaria y además los encaminamos a una formalización de la vivienda en renta, esto es de gran ayuda para todos los jugadores e incluso autoridades para tener una mayor certeza del tamaño del mercado en México.

Vivimos una serie de complicaciones en materia económica y dicha coyuntura obligó a muchas pequeñas y medianas empresas, así como las marcas más grandes transnacionales, a migrar o empujar su operación al ámbito digital, mantener una mejora continua, innovación y disrupción ayuda a eficientar las finanzas internas.

En nuestra industria, la agilidad que nos otorga la banca digital da garantía y seguridad en el pago de renta y aún más si lo haces con un aliado especializado en la materia.

Vivimos una serie de complicaciones en materia económica y dicha coyuntura obligó a muchas pequeñas y medianas empresas, así como las marcas más grandes transnacionales, a migrar o empujar su operación al ámbito digital.

Pese al tiempo complejo que vivimos por el Covid-19, se rescata el impulso tecnológico y se reconoce que es una palanca que impulsa a cualquier negocio cuando la población se encuentra en confinamiento e incertidumbre.

Uno de los grandes afectados por el virus es la industria del turismo, pero no todo está perdido, nuestro sector es muy noble y siempre brinda oportunidades para mantener el flujo económico, desde la experiencia adquirida por Homie, hemos notado que muchos propietarios que tenían sus inmuebles en plataformas dedicadas al arrendamiento temporal o vacacional, paulatinamente migran a servicios integrales, con garantías y protección para contar con contratos ahora a largo plazo.

La inclusividad y entendimiento de tu público es sustancial para sobrevivir en tiempos complicados, tener la capacidad de operar presencial y remoto se convertirá en un requisito de hoy en adelante.

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

Powered by

centrourbano

www.centrourbano.com

#CentroUrbanoHome

¿Ya conoces nuestro nuevo contenido digital?

TE INVITAMOS A SER PARTE DE LA COMUNIDAD LÍDER DE LOS SECTORES CONSTRUCCIÓN, INMOBILIARIO Y VIVIENDA.

SIGUE NUESTRAS TRANSMISIONES POR

LIVE YouTube zoom

INFORMACIÓN Y PATROCINIOS:

contacto@centrourbano.com

Powered by centrourbano

Este esfuerzo es gracias a: vivanuncios

Vinte · CANADEVI · ruba · HSBC · Materiales · tu+yo Fundación · Hogares Unidos · SADASI · GP vivienda · Hogares · CASAS · CONSTRUKOM · BIM · construidea · RASA · AHA · JAGUAR · Scotiabank · NOVACERAMIK · HERSO

AGENDA VIRTUAL
EVENTOS DEL REAL ESTATE

27 de agosto 2020

El Real Estate Business Summit Monterrey, que celebra Inmobiliare por octava vez, se realizará en San Pedro Garza García, Nuevo León, y en él, se reunirán expositores y actores relevantes del sector de la región para intercambiar soluciones innovadoras que fomenten la inversión y el desarrollo inmobiliario, así como estrategias frente a los retos que se presentan en el contexto actual.

https://www.rebs.mx

REB Summit Monterrey 2020

7 de octubre 2020

Con formato digital y speakers de alto nivel, Inmobiliare llevará a cabo el Real Estate Business Summit Guadalajara, un evento que reunirá a los empresarios más importantes del sector inmobiliario de la región occidente del país, para compartir sus estrategias dentro de un entorno cambiante.

