INMOBILIARE

LATAM



DESTINOS TURÍSTICOS DESCENTRALIZAN LA VIVIENDA

MODELO MULTIFAMILY CONTINÚA TENDENCIA A LA ALZA EN 2021: ONE REAL ESTATE INVESTMENT







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.



Reduce el exceso de calor en tus espacios



Escanea el código y descubre los beneficios de





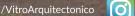
Reducción de costos mensuales por aire acondicionado



Ahorro considerable en el uso de energía eléctrica

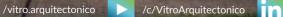
arquitectonico@vitro.com | www.vitroarquitectonico.com | projects.vitroglazings.com



















RUMANIA

COLONIA PORTALES SUR, BENITO JUÁREZ, CDMX

DESDE: 69.94m2

\$3,489,020.00



BARTOLACHE

COLONIA DEL VALLE SUR, BENITO JUÁREZ, CDMX

DESDE: 94.78m2

\$6,429,760.00



VERTIZ

COLONIA LETRÁN VALLE, BENITO JUÁREZ, CDMX

DESDE: 98.05m2

DESDE: \$5,692,450.00

In longers, announced provide construction of the construction of

Todo scuado, comunicación y/a interprintación Vertral del proyecto entra las partes no será motivo de consideración para la misoricación del proyecto entra las partes no será motivo de consideración para la misoricación del proyecto entra las partes no entre ellos por escrito.



OFERTA POR TIEMPO LIMITADO IESCRITURACIÓN GRATIS!

¡RESÉRVALO CON \$50,00! YENGANCHE DIFERIDO

55 8854 7941 © 55 6356 8654 © ventas@skyhaus.mx

Carta Editorial

La primera mitad del año está por finalizar, y con ello también ha comenzado a observarse una mayor reactivación de sectores que durante el 2020 se mantuvieron parcial o completamente inactivos. Entre ellos destaca el turismo, de servicios, hotelero y todos aquellos segmentos que se vieron afectados por las medidas sanitarias.

A la fecha, sitios considerados vacacionales en México y el mundo se han convertido en destinos que permiten trabajar y vacacionar al mismo tiempo, por lo que sectores como el de segunda vivienda e incluso el hotelero, se encuentran en proceso de transformación para albergar lo mejor de ambos mundos en un solo lugar.

Bajo esta premisa, en esta edición presentamos las tendencias en materia turística y residencial, resultado de las nuevas formas de trabajo que dejó el Covid-19. Además de las opiniones y perspectivas de inversión inmobiliaria en México y Estados Unidos. Finalmente, en portada tenemos a Central de Playa, es una central de abastos logística y comercial, ubicada en Playa del Carmen, Quintana Roo.

Mónica Herrera Peña Coordinadora General Editorial

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 Onzaio Montano • Hector Ibarzabai • 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

Tiraje certificado por Romay Hermida y Cia., SC. 30,052 ejemplares



Coordinadora General Editorial

Mónica Herrera Peña monica.herrera@inmobiliare.com
Coordinadora Print

Daniela González Gómora daniela.gonzalez@inmobiliare.com Coordinadora Web

Rubi Tapia Ramírez rubi.tapia@inmobiliare.com

Redactor Dario Quijano Cal y Mayor

dario.quijano@inmobiliare.com
Social Media Manager Iván Lemus

ivan lemus@inmobiliare.com Edición Audiovisual Brenda García Butrón

brenda.butron@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

Dafne Villagomez Castillo dafne.villagomez@inmobiliare.com Eduardo García Negrete eduardo.garcia@inmobiliare.com

Fotografía Federico de Jesús Sánchez



La plataforma multimedia del Real Estate en latinoamérica

Distribuido en locales cerrados por: Pernas v 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 126 año 20 Publicación bimestral Junio - Julio 2021. 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 conteni-do 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 NA-CIONAL DE MEDIOS IMPRESOS DE LA SE-GOB." 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.

B2B Media CEO

Erico García García erico@b2bmedia.mx **Publisher Inbound Logistics Latam**

Guillermo Almazo Garz

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 Logistica

David Hernández Felipe Romero

Eduardo García

Coordinadora de Alianzas y Cuentas

Estratégicas Audrey Bonilla

audrey.bonilla@inmobiliare.com

Publicidad

contacto@inmobiliare.com

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 Verónica Arias veronica.arias@inmobiliare.com

Contacto

contacto@inmobiliare.com

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

DIRECTORIO ESPECIALIZADO EDICIÓN ESPECIAL 2021

Descárgalo gratis a partir del 1º de Julio en www.inmobiliare.com



Anúnciate con nosotros y sé parte de la comunidad de negocios más grande de México





8 NOTICIAS

16 LÍDERES

Líderes mexicanos en construcción e infraestructura sostenible

18 INSTAGRAM

19 APPS

20 VIVIENDA

Invertir en una segunda vivienda o en una vivienda vacacional

22 TURISMO

Panorama del sector hotelero en América Latina

26 NUMERALIA

Situación hotelera 2021 vs 2020

28 VIVIENDA

¿Es el sector de viviendas parte de la solución de la sobreoferta de oficinas en Ciudad de México?

32 VIVIENDA

Cobalto de Mexihom: un oasis en la ciudad

35 INVERSIÓN

Modelo Multifamily continúa tendencia a la alza en 2021



40 CONGRESO

REB+ SUMMIT Baja California 2021 - Región con gran potencial para el sector inmobiliario

54 INDUSTRIAL

Tijuana: el jugador favorito del servicio de logística tercerizado

56 INDUSTRIAL

Industria médica impulsa al Real Estate

60 INDUSTRIAL

Market View Primer Cuatrimestre 2021

66 INDUSTRIAL

Alveo Kapital coloca primera piedra de Parque Kampus Industrial Santa Rosa



70 EN PORTADA

Central de Abastos & Centro Logístico Playa del Carmen, el proyecto más importante en materia comercial v logística en la Riviera Mava.

76 TURISMO

Recuperación del sector hotelero y las rentas vacacionales en 2021

80 **VIVIENDA**

Destinos turísticos descentralizan la vivienda

84 **VIVIENDA**

Dinámica turística en México y su impacto en el desarrollo de la vivienda vacacional

86 **TURISMO**

Coworking y Workation: las nuevas tendencias presentes en las grandes firmas hoteleras

94 **TURISMO**

Las nuevas condiciones del sector turístico y hotelero resiliente

98 **TURISMO**

Hacia un Turismo ecológico



104 CONGRESO

REB+ SUMMIT Miami 2021, principal destino de inversión inmobiliaria durante 2020

INDUSTRIAL 113

Data Generating Results

116 LOGÍSTICA

Elevar la experiencia del cliente



124 **NEGOCIOS**

Importancia de la fuerza laboral en el desarrollo de Global Businesses Inc.

126 HIPOTECA

Producto hipotecario estrella por institución bancaria Mayo 2021

137 LOGÍSTICA

El cumplimiento electrónico gana velocidad

145 LOGÍSTICA

Empacado de alimentos: ése sí es un empague

151 PROYECTOS

5 hoteles sustentables alrededor del mundo

153 ARTE

Invierno: Un recorrido por la arquitectura chilena contemporánea

155 AGENDA

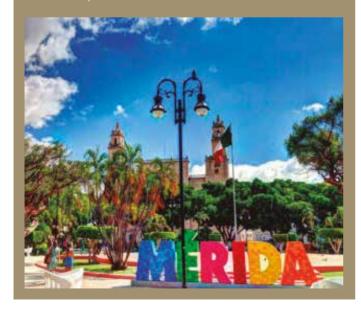
157 LIBROS





Gobierno de Yucatán anuncia inversiones turísticas e inmobiliarias por más de mil 467 mdp

omo parte de su gira de trabajo, el Gobernador de Yucatán, Mauricio Vila Dosal, anunció la llegada de 17 empresas que desarrollarán proyectos de giro turístico, inmobiliario y restaurantero en la entidad. De acuerdo con el mandatario, en conjunto, las inversiones suman más de 1,467 millones de pesos (mdp), proyectos que generarán más de 4,800 empleos, entre directos e indirectos, para los habitantes



Santander alista su salida de la Bolsa Mexicana de Valores

anco Santander informó que ha decidido cancelar su suscripción en el Registro Nacional de Valores y en el listado de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) del total de las acciones representativas de su capital social, lo anterior en caso de ejecutarse la oferta pública de adquisición en efectivo de las mismas. El grupo financiero subrayó que por acuerdo del Consejo de Administración se publicó la convocatoria a una Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Acciones para celebrarse el 9 de junio de 2021.



Hubs Parks, nueva marca de parques industriales de Meor

eor llevó a cabo la presentación de su nueva marca de parques industriales Hubs Parks, la cual contempla, hasta ahora, construir 8 proyectos en cinco ciudades industriales de México que son las más importantes del país: Tijuana, Ciudad Juárez, Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey que van a representar poco más de 3 mil millones de pesos de inversión. Con estos proyectos estará desarrollando arriba de 400 mil m2 rentables en más de 800 mil m2 de terreno.



Foster + Partners ha revelado fotografías de su plan maestro en Tailandia

oster + Partners ha revelado imágenes de su diseño The Forestias, plan maestro que contará con diversas viviendas y con un gran bosque ubicado a las afueras de Bangkok, Tailandia. El plan se divide en dos zonas: el área norte será para funciones públicas de la ciudad; en tanto que el sur será destinado para la naturaleza residencial. Asimismo, se inspira en el diseño de las casas tradicionales tailandesas para crear una interpretación contemporánea en forma de espacios comunitarios flexibles, centrados en la salud y la naturaleza.





Betterware inaugura su nuevo "Campus Betterware" en Jalisco

on una inversión de más de 1,000 millones de pesos, Betterware México llevó a cabo la inauguración de su Campus Betterware, su nuevo centro nacional de distribución; este espacio se distingue por ser un complejo altamente sustentable. El desarrollo está edificado bajo las últimas tendencias globales de arquitectura para proyectos industriales y centros de trabajo; cada uno de los espacios opera al 80% con luz y ventilación naturales, además cuenta con una orientación estratégica que reduce el uso del aire acondicionado.



Industria hotelera y de hospitalidad muestran sólida recuperación en México: JLL

on la reactivación de diversos sectores económicos en el país, gracias al avance positivo en el semáforo epidemiológico; industrias como la hotelera y de hospitalidad han mostrado una sólida recuperación en lo que va del 2021. De acuerdo con el reporte de Viajes y Turismo del Grupo de Hoteles y Hospitalidad de JLL, México logró alcanzar en 2020, tarifas promedio diarias que superaron los niveles de 2019 en mercados clave como Los Cabos, Cancún, Riviera Maya y la CDMX.





Dentro del mundo de las hipotecas, ésta es unitalla. Sin importar el tamaño de la casa, queda a la medida.

Crédito Hipotecario HSBC

- Tasas de interés fijas durante el plazo del crédito
- Financiamiento de gastos notariales⁽¹⁾

Oferta integral de seguros









SOMOS UN MUNDO LLAMADO MÉXICO

Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito.





Rosewood abrirá su primer hotel en CDMX

a expansión del centro comercial Antara, ubicado a una cuadra de la colonia Polanco, contará con el primer hotel del grupo Rosewood Hotels & Resorts en la Ciudad de México; el proyecto, así como el diseño arquitectónico del mismo está en manos de la empresa inmobiliaria Grupo Sordo Madaleno. Este resort de cinco estrellas se unirá en 2024 al catálogo que esta firma tiene en México en lugares como San Miguel de Allende, la Riviera Maya y Los Cabos.



CDMX cae en ranking de ciudades más caras del mundo

l ranking Global Wealth and Lifestyle Report 2021, realizado por Julius Baer, señaló que como resultado de la pandemia por Covid-19, se abarató el costo de bienes y servicios en varias ciudades del mundo, entre ellas la CDMX. La capital mexicana pasó del lugar 21 al 23 dentro de la medición de las ciudades más caras del mundo. Sin embargo, aún es considerada la urbe más costosa para vivir en América Latina, solo por detrás de São Paulo (Brasil).

Miami contará con el primer parque de eco-aventura y un resort

on una inversión de 300 millones de dólares, ESJ Capital Partners renovará el parque de eco-aventura Jungle Island que abrirá sus puertas en 2022 y desarrollará un resort en Miami de 7,5 hectáreas. El parque contará con el único circuito de aventuras del Sur de Florida, conformado por tirolesas, circuitos de cuerdas, puentes y redes para trepar que estarán suspendidos a 18 metros de altura en las copas de los árboles.



Baja 26.7% la inversión en infraestructura pública nacional

n el primer trimestre del 2021, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) destinó un total de 6 mil 400 millones de pesos mexicanos a obras de infraestructura para puentes, caminos, vías ferroviarias y obras portuarias. Este monto es 26.7% más bajo que lo que se invirtió durante los primeros tres meses del 2020, de acuerdo con las Estadísticas Oportunas de las Finanzas Públicas emitidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).



LafargeHolcim financia solución inteligente para evaluar resistencia del concreto en edificaciones

a multinacional de materiales para la construcción LafargeHolcim anunció que se ha asociado con el Instituto Indio de Tecnología de Hyderbad (IITH) para desarrollar investigaciones y soluciones innovadoras para la industria de la construcción. El Proyecto estará enfocado en la "Estandarización de tecnologías de detección inteligente para la evaluación continua del estado interno y la resistencia a la compresión del concreto".



Google anuncia la apertura de su primer tienda física en Nueva York

oogle dio a conocer la apertura de su primera Google Store, en el barrio de Chelsea en Nueva York, área en la que la compañía ya cuenta con un Campus Urbano en el que laboran más de 11 mil empleados. Esta tienda minorista será un espacio donde los clientes podrán experimentar el hardware y servicios de una manera útil. Asimismo, busca generar experiencias de cliente inmersivas para dar a conocer mejor sus productos y servicios.



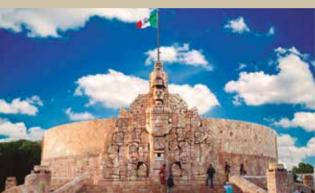
El nuevo parque flotante de Nueva York abrió sus puertas al público

on una inversión aproximada de 260 millones de dólares, el nuevo parque flotante Little Island ubicado en Nueva York, EE. UU., abrió sus puertas al público; el desarrollo verde combina un muelle con un parque, los cuales se elevan en el río Hudson sobre pilotes de concreto.



Nueva fecha del Tianguis Turístico en Mérida podría atraer más compradores

iguel Torruco Marqués, secretario de Turismo y Mauricio Vila Dosal, gobernador de Yucatán, informaron que el Tianguis Turístico se llevará a cabo, con todas las medidas de bio-sanidad, del 16 al 19 de noviembre de 2021. La decisión de aplazar la fecha prevista para septiembre de este año, tiene el propósito de garantizar que el evento se realice con éxito en un formato presencial para cumplir con el principal objetivo: impulsar la promoción y comercialización de los diferentes destinos.





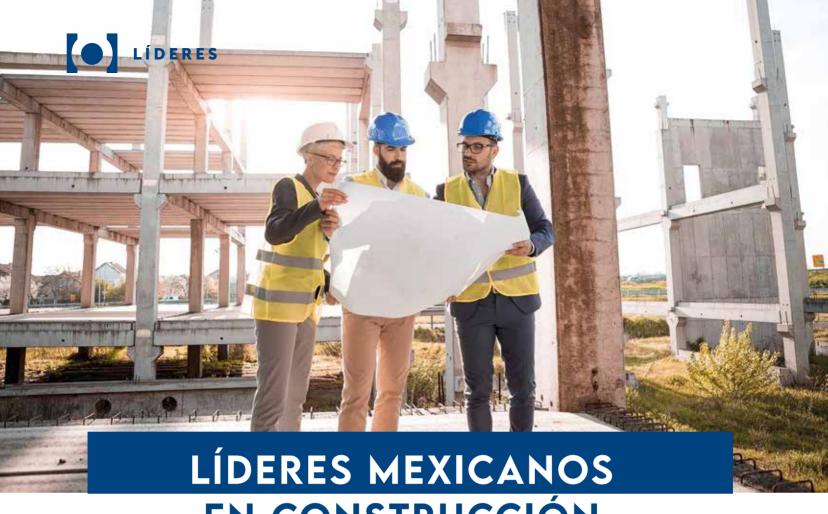


Playa del Carmen, Quintana Roo









EN CONSTRUCCIÓN E INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE

ara que una empresa sea sostenible debe laborar por largos periodos de tiempo sin agotar los patrimonios naturales o causar daños fuertes al medio ambiente. El camino ecológico se ha convertido en una obligación más que en una opción, ya que la capacidad de carga de la tierra está excedida, lo cual, de no solucionarse, desembocará en escasez de materia prima fundamental para subsistir. A continuación, presentamos algunas empresas líderes en el ámbito de la construcción e infraestructura sostenible:

CEMEX



Empresa multinacional con presencia en más de 50 países, enfocada en la construcción, se posiciona como el tercer lugar en ventas de cemento a nivel mundial. Ha reducido en 30% la emisión de polvos contaminantes a la hora de producir, de igual forma, cerca del 40% de los combustibles que usan son ecológicos. Su última innovación en sostenibilidad es la introducción al mercado de los cementos Vertua, una línea que emite menos dióxido de carbono en su producción; cada saco de este producto implica 13 toneladas de CO2 menos en el ambiente. La compañía tiene un plan de cero emisiones para el año 2050.

Desarrolladora Homex

Constructora de vivienda con presencia en más de 38 ciudades del país. Homex utiliza blocks de aluminio para evitar la tala de árboles. Cuentan con un plan de reforestación que a la fecha, ha facilitado la siembra de por lo menos 30 mil árboles. Las viviendas que construyen tienen tecnología para ahorrar agua, energía eléctrica y gas.



Empresas ICA

Compañía con más de 70 años de experiencia en la construcción y el manejo de infraestructura, tienen presencia en más de 13 países por su experiencia en construcción civil, industrial y aeroportuaria. En materia medioambiental, mantienen una superficie silvestre de más de 615 hectáreas en conjunto con la Comisión Nacional Forestal, es decir, cerca de 700 mil árboles. Asimismo, tienen programas sociales para beneficiar a comunidades con implementación de infraestructura sustentable.



Urbi

Esta agrupación cumple 40 años de existencia y a lo largo de su trayectoria han construido y comercializado más de 430 mil casas en todo el país. Lo que Urbi hace por el entorno es reducir el uso de energía al construir casas con mayor autonomía térmica; sus viviendas ahorran aproximadamente 34.5% kilovatios por hora. En el 2009, su desarrollo inmobiliario del Valle de las Palmas (Tijuana), obtuvo el primer Certificado DUIS en México, este garantiza sustentabilidad e integridad.



Orbia Advance Corporation

Empresa con presencia en 40 países y más de 22 mil empleados, son líderes en construcción e infraestructura, además laboran en el área del riego, productos químicos y más. Orbia Advance Corporation, que solía llamarse Mexichem hasta el 2019, trabaja con un circuito de tuberías acuáticas cerradas para poder reciclar el agua que disponen durante la producción, aunado a esto, han reducido los residuos sólidos creados en un 68% desde el 2012.





#Inmobiliare Recomienda

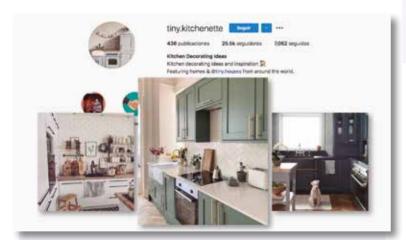
Las llamadas "Tiny Houses" son una de las tendencias que ha cobrado gran relevancia en los sectores de vivienda y turismo. Esto se debe a la versatilidad de sus características y a su pequeño tamaño, que las convierte en soluciones prácticas para la vida urbana o cualquier otro destino. A continuación presentamos algunas cuentas de Instagram que recaban las "casas pequeñas" más interesantes.



Esta cuenta publica fotografías de diversos estilos de casas pequeñas alrededor del mundo. Con ello, permite a sus seguidores conocer que pese al tamaño reducido de estos inmuebles, existen numerosas posibilidades de diseño y aprovechamiento de los metros cuadrados. Además, ha generado una comunidad que coincide en la búsqueda de un estilo de vida más minimalista.

@tinyhouseattractive

686k followers



Bajo el mismo concepto de Tiny Houses, esta cuenta se enfoca en un espacio en particular de las viviendas diminutas: la cocina. Su colección de imágenes presenta una gran variedad de estilos para uno de los elementos más esenciales del hogar. De este modo inspira a sus usuarios para diseñar o remodelar sus propios proyectos.

@tiny.kitchenette

25.5k followers



Proyecto dedicado a proponer ideas para crear una vivienda pequeña desde cero, ya sea al remodelar un inmueble adquirido o construirlo desde sus cimientos. Esta comunidad busca inspirar mediante las experiencias de personas reales quienes comparten datos sobre su estilo, presupuesto y las mejores alternativas de diseño.

@tiny_house_ideas

412k followers



Una de las cuentas más populares de la red social, dedicadas a este concepto. Su propósito es compartir la forma en que las personas alrededor del mundo habitan y diseñan sus espacios para hacerlos no solo funcionales, sino estéticos y con ambientes atractivos. A la fecha cuentan también con un libro impreso: "The Tiny House Book".

@tinyhouse

921k followers



Dirigida a personas aventureras quienes encuentran en las casas pequeñas una opción para llevar su hogar a cualquier lugar. 99 Tiny House comparte imágenes de microviviendas móviles, todas ellas con estilos diferentes, desde los más elegantes o tradicionales, hasta los más minimalistas o incluso sustentables.

@99tinyhouse

11.9k followers

#InmobiliareRecomienda 5 APPS DE COWORKING



personas. Con la llegada de la pandemia estos lugares colaborativos han tenido una gran aceptación.



Bauns

Es una startup mexicana que impulsa a creadores, emprendedores y profesionales independientes a trabajar, conectar y crecer juntos. En Bauns se pueden reservar espacios de trabajo como salas de junta y oficinas, los cuales se pueden alquilar por hora, día, semana o mes.







My Coworking

Es una aplicación 100% mexicana que está dedicada a ofrecer espacios de coworking para emprendedores, freelancers y personal flotante. La empresa está comprometida con su desarrollo, así como con el crecimiento de expositores, consultores, capacitadores y facilitadores que buscan promover sus cursos, talleres y servicios.





Comunal Coworking

Es una empresa que ofrece espacios de coworking y oficinas con todos los servicios incluidos y por un único pago. En sus espacios de trabajo, los usuarios formarán parte de una comunidad de emprendedores y reconocidos empresarios. En la app se pueden reservar salas de juntas y se pueden crear grupos de chats con los colaboradores para que la comunicación sea más eficiente.



Breather

En Breather podrás buscar y encontrar espacios de coworking en Nueva York, San Francisco, Los Ángeles, Boston, Chicago, Washington, DC, Toronto, Montreal, Ottawa y Londres; los cuales podrán ser reservados desde un smartphone o en el sitio web. Todos los lugares de trabajo están equipados con pizarras, cargadores de móviles, WiFi, televisores de alta definición, por mencionar algunos.













Upflex

Upflex ofrece miles de ubicaciones en más de 60 países, incluidos espacios de coworking, oficinas compartidas y demás; los usuarios pueden registrarse y pedir escritorios o salas de reuniones para una persona o un equipo por una hora o todo el día.







a crisis a todos los niveles (sanitaria, económica, política) provocada desde hace poco más de un año por el Covid-19 ha afectado, sin duda, al sector inmobiliario, por lo que hay que preguntarse ¿es un buen momento para la compraventa de inmuebles?

De acuerdo con los expertos de Lamudi, la inversión inmobiliaria siempre es un buen plan para proteger nuestro dinero y ahora que se acerca la época vacacional y cada vez más estados están tratando de recuperar su economía a través del turismo, esta podría ser la oportunidad para realizar la compra de una segunda vivienda o una vivienda vacacional, conceptos similares, pero con algunas diferencias.

Una vivienda vacacional es aquella que tiene como finalidad ser usada durante periodos cortos de tiempo casi siempre con fines turísticos o vacacionales que no cuenta con los servicios que brinda la hotelería tradicional lo que se traduce en una alternativa más económica que un hotel. Es decir, una vez comprada la propiedad podemos alquilarla temporalmente y sobre todo en época de vacaciones.

La segunda vivienda tiene como propósito que la propiedad sea ocupada por sus propios dueños, sin obtener una ganancia económica e inmediata por ello, más que como hemos dicho asegurar nuestro dinero y forjar un patrimonio.

Durante la pandemia las segundas viviendas se convirtieron en un "plan B" para pasar largas temporadas fuera de la ciudad sin dejar de hacer trabajo a distancia.

Durante la pandemia las segundas viviendas se convirtieron en un "plan B" para pasar largas temporadas fuera de la ciudad sin dejar de hacer trabajo a distancia y ya no fueron utilizadas únicamente durante las vacaciones; esta modalidad tiene como ventaja escapar de las grandes urbes y tener acceso a espacios amplios, zonas al aire libre y otras amenidades.

El desempeño que ha tenido la venta de segundas viviendas y viviendas vacacionales se ha inclinado hacia destinos de playa, regiones coloniales y las que ofrecen un contacto con la naturaleza.