REB Summit Guadalajara 2020

EVENTOS VIRTUALES

1 julio / 30 de septiembre

La Feria Internacional de la Seguridad Integral, SICUR, centrará su temática en las soluciones, protocolos y herramientas tecnológicas que ayudarán a contrarrestar los riesgos que implica el Covid-19 para la industria de la construcción, en una mezcla de eventos presenciales y virtuales.

https://www.ifema.es/sicur

SICUR 2020 Madrid

13 y 14 de agosto

En su tercera edición, este encuentro enfocado en el ecosistema *proptech* ha optado por un escenario virtual mediante una plataforma interactiva que reunirá a participantes de más de 10 países, para discutir el futuro de este ramo.

https://proptechlatam.online/

PropTech LATAM Summit Online

17 agosto / 5 de septiembre

La Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) de San Luis Potosí, reunirá a miembros del sector inmobiliario, en un plataforma digital que estará abierta por más de tres semanas y contará con conferencias, webinars y cursos para dar promoción a nivel nacional e internacional.

http://ampisanluis.com/

Foro Digital Inmobiliario 4.0

24 al 30 de agosto

Travel Fest Colombia

Este evento ha sido diseñado como una plataforma virtual en la que diversos empresarios, emprendedores y compradores colombianos podrán ofrecer sus servicios y promociones totalmente en línea, con el fin de mitigar el impacto en dicha industria.

https://www.travelfestcolombia.co/

15 al 25 de septiembre

Expo Hábitat 2020

La Primera Feria Digital de la Industria de la Construcción Inmobiliaria, fue organizada por la Cámara Panameña de la Construcción (Capac), para impulsar la reactivación de la industria y potencializar el alcance de los expositores y asistentes, dando espacio a más de 600 proyectos.

https://www.capacexpo.com/

22 al 24 de septiembre

construyes! 2020 Live

La Tercera Jornada de Innovación Tecnológica en Maquinaria para Construcción y Minería que organiza la Plataforma Tecnológica Española de Construcción, en conjunto con otros organismos de la industria, cambió su fecha y formato para poder efectuarse de manera segura, pero además, para optimizar el tiempo de sus asistentes y reducir la inversión de recursos económicos por parte de las empresas participantes.

http://construyes.technology

23 al 30 de septiembre

EXPODECO 2020

La octava edición del Salón Internacional de Diseño y Arquitectura EXPODECO, se celebrará mediante una plataforma de realidad inmersiva en 3D, en la que empresas de diseño industrial e interiorismo, podrán exponer soluciones y tendencias para el sector inmobiliario de Perú y el resto de Latinoamérica.

https://expodeco.pe/virtual/

3 de octubre

X Congreso Nacional Digital Arquitectura & Civil

Este evento 100% digital es coordinado por el Consejo CEA de México y en él se abordarán temas como arquitectura sustentable y resiliente; desarrollo de infraestructura y su impacto en la economía; uso de tecnología en la construcción; desarrollo urbano en el Siglo XXI y usos mixtos; y elementos de innovación para la arquitectura y edificación.

https://www.consejocea.com/arquitectura

9 al 13 de septiembre

FE.TU.R

Esta será la primera feria virtual sobre turismo en Argentina, cuyo objetivo es conectar de manera virtual a los prestadores de servicios turísticos de diferentes destinos para intercambiar estrategias y reactivar al sector tras uno de sus momentos más difíciles.