Se ha podido apreciar una tendencia hacia localidades fronterizas como el corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada; destinos de playa como Puerto Vallarta y Riviera Nayarit, Los Cabos, Riviera Maya; destinos coloniales y Pueblos Mágicos como San Miguel de Allende que han llamado la atención de compradores tanto extranjeros como nacionales.

Para adquirir una segunda propiedad podemos realizar el proceso conocido como "la escala de la vivienda". Este consiste en vender una primera propiedad por un precio mayor al que fue obtenida y así se puede contar con los recursos suficientes para comprar una que sea de mayor tamaño o que se adapte más a nuestras necesidades.

Otra opción es solicitar un segundo crédito hipotecario, y se recomienda hacer una previa evaluación con las herramientas financieras adecuadas y la asesoría de un profesional inmobiliario.

Para que un solicitante pueda obtener dicho crédito hipotecario, es primordial comprobar ingresos, factor de suma importancia para las instituciones bancarias, ya que de esa manera se puede comprobar la estabilidad económica y garantizar los pagos.

Entre las distintas instituciones gubernamentales que ofrecen créditos financieros se encuentra el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit) y el Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Fovissste).

INFONAVIT: Tiene una opción llamada "Tu 2do crédito", el cual es un producto para derechohabientes que utilizaron una primera hipoteca y que la liquidaron en su totalidad.

FOVISSSTE: Ofrece una ayuda hipotecaria, aunque solamente es para trabajadores del Estado.

Los requisitos varían de acuerdo a cada institución, sin embargo, coinciden en que el primer crédito solicitado debe estar liquidado en su totalidad.

En el caso de algunos bancos es distinto; pues te pueden dar un segundo préstamo, siempre y cuando tengas la solvencia suficiente.

El desempeño que ha tenido la venta de segundas viviendas y viviendas vacacionales se ha inclinado hacia destinos de playa, regiones coloniales y las que ofrecen un contacto con la naturaleza.



Tipos de segundos créditos existentes

Segunda hipoteca directa: El segundo crédito directo tiene un trámite similar al que realizas cuando solicitas el primero. Se hace la solicitud y el banco analizará el historial crediticio, la capacidad de pago y referencias laborales. Sin embargo, estos filtros suelen ser más estrictos, ya que se necesita comprobar que aún con un préstamo vigente puedes solventar el pago de otro. Por lo regular los bancos otorgará préstamos entre el 70% y 80% del valor de la propiedad. Este préstamo está destinado únicamente para comprar una segunda vivienda nueva o usada.

Crédito de liquidez o garantía: Este tipo de préstamos es parecido al que se solicita en efectivo en los bancos, con la diferencia de que se deberá poner una propiedad en garantía. La condición es que el inmueble que se hipotecará no tenga ninguna clase de adeudo. En esta modalidad, las instituciones prestan entre el 35% al 50% del valor de la casa.

Para obtener más información, visite: www.lamudi.com.mx

*Nota del editor:

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



on la llegada del Covid-19, diferentes industrias se vieron afectadas por la pandemia, entre ellas la hotelera; en Latinoamérica, algunos de los países perjudicados, por nombrar dos, fueron Argentina y Perú, principalmente por el tema de salud y el impacto en la economía.

"En los ocho países de América Latina donde Colliers tiene presencia en el sector hotelero detectamos que estas dos naciones, entre otras, presentaron dificultades: en Argentina adicionalmente afecta el tipo de cambio del peso versus el dólar, sumado a la poca disponibilidad de camas en los hospitales y la falta de capacitación del personal médico; y en Perú, además del COVID, el país está afectado por las elecciones presidenciales y la incertidumbre política, que también frena en cierta medida el potencial de inversiones de nuevos hoteles en el corto plazo", comenta en entrevista para Inmobiliare, Matías Muchenik, Director de Colliers Hotelería Latinoamérica.

En ambos países mencionados, la ocupación promedio de los últimos meses rondó en el 30% y las tarifas, impactadas desde el inicio de la pandemia, oscilaron en promedio por noche con bajas de hasta el 50% en muchos hoteles, es decir, los números están por debajo de lo que se tenía antes de la crisis, según el directivo; aunque menciona que el mercado hotelero en la región "ya tocó fondo" y que empieza a sentirse, desde los últimos dos meses, como vuelve a recuperarse el sector y estiman desde Colliers Hotelería Latinoamérica, que el segundo semestre del presente año será mucho mejor en términos de resultados, tanto en Argentina, Perú y el resto de la región.

En contrapartida está México, el más resistente de Latinoamérica en el tema hotelero, el cual se recupera con mayor velocidad. Los indicadores hoteleros como las inversiones ya alcanzan niveles aceptables y atractivos, esto principalmente como consecuencia a la cercanía con el país vecino: Estados Unidos y la capacidad económica y financiera de las personas que viven e invierten en ahí, inclusive por encima de otro gigante del mercado hotelero latinoamericano: Brasil.

"Hay fondos de inversión que ven más a México que a Brasil por estar al lado de Estados Unidos, entonces viendo este panorama, este país de América del Norte es el más resiliente y está por encima de varios de Latinoamérica en términos de desarrollo hotelero".

De acuerdo con el Reporte Hotelero de 2T2020 de Colliers, en México se tenían monitoreados más de 17,500 hoteles de una a cinco estrellas, con más de 650 mil habitaciones. La demanda de cuartos se reportaba estable en los segmentos de playa y ciudades, en un comparativo de enero de 2019 y enero de 2020, en el que vislumbrada un aumento del 7%, pero debido a la llegada del Covid-19 este panorama cambió.

Con la llegada de la pandemia muchos proyectos guedaron parados, hay muchas construcciones de las que aún no se sabe cuándo retomarán actividades, sin embargo, hay otras que están iniciando; por lo que este tema se tendría que analizar en dos variantes: las que se frenaron y las nuevas; y adicionalmente, las conversiones.

"Estamos haciendo muchos estudios de mercado hoteleros y factibilidad de proyectos, así como en la búsqueda de operadores y marcas para hoteles que se están construyendo, como consecuencia de la reactivación de nuevas construcciones porque hay recursos líquidos que necesitan ser invertidos en el país. Hoy sobre la mesa, hay muchos bancos que necesitan prestar, al igual que fondos, family offices y otros mecanismos económicos y financieros que necesitan activar, siempre y cuando los proyectos sean atractivos y que tengan un riesgo equilibrado".

Ante esto, Matías Muchenik destaca que los proyectos donde no había tanta seguridad de inversión se frenaron; en cambio los que mostraban un riesgo menor se reactivaron o se dio inicio de obras. En México se están iniciando nuevas construcciones, va que fue el que más rápido reactivo las obras, seguido de Brasil y Colombia a diferencia de Perú, Chile y Argentina, donde si bien el sector se va recuperando, está un poco más lento.

Hay varios hoteles que se están reconvirtiendo, es decir, buscan convertirse en otra marca o buscar un operador con mayor presencia y economía de escala que mejore los márgenes del negocio. "Nosotros en Colliers Hotelería Latinoamérica estamos negociando diversas oportunidades de conversiones hoteleras, principalmente son hoteles independientes que están en las famosas OTAS (plataformas digitales de reservación), las cuales cobran tasas muy altas por llevar al cliente. Estos hoteles son independientes, no tienen economía de escala ni descuentos en los fees de reserva, aunado a poca 'espalda' para soportar estos costos de distribución junto a las utilidades comprometidas hoteleras que hoy ha dejado la pandemia, por eso suelen buscar convertirse a marcas de cadenas nacionales y/o internacionales a través de contratos de franquicia o si ya se 'cansaron del negocio', optan por un nuevo operador".

Los proyectos donde no había tanta seguridad de inversión se frenaron; en cambio los que mostraban un riesgo menor se reactivaron.



Matías Muchenik Director de Hotelería Latinoamérica de Colliers.

Debido a este escenario y a la afectación del coronavirus en el sector hotelero, la compra-venta de hoteles ha estado presente, en Colliers llamamos a esta etapa como "la era de las transacciones", la oportunidad de comprar a un precio bajo y atractivo para que en un futuro se venda a un más alto.

"Hay mucha gente que está presionada económicamente, que no puede pagar a empleados, ni sus créditos; y hay muchos fondos que tienen dinero y aprovechan la oportunidad de esta situación para salir a comprar".

A nivel arquitectónico y de diseño se prevé una transformación en los próximos años, se estima que no serán todos hoteles verticales con torres, debido a que la pandemia y sus consecuencias marcaron una nueva forma de operación y hospedaje, con espacios más amplios, abiertos e inclusive más estilo 'villas' que torres gigantes, sólo en los casos donde corresponda y el mercado lo amerite".

"Se hicieron encuestas a nivel mundial y los huéspedes están pidiendo espacios más amplios de áreas de consumo como bares, restaurantes, albercas o salones, asimismo buscan más áreas verdes, con pocas habitaciones por piso y que no sean de tantos niveles, sino de mayor espacio".



El futuro de la hoteleria

Si bien el sector hotelero ha tenido un camino más lento de lo que se esperaba el año pasado, para Matías Muchenik la perspectiva de esta industria es positiva, esto lo reafirma debido a que en Colliers Hotelería LATAM han estado muy ocupados en la prospección y brokerage para la compra-venta de activos y en la estructuración de proyectos del giro hospitalario.

"Hay muchos hoteles que quieren y/o necesitan vender, lo cual es una oportunidad de negocio hotelero, tanto para fondos o inversionistas que ya conocen el sector y aprovechan las oportunidades, como también para nuevos propietarios que no tenían interés en invertir en este tipo de inmuebles y que tenían activos de otros giros y hoy aprovechan incursionar en el sector. Nosotros vemos que se está reactivando este sector, por este motivo y por otros ya mencionados".

En cuanto a la situación de México, este es un país muy dinámico que se está reactivando y, que se podría pensar, que lo peor ya pasó; es una realidad que la pandemia durará lo que resta del año y el siguiente, pero se recuperará en gran parte por sus zonas turísticas, los precios de alojamiento, y hasta cierto punto el plan de vacunación.

Hay algunos hoteles que se están reconvirtiendo, es decir, buscan convertirse en otra marca con mayor potencial de comercialización, que generé utilidades mayores y a veces, hasta cambian de operador por una empresa de mayor porte.

LATAM hotelería

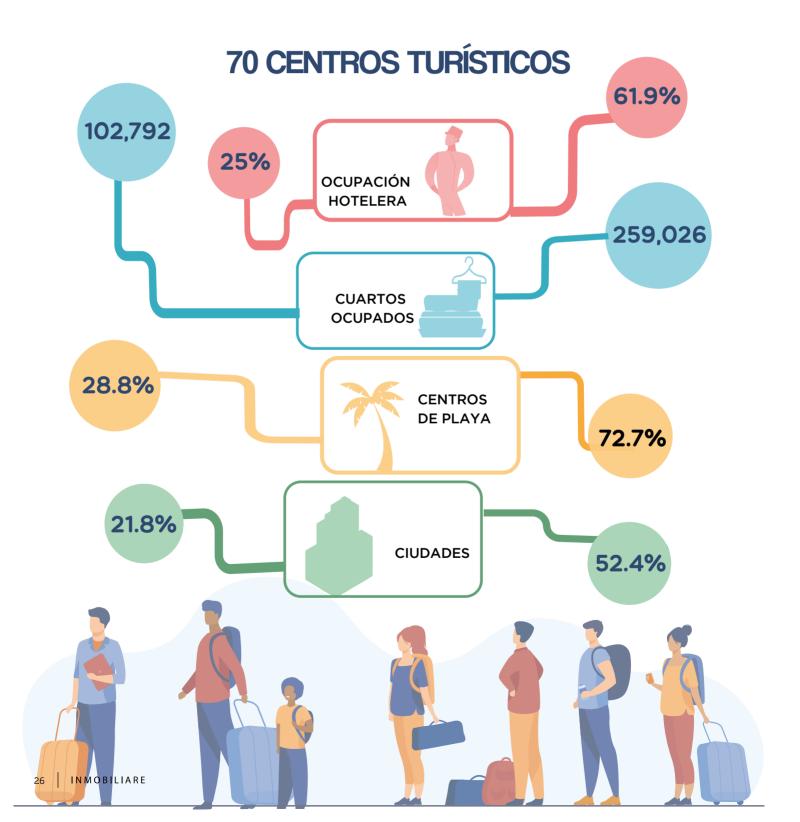
El área de hotelería de Colliers LATAM está a cargo de Matías Muchenik, el cual se enfoca en los servicios de brokerage (compra-venta de hoteles en exclusividad y con trato directo con cada dueño), y la consultoría junto a la estructuración de proyectos hoteleros. Entre los servicios que ofrecen se encuentra: Estudios de mercado y factibilidad; Estudios de mayor y mejor uso; Avalúos inmobiliarios; Búsqueda de terrenos; Beauty Contest; Identificación y selección de marcas hoteleras y operadores de hoteles; Conversión de hoteles; Búsqueda de recursos económicos y financieros para desarrollo hotelero, Capital markets; Negociación de contratos; y Acuerdos y alianzas, entre otros.