https://fetur.com.ar/

EL ESTILO **DECONSTRUCTIVISTA** DE *FRANK GEHRY*

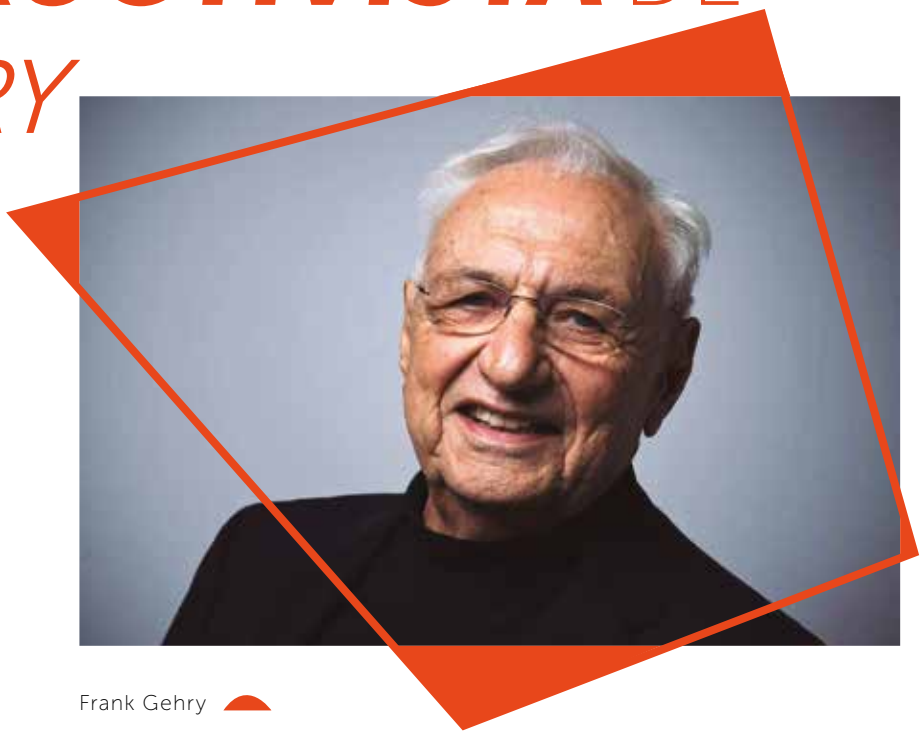
Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

El arquitecto Frank Owen Goldberg, mejor conocido como Frank Gehry, nació el 28 de febrero en Toronto, Canadá, en una familia judía-polaca que emigró de Polonia. Hasta el día de hoy, Gehry es conocido como uno de los arquitectos más importantes e influyentes del mundo.

A temprana edad, Frank edificaba ciudades que visualizaba en su imaginación, utilizaba algunos objetos de la ferretería de su abuelo. El año de 1947, fue un parteaguas en su vida, se mudó a Los Ángeles y adoptó la nacionalidad estadounidense.

Debido a su interés por el mundo de la construcción, decidió estudiar arquitectura en la University of Southern California, concluyendo sus estudios en 1954. En los inicios de su carrera comenzó a trabajar en las firmas de Victor Gruen Associates y Pereira and Luckman Associates.

En 1961 se mudó a París con su esposa e hijos y laboró en el estudios del arquitecto André Rémondet; durante su estancia en Europa aprendió sobre las obras de Le Corbusier, así como de otros arquitectos europeos y del diseño de las iglesias románicas.



Frank Gehry

Para el año de 1963, Frank abrió su propio despacho en Los Ángeles bajo el nombre de Gehry Associates que después pasaría a llamarse Gehry Partners, LL. Por cuatro años trabajó dentro del estilo internacional que iniciaron Le Corbusier y La Bauhaus. También, se introdujo en las vanguardias que tomaban auge en las comunidades de Venice y Santa Mónica.

Posteriormente, lanzó su línea de muebles *Easy Edges*, a pesar de que su colección tenía mucho éxito, Gehry tenía interés por diseñar edificios de objetos industriales, por lo que puso fin a su tienda en 1973.

Lou Ruvo Brain Institute

Guggenheim Bilbao

Para llegar a su máxima creatividad, tomó la decisión de reconstruir su casa y así poder realizar un nuevo estilo de construcción doméstica. Tomó elementos no muy convencionales de las casas americanas como la tela metálica, contrachapado sin acabar y aluminio ondulado con el fin de formar elementos más llamativos. Asimismo, desmanteló las paredes de las habitaciones para que se pudieran observar los elementos estructurales del inmueble. Lo anterior provocó un sin número de críticas, positivas y negativas al arquitecto.