Situación hotelera 2021 VS 2020





VÍA AÉREA

799.1 mdd

GASTO

TOTAL

-66.1

2.358.8 mdd

136.349 VÍA 248.994 -45.2% **TERRESTRE** 888.826 **TURISTAS** 1,659,345 -46.4% **FRONTERIZO**

Fuente DATATUR e INEGI



¿Es el sector de viviendas parte de la solución de la sobreoferta de oficinas en Ciudad de México?

Por: Rob Hixson Cofundador de Solili Colaboración Kit Barmeyer Colaboración Rosa Blanco Carnero

a pandemia por Covid-19 a principios de 2020 tuvo consecuencias para la salud y la economía que aún resuenan en el mundo entero. Ha generado cambios profundos en la forma en que interactuamos en todos los aspectos de la vida. Si echamos un vistazo a las posibles consecuencias en el mercado inmobiliario, el futuro inmediato se altera y se traduce en una incertidumbre de lo que vendrá.

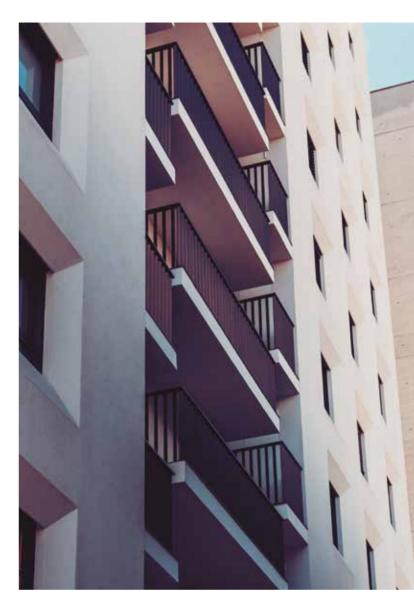
Cualquiera que trabaje en la industria tiene dudas sobre cómo van a continuar nuestros principales sectores. Espacio de oficinas; naves industriales para fabricar y distribuir; espacios comerciales para intercambio de bienes y servicios; y finalmente, el espacio residencial, donde al fin y al cabo, pase lo que pase, necesitamos un lugar para descansar.

Un camino posible sería reposicionar los edificios que se habrían destinado al uso de oficinas. Recuerdo conversaciones con colegas del mismo sector que observaron la sobreoferta de oficina en la Ciudad de México y comencé a preguntarme cuánto tiempo sería sostenible. Desde mi propia experiencia como cofundador de Solili teníamos las métricas de un exceso de oferta creciente de nuevos edificios de oficinas inteligentes de clase A y B en la capital. Para dimensionar, la sobreoferta de oficinas al cierre del 1T 2021 alcanzó los tres millones de m2, 79% de ellos en Ciudad de México. Del total de esta vacancia 65% corresponden a Oficinas Clase A y el restante 35% son Clase B

Ahora bien, sabemos que no toda la vacancia tendría salida con este esquema, ya que una vez remontado el proceso de vacunación, habrá parte de la demanda que se recuperará levemente, otra seguirá siendo arrendada por grandes empresas que no van a sacrificar productividad, imagen y ventaja de marca al tener una oficina icónica, tal como expresó recientemente Microsoft al decidir retorno de actividades a sus oficinas. Igualmente el coworking, que flexibiliza su esquema de permanencia y se concentra en atender a empresas que ya no deben destinar grandes desembolsos para disfrutar de una imagen corporativa moderna y con la conectividad y servicios adaptados a sus necesidades.

Por ello aquellos inmuebles de oficinas cuya calidad de construcción de alto estándar, amplias instalaciones de estacionamiento superiores a las de los edificios residenciales y comerciales, y realizadas con tecnologías de construcción vigentes, podrán ser considerados para el cambio de usos hacia viviendas. Este mercado tiene una inversión masiva de producto de clase mundial que es ideal para adaptarse a los requisitos actuales del mercado de la Ciudad de México.

Aquellos inmuebles de oficinas cuya calidad de construcción de alto estándar, amplias instalaciones de estacionamiento y realizados con tecnologías de construcción vigentes, podrán ser considerados para el cambio de usos hacia viviendas.



Al final del día se trata de evaluar cuál sería "el mejor y más alto uso" que en algunos casos ya no sería una oficina sino que podría ser una reconversión a vivienda. Cada propietario debe estudiar con detenimiento su edificación y explorar los costos de permisología que permita el cambio de uso y los costos asociados a ello, midiendo de forma técnica y precisa la existencia de la demanda.

Por otra parte, sabemos bien que el sector residencial siempre ha sido el foco principal tanto de las políticas públicas como de la iniciativa privada que buscan atender los intereses de los diversos segmentos del mercado de la vivienda: económico, tradicional, medio y residencial. Este sector se caracterizó por una demanda en constante crecimiento y un suministro que no puede mantenerse al día. Situaciones como el terremoto de septiembre de 2017 mostraron que la capital de México tenía oferta de vivienda media y residencial en edificios que no cumplían con los estándares de construcción actuales, lo que resultó en daños importantes e incluso el colapso de varios edificios en las colonias históricas de moda como Roma, Nápoles y Condesa.



Este mercado tiene una inversión masiva de producto de clase mundial que es ideal para adaptarse a los requisitos actuales del mercado de la Ciudad de México.



Probablemente puedan ver a dónde voy con esto: un exceso de oferta de oficinas y una demanda insatisfecha del sector de la vivienda residencial. Necesitaba más datos y quería buscar otros ejemplos de oficinas convertidas en proyectos residenciales y específicamente en vecindarios de alta densidad. Me comuniqué con un viejo amigo que lleva tiempo trabajando en el sector y me señaló dos casos específicos en Chicago, donde la densidad de población era de 4,447 habitantes / km2 comparada a la de Ciudad de México con 6,000 habitantes / km2, por lo que pensamos que si algo funcionaba allí podría ser considerado en la capital del país.

El primer caso, el desarrollador Marc Realty transformó un histórico edificio de oficinas de 16 pisos en 132 unidades residenciales con un área total aproximada de 11,568 m2. Los alquileres en la lista van desde \$1,150 a \$1,600 USD/mes. El segundo caso remodelado por Cedar Street Capital resultó en 114 unidades de alquiler, cuya superficie total estimada era de 12,263 m2, con rentas desde \$1,895 USD/mes. Ambos proyectos lograron aprovechar los pisos abiertos originales, los techos abovedados y obtuvieron créditos fiscales históricos que generalmente se ofrecen para ayudar a financiar las renovaciones.

Parece razonable considerar el interés y el poder adquisitivo de la clase media alta y la fuerza laboral internacional que valoran poder vivir juntos en edificios seguros con un estándar de alta tecnología y una excelente ubicación. Este público objetivo tiene poca necesidad de estacionamiento, busca áreas comunes bien planificadas, planos de planta abiertos en áreas como Polanco, Reforma o Cuauhtémoc, hermosos vecindarios con historia pero que requieren nuevas construcciones de alta gama para superar el turbulento pasado que a menudo se asocia a los edificios más antiguos en estas colonias.

En sí el concepto de reutilización adaptativa o cambio de uso es bien visto por las comunidades en su conjunto porque lleva a los residentes a áreas que tradicionalmente estaban enfocadas en oficinas. Esto ayuda a minoristas cercanos a prosperar ya que atrae más personas a todas horas del día y no solo durante la jornada laboral. De manera similar, las tiendas y restaurantes cercanos actuarían como servicios para los residentes que pueden caminar hasta las opciones de comida, supermercados, entre otros. Adicional a ello, el flujo cruzado de empleados y residentes crea un ambiente de mayor seguridad física en general.

Los edificios inteligentes tienen la versatilidad y la transformación del espacio de oficinas, el cual brindaría la oportunidad de una personalización creativa, especialmente con planos de planta abiertos y techos altos que están de moda, por lo que invertir en investigación en esta idea valdría la pena para los propietarios de oficinas existentes.

Esta idea requeriría estudios de mercado considerables, pero sin duda plantea una estrategia que podría dar un respiro a los inversionistas y empujar a México a una era de productos multifamiliares. Adicional a ello la estructura de portafolios multifamiliares en renta pasa a ser un producto de alta deseabilidad en capitales a nivel mundial.



Los factores adicionales son las consideraciones legales que regulan el tema de la vivienda. Los edificios inteligentes ahora resuelven las preocupaciones de los inquilinos en aprietos. Por ejemplo, no puede cortar el agua o la electricidad de un residente, pero puede limitar su acceso al estacionamiento, elevador o servicios. Si asumimos que los alquileres comenzarán en un cierto nivel socioeconómico, tener que estacionar en la calle o caminar 15 pisos por ejemplo, desincentiva a un profesional de clase media a mantenerse moroso con su renta. Simplemente no puede permitírselo. Estas consideraciones evitarían las desocupaciones tradicionales y garantizarían la seguridad frente a problemas históricamente comunes con este tipo de inquilinos. Y al final del día es un tema de incentivos que parecen estar alineados del lado de la oferta y la demanda.

Como idea general habría que explorar cómo el gobierno local y nacional en México apoya iniciativas para adquisición de viviendas en este segmento. En el caso americano el gobierno ha actuado en el lado de la oferta, utilizando créditos fiscales federales que son distribuidos por los estados para ayudar a los desarrolladores a construir viviendas accesibles. En paralelo el gobierno también ha apoyado el lado de la demanda en forma de vales de vivienda que son principalmente del Gobierno Federal.

Finalizamos con un debate abierto a los desarrolladores de edificaciones de oficinas que cumplan estos criterios y así dar un próximo paso a una idea que no solo rescataría el flujo de caja del inversionista sino que apuntala el crecimiento y desarrollo de zonas residenciales y de usos múltiples más consolidadas. Por el lado de Solili conocemos en detalle la ubicación de proyectos de oficina y residenciales en toda la ciudad, facilitando el estudio de mercado a fondo para conceptualizar esta idea.

Para obtener más información, visite: www.solili.mx

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



COBALTO DE MEXIHOM: UN OASIS EN LA CIUDAD

Por: Darío Quijano Cal y Mayor dario.quijano@inmobiliare.com

omas del Pedregal esconde dos joyas residenciales, Cobalto 90 y su predecesor Cobalto 104. Cada uno compuesto por 60 y 40 departamentos respectivamente, distribuidos en cuatro y tres torres, a excepción de uno de los edificios que tiene una unidad por nivel para garantizar privacidad y exclusividad a los residentes (Torre F en Cobalto 104). A lo anterior se suman acabados de lujo, decenas de amenidades, hectáreas de áreas verdes y seguridad de punta.





de trayectoria la fusión entre arquitectura y el confort para brindar la máxima exclusividad.

Ellos son los creadores de Cobalto, y su labor se caracteriza por dos virtudes: la espacialidad que garantizan y los finos materiales empleados en la construcción. Por ello, los metros cuadrados que ofrecen son útiles, es decir, sólo cuentan aquellos que están para el disfrute del usuario y no los utilizados por mobiliario, balcones, bodegas o lugares de estacionamiento.

Cuentan con una superficie de mínimo 130 y máximo 233 metros cuadrados habitables a disposición de los gustos y necesidades de cada uno, que se distribuyen en área de sala comedor, family room, dos o tres recámaras y cocina. En cuanto a los balcones, bodegas y dos a tres lugares estacionamiento, que cada departamento incluye, no se contabilizan en el metraje. Asimismo, cuentan con una altura de piso a plafón de 2.70 metros y los ventanales recorren la misma distancia para favorecer la iluminación natural y dar amplitud.

Los acabados, por su parte, están pensados para llevar el estilo de vida a un nivel más allá del ordinario. Utilizan pisos de madera de ingeniería; mármol en los baños, balcones y terrazas; cancelería de cristal templado; y muros de tabique sólido que fortalecen la construcción. Las paredes, a su vez, hacen del interior una zona aislada en términos sonoros y dan la posibilidad de colgar televisores o lo que el residente desee.

"Las decisiones de Mexihom parten de experiencias previas que nos han dado herramientas para perfeccionar la forma de hacer las cosas. A raíz de esto hemos optado por cocinas espaciosas y elegantes, infraestructura para que todo el cableado de los electrodomésticos no sea visible, iluminación LED, vestidor amplio en las recámaras principales, terrazas y balcones", aseguran, en exclusiva con Inmobiliare, Isela Barrios, Coordinadora Comercial de Mexihom, y César Eugenios Espinosa, Coordinador de Marketing.

Actualmente, Cobalto 104 inició su fase de preventa con costos que van desde los 11 millones 550 mil hasta los 18 millones 590 mil pesos, naturalmente, la variación depende del tamaño del inmueble.