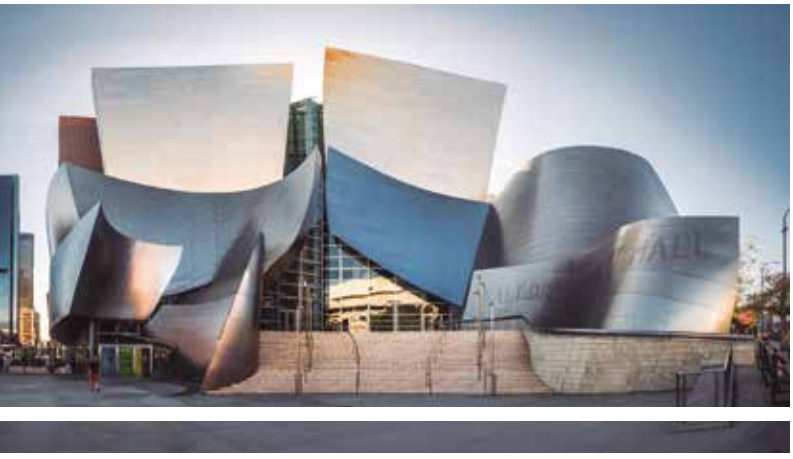
Entre sus obras se encuentra: el centro de investigación Lou Ruvo Brain Institute, en Las Vegas; el museo de arte contemporáneo Guggenheim Bilbao, España; la Sala de Concierto de Walt Disney, Los Ángeles, que tiene una capacidad para recibir a 2,265 personas; el Museo Vitra Design, Alemania, que es un collage de torres, rampas y cubos con formas expresivas; Jay Pritzker Pavilion, Estados Unidos; y el Biomuseo, Panamá, que fue su primera incursión en América Latina.

Museo Vitra Design

Debido a la manera de diseñar de Gehry, muchos consideran que tiene un estilo deconstructivista, movimiento arquitectónico posmoderno en el que los elementos del diseño parecen estar fragmentados.

En sus recintos, utiliza metales corrugados que proporcionan una apariencia inacabada, lo cual le ha llevado al arquitecto a obtener diversas críticas, pero al utilizar continuamente este material ha creado una estética consistente a lo largo de los años.

Durante toda su trayectoria ha recibido un sin número de premios, los cuales han respaldado su carrera en el mundo de la arquitectura: en 1987 fue nombrado Doctor Honoris Causa en Artes Visuales por el California Institute of the Arts y en Bellas Artes por la Rhode Island School of Design; en 1989 fue ganador al premio Pritzker; 1992 ganó el Premio Imperial Japonés; 1999 recibe la medalla de Oro AIA de American Institute of Architects y la Medalla Lotos al Mérito, del Lotos Club; 2003 es nombrado miembro de la European Academy of Sciences and Arts, y recibió la insignia de *Companion to the Order of Canada*, sólo por nombrar algunos reconocimientos.



Sala de Concierto de Walt Disney

Biomuseo

#InmobiliareRecomienda

Arquitectura sostenible innovacion y diseño

Recoge algunos de los proyectos de arquitectura sostenible realizados por los arquitectos más prestigiosos de la actualidad. La selección combina la creatividad y un amplio abanico de ideas que servirán de guía para una arquitectura más responsable. Todo el contenido está ilustrado con fotografías a todo color, planos, detalles constructivos y textos explicativos proporcionados por los propios arquitectos.

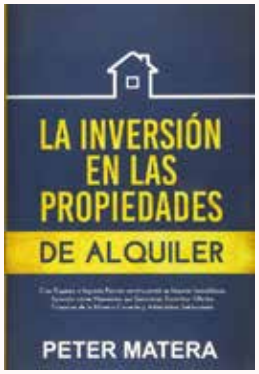
Carles Broto, Links/Structure, 2012.

Historia de la arquitectura mexicana

Obra que pretende ser motivación y apoyo para que el lector pueda explorar una faceta de la cultura nacional desde la perspectiva de la historia del arte. El autor presenta un recorrido por la arquitectura mexicana partiendo de las obras monumentales del tiempo precolombino, pasando por el mestizaje artístico del virreinato y la autentificación del arte nacional que se dio a partir de la Revolución de 1910, hasta llegar a la arquitectura actual.