La preventa permite pagar un 15% del valor del inmueble como enganche, el consecuente 35% en un lapso de dos años hasta la entrega del departamento y la mitad restante se puede pagar al contado o con créditos bancarios.







Por el otro lado y por tiempo limitado cuentan con siete unidades para entrega inmediata en Cobalto 90; los cuales tiene una superficie de 185 a 233 metros cuadrados y se pueden adquirir desde 11 millones hasta 16 millones 500 mil.

Vivir en Cobalto va más allá de los interiores por las muchas amenidades que incluye, entre las que destacan un gimnasio, salón de eventos, jardín, terrazas, juegos infantiles e incluso un lago. Todo lo anterior distribuido entre las edificaciones y los más de 6 mil metros cuadrados de áreas verdes disponibles para caminar, pasear a las mascotas y jugar con los niños en completa seguridad, pues, Lomas del Pedregal es un circuito cerrado en el que no se puede conducir arriba de los 30km/h y cuenta con vigilancia constante gracias al cuerpo de al menos 40 unidades de policía. El acceso es restringido y con previo registro.

Hoy en día, esa no es la única seguridad que se busca en un hogar, también está el tema de la pandemia. Por lo que ambos complejos siguen estrictas medidas de sanidad, tales como la toma de temperatura, uso de tapetes sanitizantes colocados estratégicamente, dispensadores de gel antibacterial en zona de elevadores, uso de cubrebocas obligatorio y sanitización regular de todas las instalaciones.

Isela Barrios y César Eugenio Espinosa coinciden en que los hogares se han convertido en el espacio más importante de las personas y Cobalto es un lugar que ofrece todas las facilidades para vivir con lujo, comodidad y seguridad.

Para obtener más información: www.mexihom.com



Por Mónica Herrera monica.herrera@inmobiliare.com

os activos inmobiliarios siempre se han considerado como una de las mejores inversiones que otorgan atractivos retornos, principalmente en situaciones de crisis en las que el mercado de bienes raíces se ha mostrado resiliente.

Tal es el caso del sector residencial, el cual se mantuvo estable durante el 2020 y ha registrado una tendencia a la alza a finales del mismo año y principios del 2021. Resultado de la necesidad natural de vivienda y de la importancia que esta adquirió durante los múltiples confinamientos.

Diversos especialistas destacan que el modelo multifamily o de renta residencial, es uno de los más fortalecidos tras los hechos del año pasado, ya que permite otorgar vivienda a quienes no puedan o no deseen realizar la compra de un inmueble en esos momentos.



Jeronimo Hirschfeld, Fundador y CEO de ONE Real Estate Investment



En Estados Unidos, el multifamily es un mercado maduro, que en tiempos de crisis, se ha mantenido firme en comparación a otros tipos de activos inmobiliarios.

De acuerdo con CBRE, tan solo a finales de 2019, se tenía registrado que 35% de la población americana prefería rentar en lugar de comprar una casa, dato que ha crecido a lo largo de los años.

En Estados Unidos, el multifamily es un mercado maduro, que en tiempos de crisis, se ha mantenido firme en comparación a otros tipos de activos inmobiliarios.

Hecho que confirma RealPage, al señalar que la demanda por este tipo de vivienda aumentó 60% en 2020 comparado con 2019. Mientras que en 2021, con la reapertura de las economías locales, la demanda se ha visto impulsada.

Según detalla el estudio de mercado Apartment Rents Surge in April, la demanda aumentó 1.3% en el mes de abril (el ritmo más rápido observado durante un solo mes en la última década). Repunte que se produjo, principalmente en propiedades de lujo de Clase A.

"Las comunidades de Clase A registraron un crecimiento de alquiler del 2% durante el mes, en comparación con aumentos de 1.3% para los proyectos de Clase B del mercado medio y 0.3% en el inventario de Clase C".

Cabe destacar que este modelo, también registró durante la pandemia, una mayor preferencia hacia regiones menos urbanas que ofrecieran propiedades con mayor espacio por el mismo o menor costo.

Jeronimo Hirschfeld, Fundador y CEO de ONE Real Estate Investment (OREI), señaló en entrevista exclusiva para Inmobiliare, que a partir del inicio de la crisis sanitaria, la salida de personas de ciudades como Nueva York asciende a más de 450 mil, lo que ha dejado un alto número de unidades vacantes.

"La facilidad y comodidad que ha otorgado el esquema de trabajo remoto en todo el mundo, ha hecho que grandes ciudades como Nueva York registren una gran vacancia en departamentos y edificios en renta. Hoy en día, te ofrecen de dos a tres meses gratis si les firmas un contrato a un año, están dando un 20% de descuento. Jamás había visto algo así, y esto es debido a que la gente prefiere buscar más espacio por su mismo pago de renta".

INVERSIÓN

Ciudades como Austin, Arizona, San Antonio, Dallas, Carolina Del Norte, Charlotte, Harvey y Fayetteville, son algunas en las que la compañía ha observado una mayor demanda.

Asimismo, indica que pese a la situación vivida el año pasado, en el que se registró una ligera desaceleración en el mercado, se reportaron 111 billones de dólares en transacciones, por lo que para el año en curso, estiman alrededor 125 billones. Cifra que aún se mantiene por debajo de los más de 138 billones de 2019.



MODELO DE NEGOCIO SEGURO, RENTABLE Y CON VALOR AGREGADO

Jeronimo Hirschfeld, detalla que pese a que la industria inmobiliaria ha mostrado fortaleza a lo largo de las diferentes crisis, el sector de la vivienda ha sido uno de los más estables, por lo que también se ha convertido en uno de los mercados con mayor atractivo, principalmente el de multifamily, en el que cuenta con más 20 años de experiencia.

Experiencia que ha forjado desde 2001, año en el que fundó One Real Estate Investment, una compañía privada de inversión inmobiliaria y gestión de activos multifamiliares con sede en Miami, Florida. "Ví la oportunidad de adquirir tres propiedades que estaban vacías y que contaban con pocas unidades. Así fue como surgió la idea de crear One Real Estate Investment".



Empresa que se dedica a la adquisición de activos multifamiliares en el sureste de los Estados Unidos, en ciudades como Texas, Arizona, Colorado, Carolina del norte y Florida. Principalmente en propiedades de entre 200 y 400 departamentos; los cuales son remodelados por completo, tanto áreas comunes como cada una de las unidades.

"Lo que hacemos es hacer mejoras en las áreas comunes y luego nos metemos a remodelar estos departamentos que normalmente son de una o dos habitaciones, es decir, unidades de entre 80 o 90 metros cuadrados. Lo que nos permite incrementar las rentas, crear una mayor apreciación de la propiedad y un mayor flujo".

Inversiones que duran de 4 a 5 años (periodo de inversión) ya que en ocasiones los inmuebles adquiridos se encuentran en un 95% de ocupación, por lo que las remodelaciones de los departamentos se van realizando conforme los contratos vencen mes a mes.

OREI se enfoca en la compra de propiedades cercanas a ciudades principales, lo que les permite obtener una mayor demanda y crear valor agregado.

De igual forma, indica que otro de los factores que les permite obtener una mayor plusvalía es la ubicación; razón por la que OREI se enfoca en la compra de propiedades cercanas a ciudades principales. A no más de 20 o 30 minutos de distancia, lo que les permite obtener una mayor demanda y crear valor agregado.

Otra de las situaciones que también les ha beneficiado tras el cambio de rutina que dejó el 2020, es la demanda del mercado, puesto que ha demostrado ser un modelo 100% rentable y seguro comparado con el de oficinas, el cual se vio gravemente afectado tras el uso de esquemas como el home office.

El cual, de acuerdo con el CEO, se prevé que continúe por lo menos dos años más, por lo que la idea de la compañía es continuar realizando espacios que ofrezcan zonas de esparcimiento, calidad de vida y de trabajo al mismo tiempo.



"Constantemente estamos buscando oportunidades de compra, hoy en día existe mucho apetito por adquirir e invertir en este tipo de propiedades. En 2020 muchos inversionistas decidieron no arriesgarse, por lo que este año hay bastante capital. Donde tienen que estar invirtiendo hoy en día es en el multifamily".

Explica que es un mercado con poco riesgo que otorga rendimientos bastante generosos, ya que se trata de propiedades existentes, de las cuales se conoce su historia y números de ocupación.

La mayoría de ellas son propiedades construidas entre 1985 y 2010, por lo que las mejoras realizadas las hace aún más competitivas. "Se defienden bastante bien, sobre todo durante las crisis, ya que es cuando suben los niveles de ocupación. Resultado de la desaceleración en la economía, por lo que quienes pagaban rentas de cuatro o cinco mil dólares, ahora buscan algo más accesible. Hoy tenemos cerca de 14,000 personas viviendo en nuestros complejos, cifra que continúa aumentando".

Las rentas que OREI maneja se ubican en un rango entre los 800 hasta 1,400 dólares, lo que le permite captar un nicho conformado por aproximadamente, 200 millones de habitantes en Estados Unidos.



Actualmente, OREI cuenta con un portafolio de más de 5,800 departamentos, de los cuales, 2,000 corresponden a nueve transacciones realizadas el año pasado. Por lo que su visión para este 2021 es lograr los mismo números, manteniéndose en un rango de 2,500 nuevas unidades, es decir, cerca de 11 propiedades.

"La idea es seguir con el mismo modelo de negocio y estrategia que llevamos desde hace 20 años, nos hemos convertido en expertos en esta área. Se trata de un mercado muy atractivo, sobre todo cuando pones en una balanza el riesgo vs el rendimiento que estamos generando para los inversionistas".

Rendimientos que a la fecha, con la compra de los inmuebles más recientes, se ubican en Tir anualizados de alrededor de 14 a 16 por ciento. "Rendimientos muy generosos, si tomamos en consideración el tipo de riesgos con una propiedad existente, que ya está rentada y que tiene una ocupación alta".

Por otro lado, el también fundador de OREI, menciona que la compañía ha implementado un software que les permite una mejor comunicación con los inversionistas. Una aplicación en la que pueden estar al tanto de los estados financieros de cada una de las propiedades en las que participan, la cual les da acceso a información como lo es el nivel de ocupación y gastos de servicios y operativos.

"Entre más transparentes y más información podamos proveer a los inversionistas, es mucho más atractivo para la gente; entonces conforme vamos creciendo y la empresa va evolucionando, nos concentramos en diseñar diferentes opciones para facilitar la comunicación con cada uno de nuestros inversionistas".

Finalmente, Jeronimo Hirschfeld, destaca que el mercado multifamiliar continuará creciendo, lo que traerá mayores beneficios para el sector y quienes decidan invertir en él.













Ft. Worth, TX - 224 Units · Lake Worth, FL - 160 Units · Atlanta, GA - 580 Units · Fayetteville, NC - 651 Units · Charlotte, NC - 752 Units · Houston, TX - 1.051 Units · Austin, TX - 200 Units · College Station, TX - 192 Units · New Orleans, LA - 579 Units



Somos una compañía de financieros que busca exponerse a inversiones en el mercado inmobiliario de los Estados Unidos, específicamente en el sector multifamiliar del mercado medio. Nuestro objetivo es lograr inversiones de rendimiento estable denominado en dólares, así como la apreciación del capital a través de la mejora de los ingresos operativos de cada propiedad. Todo mientras invertimos en un "sector defensivo" dentro de un mercado robusto de viviendas de alquiler en los Estados Unidos para preservar el capital y mantener los resultados en situaciones económicas estables.

Premios y reconocimientos



















info@onerei.com

Miami FL. +1 786 777 00 60



SUMMIT BAJA CALIFORNIA 2021

REGIÓN CON GRAN POTENCIAL PARA EL SECTOR INMOBILIARIO





Por: Daniela González daniela.gonzalez@inmobiliare.com

urante los últimos años, Baja California ha demostrado ser una de las regiones más dinámicas del país. La fortaleza de la actividad industrial, comercial y turística de ciudades como Tijuana, Mexicali o Ensenada, así como su ubicación fronteriza con Estados Unidos, hacen de esta entidad un punto de atracción para la inversión pública y privada en diferentes sectores económicos.

Si bien las industrias con mayor presencia en el estado responden a la manufactura automotriz, aeroespacial, de electrónicos y de dispositivos médicos, a su vez, esto potencia otros sectores como el inmobiliario, debido a la demanda de parques industriales, oficinas, vivienda y hoteles.

En este sentido, Baja California presenta condiciones de mercado e inversión favorables que generan grandes oportunidades de negocio tanto para desarrolladores locales, como de otras ciudades que buscan diversificar su presencia en el país.

Por esta razón, B2B Media, la plataforma especializada en Real Estate, e Inmobiliare Magazine, llevaron a cabo un evento clave para los negocios inmobiliarios del noroeste: REB Summit Baja California 2021.

El 29 de abril de este año, los actores más relevantes de la región se dieron cita en Bruma Wine Garden, en Valle de Guadalupe. En este evento híbrido que contó con todas las medidas de seguridad, *speakers* especialistas en tendencias de Baja California, compartieron información sobre el comportamiento del mercado, perspectivas, retos y oportunidades de negocio.

"Para nosotros es muy importante poder conectar a nuestros clientes. Creemos que la tecnología puede complementar muchas cosas pero nunca va a sustituir el trato humano y las relaciones que hay en este negocio. El negocio inmobiliario es muy bondadoso y resiliente, hemos visto como durante la pandemia han surgido nuevas oportunidades", comentó, Guillermo Almazo García, Publisher Inmobiliare & Inbound Logistics Latam durante la inauguración del evento.

Por su parte, Erico García, CEO de B2B Media, agradeció a los asistentes y a los patrocinadores que hicieron posible uno de los encuentros más importantes del año.



DESARROLLO ECONÓMICO DE BAJA CALIFORNIA



El primer panel, moderado por Sergio Resendez de Colliers, tuvo como invitados a los representantes de la iniciativa "Baja Team", quienes presentaron un acercamiento a la dinámica económica y de mercado de las principales ciudades de la entidad.

Mario Ruanova Morineau (EDC Ensenada), Rodolfo Andrade (EDC Mexicali), Joel Villalobos (EDC-Tecate) y Carlos Jaramillo y (EDC-Tijuana) destacaron que desde la Comisión de Desarrollo industrial se enfocan en tres ejes principales: atracción de inversión-retención; integración de empresa transnacional y local a la cadena de valor y profesionalización de la promoción.

Carlos Jaramillo apuntó que existe una ausencia de promoción económica a nivel nacional y estatal, por lo que las cuatro ciudades principales de Baja California: Tecate; Ensenada, Mexicali y Tijuana se han aliado en la iniciativa "Baja Team" que busca promover el estado como destino industrial.

"Hoy en día nuestras ciudades están más cerca, desde la infraestructura carretera hasta la tecnología. Podemos hablar de ofrecer servicios que se puedan instalar en cualquiera de estos destinos", comentó Mario Ruanova.

Jaramillo destacó que al cierre del 2020 se contabilizaron alrededor de 6,400 operaciones IMMEX en todo el país, de las cuales, Baja California concentró 1,142 y de estas, 900 se ubicaron en Tijuana.

"El 70% de la industria se encuentra en Tijuana. Tenemos un mercado interno muy fuerte. El 70% del crecimiento industrial que está teniendo la ciudad son industrias que ya están establecidas" detalló.

Asimismo, señaló que de cada 10 operaciones 7 son expansiones, lo que implica crecimiento en todos los sectores: residencial, comercial, industrial, entre otros. Del mismo modo, estos segmentos se fortalecen con la tasa de crecimiento poblacional de Tijuana que se refleja en la demanda de espacios.

Por otro lado, resaltó que entre los principales retos destacan la movilidad, debido a la alta densidad vehicular que requiere de mayor infraestructura; el cruce fronterizo que requiere de un proyecto que agilice el tráfico de mercancía y, por último, el tema del abastecimiento de energía.

Mario Ruanova reconoció que a pesar de experimentar unos meses difíciles por la pandemia, las cifras totales del 2020 para el puerto de Ensenada fueron buenas e incluso superaron las de 2019 en ciertos sectores, como el de construcción que va de la mano con el desarrollo inmobiliario, lo que genera un buen indicador.

Asimismo, comentó que la posición estratégica del puerto de dicha ciudad le permite ser el destino principal para las rutas comerciales que vienen de Asia. "La terminal de contenedores actualmente está en un proceso de expansión. Fue un poco interrumpido el año pasado porque muchas inversiones hicieron la pausa de ver qué iba a suceder, pero ya está activo de nuevo. Es una expansión del doble de su capacidad de atraque, así como de un 50% de su capacidad de almacenaje y eso detona el tema logístico", dijo.

Por su parte, Joel Villalobos comentó que se tienen en puerta proyectos que promueven la inversión para Tecate, tales como un plan estratégico metropolitano colindando con Tijuana, una central camionera metropolitana, una central de abastos y una reserva de bosque que permitirá equilibrar lo industrial, comercial, turístico y de vivienda.

Por último, los panelistas coincidieron en que existe una fuerte demanda de espacios industriales debido a la expansión de las empresas y la nueva inversión, lo que a su vez implica nuevas necesidades en temas de vivienda y oficinas. En Tijuana, "el sector de oficinas no fue impactado como en otras plazas porque se nutre de otros sectores", especificó Jaramillo.

Del mismo modo, se observan grandes oportunidades en la demanda de espacios para consultorios debido a que el turismo médico muestra un potencial de crecimiento importante. "Hay diferentes productos en el sector comercial y todo mercado empuja a su vez a otros mercados", concluyó.

Los panelistas coincidieron en que existe una fuerte demanda de espacios industriales debido a la expansión de las empresas y la nueva inversión, lo que a su vez implica nuevas necesidades en temas de vivienda y oficinas.



Joel Villalobos TECATE EDC



Carlos Jaramillo TIJUANA EDC-DEITAC



Mario Ruanova NOVA TERRA



Rodolfo Andrade MEXICALI EDC



MODERADOR Sergio Resendez COLLIERS



MERCADO INDUSTRIAL EN TIJUANA Y NUEVOS PROYECTOS EN DESARROLLO



El segundo panel enfocado en el mercado industrial estuvo conformado por Edna Urías de SEICA; Federico Serrano (SMK); José Larroque (Baker MCKenzie); Bruno Martínez (Alveo Kapital) y Juan Carlos Rodríguez (Cushman & Wakefield) como moderador.

Rodríguez abrió el panel con uno de los temas más importantes a raíz de la pandemia: el comercio electrónico. "En Tijuana la parte industrial es por mucho el sector más beneficiado", comentó.

Esta ciudad es el tercer mercado más grande del país con aproximadamente 80 millones de pies cuadrados y una absorción anual de alrededor 4.5 millones de pies cuadrados. De acuerdo con el especialista, el boom inmobiliario en Tijuana está relacionado con el e-commerce.

Edna Urías explicó que, si bien el cliente logístico no era un cliente potencial en la región, ya se puede observar una importante demanda en manufactura o industria médica. "Empezamos a recibir muchos concursos con edificios de altura de 36 pies, edificios muy altos para almacenar más producto y precisamente debido al resultado de esta pandemia y al crecimiento del e-commerce. Entonces sí estamos viendo más proyectos potenciales para este giro".

Al respecto, Bruno Martínez agregó que hace 15 años el ticket promedio de espacio industrial era de entre 3,500 a 7,000 metros cuadrados de área rentable, lo cual ha crecido a 15,000 metros cuadrados. Mientras que la demanda está dictada por la oferta, "es decir, nave que se construye nave que se renta".

Por otra parte, los participantes abordaron uno de los temas más relevantes para el sector industrial que tiene que ver con la energía. Larroque señaló que Tijuana tiene energía de sobra. "El problema es que está a 69,000 voltios, el tema es bajarla y transformarla, no ha habido mucha ayuda por parte de las autoridades regulatorias, lo cual está generando un problema serio".

El uso de energías renovables y de autoabasto es una tendencia actual del sector, debido a que su implementación es factible de acuerdo a las reformas de legislación eléctrica. Sin embargo, el tema de acuerdos y contratos con la Comisión Federal de Electricidad (CFE) puede implicar incertidumbre para los empresarios, apuntó Larroque.

"Para nosotros es súper importante proveer gas y energía eléctrica. Obviamente tiene un enfoque logístico pero el tema de energía eléctrica es importante para reducir costos para en tenant", añadió Martínez.

Por su parte. Urías comentó que en definitiva existe un problema de distribución de energía en la región. Aseguró que para hacer un desarrollo nuevo, como dos de los que están trabajando desde su compañía, se debe recurrir a subestaciones de potencia porque la CFE ya no aumenta el suministro.

"Es muy complicado dar energía adicional de la que va se tiene. Entonces se tiene que meter inversión de infraestructura para garantizar al nuevo inversionista que va a tener energía para su producción", destacó.

Por otro lado, Bruno Martínez reconoció que la pandemia aceleró el proceso de crecimiento del sector industrial. Sin embargo, esto compromete a los actores a consolidar un mercado más institucional y que ofrezca infraestructura de calidad.

El especialista enfatizó los tres factores que han cobrado más importancia para el sector: la sustentabilidad y las certificaciones en este tema; la seguridad y bioseguridad; y la estructura tecnológica.

En cuanto al eje de sustentabilidad, Edna Urías mencionó que en este momento, los clientes están interesados en proyectos que cuenten con certificaciones LEED, con soluciones sostenibles o cuyos edificios tengan el potencial de implementarlas en un futuro próximo.

"Hablando un poco del tema de las cadenas de suministro y cómo impacta eso en toda la parte de crecimiento industrial, hay una política para el 2025 de tener una cadena de suministro circular desde su inicio hasta su disposición final, que incluya todos sus componentes de una manera sustentable", añadió Larroque.

En esa línea, Martínez detalló que las demandas de los clientes industriales suelen ser muy contrastantes. Por esta razón, los desarrolladores deben mantener cercanía con ellos para escuchar cuáles son sus necesidades reales en cuanto a espacio, tecnología y seguridad.



Edna Urías SFICA



Federico Serrano **SMK**



José "Pepe" Larroque **BAKER MCKENZIE**



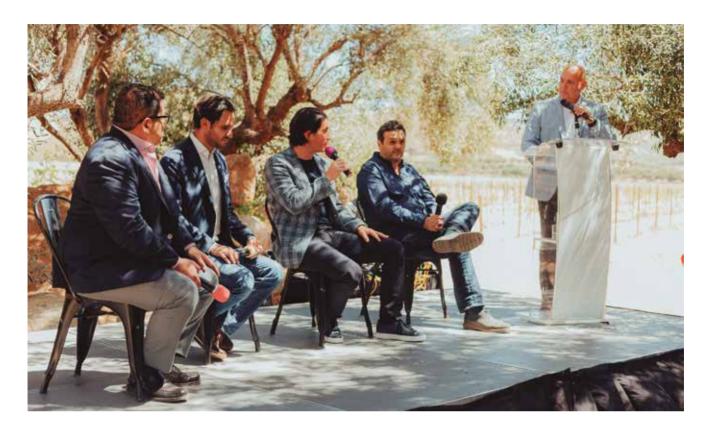
Bruno Martínez ΔΙΥΕΌ ΚΔΡΙΤΔΙ



MODERADOR Juan Carlos Rodriguez CUSHMAN & WAKEFIELD TIJUANA



MERCADO RESIDENCIAL EN TIJUANA



El tercer panel del día estuvo conformado por Raymundo Arnaiz Gamboa (FRASA); Jack Levy Hasson (Grupo VEQ); Jorge Gutiérrez, director y fundador de Grupo Espacio; Federico Cerdas (Global Businesses Inc. & Cobra Development Fund) y Héctor Bustamanete (Bustamante Realty Group), quien participó como moderador.

Desde Valle de Guadalupe, Bustamante agradeció a los organizadores del evento por promocionar destinos importantes del noroeste del país. Asimismo, reconoció que esta ciudad está en un punto crucial de crecimiento ya que tiene apertura para la consolidación de nuevos desarrollos inmobiliarios.

El conversatorio inició con un resumen de los resultados que cada panelista pudo observar en 2020. Federico Cerdas detalló que si bien los primeros meses del año anterior presentaron una decaída del mercado inmobiliario a causa de la pandemia por Covid-19, fue a partir de mayo y junio que reinició el movimiento y el interés de compra se potenció por las nuevas necesidades.

"Los últimos seis meses del año pasamos de vender, por decirte algo, 100% de unidades a vender el doble. Lo que tuvimos que hacer es adaptar nuestro portal de ventas para recibir tarjetas de crédito, que la gente pudiera meterse a elegir su departamento", compartió.

Por otro lado, Jack Levy Hasson destacó que antes de decidir recortar el personal de su empresa pensaron en nuevas estrategias que les permitieran continuar con sus operaciones, lo cual los fortaleció como empresa a nivel económico y personal. En 2020, sus ventas aumentaron 12%, pero sin contar los dos meses desiertos que presentaron al inicio de la emergencia sanitaria, podría decirse que crecieron 35 por ciento.

"A raíz de la pandemia tomamos decisiones que tal vez estábamos postergando, creamos una empresa más esbelta y le perdimos el miedo a tomar decisiones que realmente son importantes, en ese sentido fue un año positivo. Los temas negativos fueron que estuvimos prácticamente tres meses parados, ya que no éramos una un giro esencial y eso obviamente afectó mucho a contratistas, proveedores, etcétera", expuso Raymundo Arnaiz.