Enrique De Anda Alanis, Editorial Gustavo Gili, 2019.

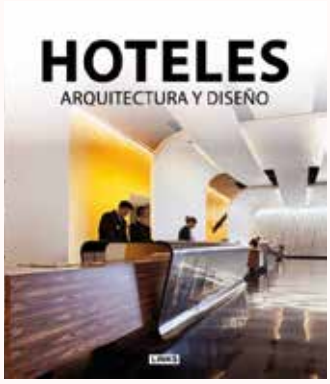
La Inversión en las propiedades de alquiler



Es muy fácil equivocarse, ya sea comprando en un mal lugar, pagando demasiado por el edificio o cobrando muy poco a sus inquilinos. El libro ha sido escrito por expertos en bienes raíces con años de experiencia en el desarrollo de propiedades, renovaciones y alquileres, para mostrarle el camino hacia el éxito.

Peter Matera, Educational Books, 2019.

Hoteles aquitectura y diseño



Este libro ofrece una cuidada selección de los proyectos recientes más destacados en el diseño de hoteles, donde encontramos una continua renovación de las directrices; asentando nuevas bases para el diálogo que se establece entre el viajero, el hotel y el lugar. Se incluyen plantas, alzados y especificaciones técnicas en cada uno de los proyectos, todos ellos comentados por los propios arquitectos.

Carles Broto, Links (Leading International Key Services), 2014.

Supercities. La inteligencia del territorio

Las ciudades son los nuevos motores de la economía global, y al mismo tiempo pueden ser los principales actores ante los desafíos del cambio climático y la lucha contra la desigualdad y la pobreza. Diseñar y construir las metrópolis del futuro es uno de los grandes retos de la humanidad. Una nueva generación de superciudades se vislumbra como la solución para el mundo.

Alfonso Vegara; Juan Luis De Las Rivas, Autor-editor, 2016.

INMOBILIARE Webinar

SÉ PARTE DE NUESTROS WEBINARS PROMOCIONANDO LA IMAGEN DE TU EMPRESA

...

Tendrás presencia en:

- **Newsletter** previos a la transmisión
- Mailing en la base de datos **INMOBILIARE**
- **Redes sociales** (linkedIn, Facebook, Twitter)
- **Stories** en redes sociales (Instagram, Facebook)
- Logotipo de la empresa en la cortinilla de la entrada
- **Grabación** del webinar y retransmisión en Youtube

Visible indefinidamente en la biblioteca webinar de **www.inmobiliare.com/webinar**

Genera un mayor reconocimiento de tu marca, con la herramienta más innovadora en la era Covid.

Sigue las transmisiones en Youtube y Webijam

+500 usuarios conectados simultaneamente

+1000 espectadores registrados únicos

+2000 visitas

Solicite más información a **comercial@inmobiliare.com** **+52 55 55147914**

1 One Stop Shop

Contamos con experiencia brindando soluciones en HVAC, Diseño, Manufactura, Instalación y Mantenimiento

Somos el contratista lider en la industria mexicana con más de **28,000** proyectos de HVAC.
Contamos con una solida experiencia en la integración de proyectos **LEED**, siendo pioneros en esta certificación en México; además, somos miembros activos del **US Green Building Counsil**.
Hemos participado en más de 69 proyectos de esta indole y la instalación de 15 de los mismos.

U.S. GREEN BUILDING COUNCIL USGBC

ASISTENCIA PARA **PROYECTOS LEED**

GRUPO CYVSA®

Tu confort, nuestra inspiración

CYVSA® CYVSA MANTENIMIENTO DYPRO® Clima-Flex® Air Conditioning

www.cyvsa.com / ventas@cyvsa.com / +52 (55) 5350 5350

Contamos con experiencia en segmentos de mercado tales como:

- Aeropuertos
- Bancos
- Comercios
- Entretenimiento
- Escuelas
- Embajadas
- Hoteles
- Hospitales
- Industrial
- Oficinas
- Residencial
- Usos Mixtos