Del mismo modo, Jorge Gutiérrez expresó que aunque 2020 fue un año muy peculiar para todos, la empresa que dirige creció el número de empleados aproximadamente 30% durante la pandemia. "Nosotros tenemos tres sectores, proyectos para desarrolladores y para nosotros mismos, asociados con algunos desarrolladores y una gerencia de construcción, esta última fue la que se vio más afectada" detalló.

Respecto al modelo de negocios que han adoptado Gutiérrez y Arnaiz destacaron las ventajas que ha representado para ellos el trabajo remoto y el uso de tecnologías para estar conectados con sus empleados. Para las actividades de oficina que no requieren trasladarse a la obra, detectaron que se han hecho más eficientes.

En cuanto a los cambios en los productos habitacionales, Levy apuntó que dependerán del mercado y la región. Comentó que en su empresa se enfocaron en tickets de entre millón y medio a tres millones de pesos, segmento en el que no hubo muchos cambios de diseño. Cerdas estuvo de acuerdo con este comentario y reafirmó que los mayores cambios para el sector residencial tuvieron que ver con la forma en que se venden las unidades, acción para la cual se han adoptado diversas tecnologías.

Por otro lado, Federico introdujo un tema importante respecto a los usos de suelo. Consideró que si bien las modificaciones hechas en la Ciudad de México por parte de la administración del gobierno actual, retrasaron algunos permisos de construcción, le parece adecuado que los desarrolladores consideren las condiciones urbanas para generar proyectos adecuados. "Un desarrollador inmobiliario genera plusvalía a la comunidad, genera beneficios", manifestó.

El desarrollo de unidades con necesidad de servicios muy alta no se puede cumplir y genera problemáticas, confirmó Cerdas. En ese marco, Gutiérrez señaló que si bien es de suma importancia que los desarrolladores tomen en cuenta las consecuencias urbanas, existen otros factores que pueden afectar los proyectos si no todos los actores del sector se adhieren a las mismas reglas.

Sobre la oferta de vivienda en Tijuana, Raymundo Arnaiz comentó que el inventario disponible para entrega inmediata o el inventario en proceso de construcción atiende la demanda del segmento alto y residencial, esto contra demanda, por lo que no podría hablarse como tal de una sobreoferta.

Por el contrario, "la gran problemática social en Tijuana es la vivienda media baja y la vivienda económica. Es una problemática social extremadamente preocupante, no hay un plan de vivienda federal, estatal o municipal y eso genera una gran incertidumbre para nosotros como desarrolladores donde realmente como negocio inmobiliario es donde existe la mayor demanda, sin embargo no hay suficiente oferta", dijo.



Ravmundo Arnaiz FRASA



Federico Cerdas GLOBAL BUSINESSES INC. & COBRA DEVELOPMENT FUND



Jorge Gutierrez **ESPAZIO**



Jack Levy Hasson GRUPO VEQ



MODERADOR Héctor Bustamante BUSTAMANTE REALTY GROUP





Uno de los obstáculos que observa el especialista está relacionado al financiamiento hipotecario. "En Tijuana la vivienda más económica que se puede construir es de 42 m2 y no se puede conseguir en menos de \$800,000 mientras que el Infonavit ofrece un monto de 600 mil, entonces no hay forma".

Jorge Gutiérrez comentó que actualmente en Tijuana se está produciendo la cuarta parte de vivienda de lo que se llegó a construir hace algunos años. Se producen menos de 8 mil al año en Tijuana, apuntó, por lo que esto implica retos pero también oportunidades para los desarrolladores ya que mientras las ciudades y el sector industrial siguen creciendo, la demanda de vivienda media se mantendrá.

Aunado a lo anterior, otro de los retos a los que se enfrenta el sector vivienda en Tijuana es el ordenamiento urbano. Los panelistas destacaron que en esta ciudad la atracción de talento que viene de otras regiones del país es un fenómeno muy importante, sin embargo, no existe una oferta que pueda satisfacer de manera adecuada la demanda.

Ante este panorama, los participantes coincidieron en que sí es necesario la construcción de más unidades, pero pensando que deben tomar una ubicación clave para que los trabajadores tengan los servicios y el acceso a sus zonas de trabajo de manera fácil, por ello, una de las opciones idóneas podría ser la vivienda vertical.

Asimismo, se habló de la corresponsabilidad entre la iniciativa privada y pública para generar infraestructura eficiente para los ciudadanos, no obstante, detectaron múltiples problemas para generar acuerdos o acciones poco transparentes que dificultan el desarrollo y comercialización de las unidades, por lo que en muchos casos, la colaboración entre ambas partes resulta difícil.

Finalmente, al hablar de las proyecciones a futuro para Tijuana, Raymundo Arnaiz destacó que aumentará el tema de las inversiones para arrendamiento ya que las nuevas generaciones no quieren quedarse fijos en algún lugar, y esto será un área de oportunidad importante para la ciudad.



Raymundo Arnaiz destacó que aumentará el tema de las inversiones para arrendamiento ya que las nuevas generaciones no quieren quedarse fijos en algún lugar y esto será un área de oportunidad importante para la ciudad.

Sin embargo, el tema de la infraestructura de servicios y el costo de la tierra son aspectos que deben eficientarse, ya que inhiben la inversión y complican el desarrollo inmobiliario. "Si compras un predio que no tiene servicios y las obras de infraestructura las tienes que meter tú, te van a costar más las obras de cabecera que el terreno en sí", dijo Arnaiz.

"Entonces estamos con muchos retos, yo creo que la creatividad de nosotros como desarrolladores, el cómo vamos y cómo podemos lograr atender los segmentos es hacia dónde nos enfocaremos en los próximos años. Esa es una gran oportunidad que tenemos como desarrolladores" concluyó.





DESARROLLO SOSTENIBLE EN BAJA CALIFORNIA



Durante la primera parte del panel dedicado al desarrollo sostenible en Baja California, Carlos Lagos (Grupo LAGSA); Brian Tucker (Punta Brava) y Juan Pablo Arroyuelo (Armour Secure) hablaron de las oportunidades para generar nuevos negocios en la región, principalmente en el segmento turístico y de hospitalidad.

Carlos Lagos, fundador de Bruma, señaló que buscan ser una bandera mundial de sustentabilidad. "Estamos transformando los suelos, el uso de la basura y transformando nuestro DNA".

"La sustentabilidad no es una opción, creo que lo más importante para nosotros los desarrolladores es la certidumbre jurídica y creo que es un trabajo que tenemos que hacer, junto con el gobierno y los vecinos, presentar propuestas en beneficio del Valle de Guadalupe", comentó en su primera intervención.

Por su parte, Juan Pablo mencionó que Valle de Guadalupe es un destino que cuenta con muchas oportunidades de desarrollo en el segmento de hospitalidad. "Creo que el *challenge* que nos hemos de encontrar nosotros como *stringbuilder* es alinear los tiempos de la demanda con los tiempos de la producción". Por otra parte comentó que se observa un creciente interés de desarrolladores que eligen la región para dar vida a sus proyectos.

Al respecto, destacó que si bien es importante la atracción de nuevas inversiones, estas deben contemplar que lo importante es generar un bien para la comunidad, considerando el impacto social y ambiental en la región. En ese marco, mencionó que uno de los retos principales es la falta de agua.

"Parece que es muy fácil decir que nos hace falta agua, pero nadie está haciendo nada al respecto. Nosotros en Bruma, estamos reusando la basura, el agua que nosotros hoy estamos consumiendo de los pozos después la estamos regando, lo cual duplica nuestra capacidad y es lo que deberíamos estar haciendo todos".

Referente al mismo tema, Carlos lagos expresó que la sobre regulación también complica la planeación y desarrollo de proyectos, para los cuales existe en ocasiones cierto nivel de incertidumbre.

"Es importante crear comunidad en Valle, trabajar juntos y con el gobierno, solucionar el agua, trabajar la auto regularización y darle certidumbre a los proyectos que realmente valen la pena y van a posicionar Valle de Guadalupe en el mundo", aseguró.

Juan Pablo agregó que el reto número uno para las ciudades fronterizas de la entidad es que falta una cultura de hospitalidad. "El challenge es entrar al mercado y capacitar a la gente que antes estaba en el campo, antes estaba en una maquiladora que se sale para convertirse en capitanes de mesero, convertirse en gente de hospitalidad porque en muchos de los casos han duplicado su salario".

En cuanto al tema hospitalario, Tucker expresó que este sector es esencial. "La hospitalidad aguí en México, debido a la cultura lo hacen muy bien. A diferencia, cuando vas a un restaurante en Coronado los trabajadores que están ahí tienen una actitud como de "date prisa, solo dime lo que quieres". Por eso nos sentimos muy afortunados de estar aquí. Crearemos un bar de sushi, un buen restaurante y otras comodidades en el interior y tenemos la suerte de que este proyecto se encuentre en México y esté en Baja específicamente para la entrada de servicio".

Juan Carlos detalló que en la región existen dos mercados de turismo fundamentales, el de turismo médico y el de trabajadores retirados. "De hecho, Tijuana es de los lugares top 5 del mundo para hacer desde endodoncia hasta implantes", aseguró. En este sentido, comentó que se debe aprovechar la derrama económica de estos viajeros mediante el fortalecimiento de la industria hospitalaria que beneficiara a toda la entidad.

En su participación, Tucker también hizo un breve recuento de la creación de **Punta Brava** en 2008, uno de los campos de golf más importantes de la región, el cual ofrece una oferta inédita a las ciudades del norte del estado cuya demanda se ve reflejada no solo en quienes visitan el campo, sino quienes se hospedan en inmuebles de la región, visitan centros comerciales, etc.

Desde el inicio, Tucker y su equipo reconocieron el potencial de la tierra con la que estaban trabajando. "La mayoría de los desarrolladores que están con nosotros consideran que tenemos un área súper especial, e incluso los arquitectos de golf, desarrolladores, planificadores maestros, arquitectos, paisajistas que van a esa propiedad, dicen que este debería ser el campo de golf más grande del mundo" comentó.



Carlos Lagos GRUPO LAGSA



Juan Pablo Arroyuelo ARMOUR SECURE



Brian Tucker PUNTA BRAVA

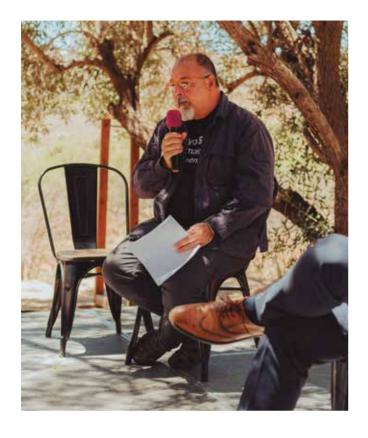


Alejandro D'acosta **ARQUITECTO**



MODERADOR Guillermo Almazo **INMOBILIARE**





En la segunda sección del último panel del día, el Arquitecto Alejandro D'acosta compartió sus perspectivas respecto al desarrollo sustentable de la región. Destacó que no se trata de construir ciudades sino comunidades. En este sentido, puso de relieve que los indicadores económicos, por ejemplo de las ventas de unidades inmobiliarias, no son los únicos que determinan el éxito de un proyecto.

"Conozco proyectos que se han vendido muchísimo y que son tremendos fracasos porque la habitabilidad y la búsqueda de las cosas, como dicen, el *living building challenge*. El *challenge* es un sistema que se evalúa con los resultados y que es una búsqueda para tener el menor impacto posible", especificó.

Aunado a ello, destacó que en Bruma, uno de los principios rectores se basa en respetar el entorno, en no destruirlo ni intervenir negativamente. "Los desarrolladores y la gente que genera negocios tienen que entender que los proyectos al final tienen que proteger la vida. Coincido mucho con la idea de que tenemos que hacer una comunidad y tenemos que hacer ciudad; no tenemos que hacer vivienda, tenemos que hacer comunidades", afirmó.

Si entendemos que somos nosotros en cada una de nuestras acciones podemos decidir cada raya del ambiente y el impacto de las decisiones que tomamos desde el diseño inicial", apuntó Alejandro D´acosta.

Por otro lado, destacó la importancia de fortalecer la cultura social, la transparencia gubernamental y la ética personal que también aplica a los negocios. De este modo, es importante pensar en que el desarrollo es necesario pero no puede seguir una línea ilimitada, es decir, no construir donde habrá un impacto negativo.

Asimismo, destacó que a partir de la pandemia se podrá observar un cambio en la preferencia de los espacios. "Ahorita lo que estamos viendo, perdón, es la muerte de los centros comerciales, va a venir el renacimiento de los parques. Vamos a entender nuestra terraza, vamos a echarle agua a nuestra planta, vamos a entender y fijarnos quién es el vecino, vamos a cambiar la movilidad".

Del mismo modo, enfatizó la importancia de que todas las personas involucradas en el desarrollo inmobiliario sean cercanos a los objetivos del proyecto y la comunidad que generará, esto incluye a los futuros trabajadores. "Si entendemos que somos nosotros en cada una de nuestras acciones podemos decidir cada raya del ambiente y el impacto de las decisiones que tomamos desde el diseño inicial", apuntó.

Por otra parte, comentó respecto a las regulaciones urbanas y de suelo, que es importante leer el contexto real de la tierra en la que se planea desarrollar. Lo anterior considerando que las decisiones que toman los actores del sector tendrán consecuencias y por ello es importante comprender de qué manera se puede mitigar el impacto ambiental desde las fases de diseño, construcción, etcétera, de los proyectos. "Yo creo que lo primero que habría que hacer es sensibilizar", concluyó.







Tijuana:el jugador favorito del servicio de logística tercerizado

Por: Dolores Melo, Tijuana- Associate; Juan Carlos Rodriguez, Tijuana- Managing Director; y Rafael García, Tijuana- Managing Director de Cushman & Wakefield México

s evidente que cuando un usuario da clic en "Comprar ahora" a través de su dispositivo móvil, espera su paquete en dos o máximo cinco días. Pero ¿cuál es la repercusión que esto ha tenido en la logística? Es aquí donde el servicio de logística tercerizada (3PL fulfillment) ha aumentado su valor y relevancia, y donde Tijuana se ha posicionado como un jugador principal para Estados Unidos.

Un 3PL fulfillment se refiere a la subcontratación de empresas de logística que soportan el e-commerce, dichas empresas administran e implementan la logística, la gestión de inventario, almacenamiento y entregas. Lo cual permite a los negocios de comercio electrónico abarcar más terreno, ya que el 3PL apoya con las herramientas e infraestructura para automatizar el cumplimiento de las entregas de los minoristas.



Un 3PL fulfillment se refiere a la subcontratación de empresas de logística que soportan el e-commerce, dichas empresas administran e implementan la logística, la gestión de inventario, almacenamiento y entregas.

La disposición del artículo 321 de la Ley Aduanal de Estados Unidos, facilitó la reducción de costos para empresas de *e-commerce* particularmente en los sectores de importación y exportación. Esta regulación es un tipo de entrada 'informal' que permite que una persona (individuo o empresa) en un día pueda importar hasta \$800 dólares en valor de venta a los Estados Unidos sin aranceles de importación. El valor de venta es el precio pagado directamente por la persona a la que se envían las mercancías.

Gracias a esta regulación empresas de *e-commerce* que venden primordialmente ropa y productos textiles fabricados en China y que tienen un alto arancel en Estados Unidos, han establecido *fulfillment centers* en la frontera de México con Estados Unidos, siendo el principal ganador Tijuana, ya que el programa de industria maquiladora de importación temporal permite tener la mercancía en México como consignatario y poderla enviar directamente al usuario final o comprador.

Las empresas de 3PL fulfillment generalmente pueden reducir significativamente el costo de cumplimiento y el servicio de valor agregado en comparación con las operaciones de cumplimiento internas o de 3PL en Estados Unidos. Según el 23rd Annual Third-Party Logistics Study, elaborado por entidades de renombre como Infosys Consulting, Penn State University, Penske Logistics y Korn Ferry, el 89% de las empresas que trabajan con un operador 3PL afirma que les ha ayudado a mejorar el servicio y satisfacer así a sus clientes finales.

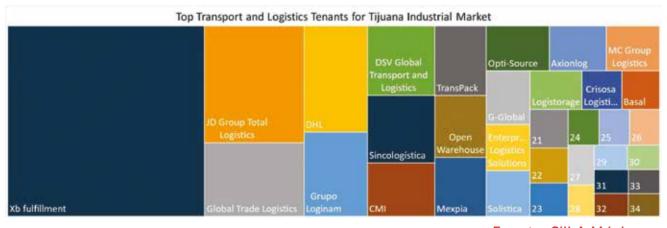
El mercado industrial de Tijuana es de 7,432,243 m², y el promedio de disponibilidad desde el 2017 ha sido inferior a 2.5%. Tijuana junto con la Ciudad de México y Guadalajara, son locaciones con tierra escasa y ante tanta demanda, los valores de compra de terrenos industriales se encuentran en altos históricos, oscilando entre los \$150 a \$175 dólares por metro cuadrado.

Las rentas más altas de espacios industriales para edificios Clase A se encuentran en Tijuana y Ciudad de México. El promedio de rentas para espacios industriales en el 2020 en Tijuana fue de \$5.81 USD por metro cuadrado por mes triple neto, en su momento, un récord para el Mercado Industrial de la ciudad. En el 1Q2021 el precio de referencia para la renta de nuevos edificios industriales Clase A es de \$6.13 – \$6.46 USD por m² por mes triple neto, un nuevo alto histórico.

A marzo del 2021, la demanda de espacios industriales se estima por encima de los 325,160 m² y alrededor de 185,806 m² se requieren para ocupación inmediata. La disponibilidad de espacios industriales en este momento es menor al 1 por ciento.

Además, el sector de Transporte y Logística aumentó su demanda de espacio industrial en Tijuana de una manera considerable en los últimos trimestres representando aproximadamente 35% de la absorción total durante 2020. Según el equipo de investigación de SiiLA México, el GLA promedio de las naves que ocupa este sector es de aproximadamente 10,000 m².

El sector de Transporte y
Logística aumentó su demanda de
espacio industrial en Tijuana de
una manera considerable en los
últimos trimestres representando
aproximadamente 35% de la
absorción total durante 2020.



Fuente: SiiLA México

La pandemia ha posicionado a Tijuana como uno de los mercados predilectos para los inversionistas nacionales e internacionales ya que es una de las ciudades que combina el crecimiento de los sectores industriales: electrónica, dispositivos médicos, muebles y *el e-commerce fulfillment*, por lo que se posicionó como un eslabón crítico para la eficacia en la cadena de suministro de Estados Unidos; además de ser un mercado industrial casi completamente dolarizado, por lo que no sorprende que la demanda de edificios industriales y las rentas de naves continúen en ascenso durante el resto del año.

Para obtener más información, visite: www.cushmanwakefield.com

dolores.melo@cushwake.com juancarlos.rodriguez@cushwake.com Rafael.Garcia@cushwake.com *Nota del editor:

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



Industria médica impulsa al Real Estate

Por: Sergio Mireles, director general de Datoz y Pamela Ventura, análisis y contenidos

a pandemia de Covid-19 provocó una crisis generalizada en la economía global, lo que afectó a diferentes industrias. En México los sectores declarados como no esenciales tuvieron un mayor impacto, tales como el automotriz, de construcción, comercio y las cadenas de suministro, por mencionar algunos. Sin embargo, este contexto también creó oportunidades para otros sectores como el médico, farmacéutico y hospitalario.

Estos sectores han sido los protagonistas para enfrentar a la pandemia, no sólo por la atención hospitalaria, también por dotar a la población en general de equipo para protección personal u otros dispositivos pensados para monitoreo y control de enfermedades crónicas, así como, para la producción y distribución de medicamentos.

Esta industria se ha adaptado al contexto global, pero aún tiene algunos desafíos por superar: mayor eficiencia y calidad en la producción de equipo médico y fármaco, así como, en el almacenaje adecuado. Y también mayor infraestructura hospitalaria.

En este sentido, empresas de dichos sectores han realizado inversiones para fortalecer sus procesos productivos, administrativos y comerciales. En consecuencia, el sector inmobiliario se ha visto beneficiado e, incluso, de la mano de estas industrias, su demanda se ha recuperado.

El sector inmobiliario se ha visto beneficiado e, incluso, de la mano de estas industrias, su demanda se ha recuperado.

Entre enero 2020 y abril 2021, las industrias médica y farmacéutica participaron del 4.4% de la absorción bruta total de los 21 mercados más importantes del país. Mientras que del 1Q2020 al 1Q2021, estos sectores, junto con el hospitalario, demandaron el 34.5% de la absorción total de los mercados de oficinas de Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.

Del 1Q2020 al 1Q2021, los sectores médico, farmacéutico y hospitalario, demandaron el 34.5% de la absorción total de los mercados de oficinas de Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.



Segmento industrial, el ganador con la consolidación del sector médico

México es el octavo país exportador de dispositivos y tecnología médica en el mundo, pero durante la primera mitad de 2020, el país escaló a la quinta posición como exportador de productos para combatir el Covid-19, reveló la Organización Mundial del Comercio (OMC).

La industria nacional exportó 6,259 millones de dólares de este tipo de productos en el primer semestre de 2020, un incremento interanual de 8.4%. Este aumento en la demanda de dispositivos médicos generó mayor

producción y distribución, por lo que empresas del sector han requerido de más espacios industriales para manufactura y logística durante el último año.

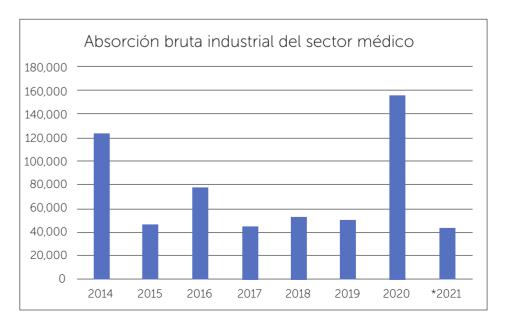
Durante 2020, las industrias médica y farmacéutica registraron una absorción bruta de 155,957 m² de área neta rentable (ANR), 211% superior al año previo. Además, esta cifra es la más alta para un año desde 2014, cuando fue de 123,615 m²; ya que, durante los últimos cinco años, el promedio en la demanda de espacios para estos sectores fue de 55,000 m².

Histórico de la demanda del sector médico

Industrial

Año	ABR		
2014	123,615		
2015	46,351		
2016	77,832		
2017	44,970		
2018	52,763		
2019	50,210		
2020	155,957		
*2021	43,405		
*A abril 2021			

** m²





El norte del país es la región en la que se han consolidado estas industrias, Tijuana, Ciudad Juárez y Nuevo Laredo encabezan la lista de los mercados con mayor concentración de empresas médicas y farmacéuticas. En 2020, Tijuana, que alberga 48 empresas del ramo, fue la ciudad con más absorción bruta de compañías del sector médico que establecieron por primera vez sus procesos productivos en la región y expansiones, al sumar 66,249 m².

La empresa estadounidense, Stryker especializada en la manufactura de equipo médico y quirúrgico realizó la transacción más importante en 2020, con el arrendamiento de 20,516 m² de un espacio industrial en Tijuana.

La empresa estadounidense, Stryker especializada en la manufactura de equipo médico y quirúrgico realizó la transacción más importante en 2020, con el arrendamiento de 20,516 m² de un espacio industrial en Tijuana.

Este dinamismo entre la industria médica y el segmento inmobiliario industrial continuará en 2021, ya que, de enero a abril de este año, estos sectores rentaron 43,405 m², un crecimiento de 124% en comparación con el mismo periodo de 2020.

En lo que va de 2021, Ciudad de México se ha sumado a Tijuana y Ciudad Juárez como los mercados más activos para estas industrias, principalmente por su vocación logística. Sin embargo, la transacción más grande se dio en Ciudad Juárez, que fue de 30,784 m² por parte de la compañía danesa Ambu. Cabe mencionar que, Ambu tiene presencia manufacturera en Malasia, China y Estados Unidos, pero con esta operación sumará a México.

En este sentido, la industria farmacéutica y de fabricación de equipo médico tiene un gran potencial para atraer nuevas inversiones al país, derivado de la firma del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), ya que el 33% de los suministros exportados tienen como destino Estados Unidos.

Sector salud, salvavidas del mercado de oficinas

El mercado inmobiliario de oficinas ha sido uno de los más afectados durante la pandemia, debido a que las medidas de sana distancia cerraron las puertas de casi todos los corporativos y fortaleció a la tendencia de home-office. Aun con el avance de la campaña de vacunación, algunas empresas han optado por continuar con el trabajo remoto o cambiar a modelos híbridos, pero otras ya regresaron a sus oficinas.

Esto ha reactivado lentamente al mercado de oficinas comparado con el ritmo de otros segmentos del Real Estate. Sin embargo, los sectores médico, farmacéutico y hospitalario han ayudado a que la demanda de oficinas se mantenga a través de dos opciones: renta tradicional de oficinas y reconversión de espacios de oficinas a usos hospitalarios y clínicas.

El 2020 fue un año anémico para la absorción bruta en las tres ciudades más importantes del país: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, al sumar 87,024 m² de área neta rentable (ANR) derivado de menores metrajes en las operaciones de renta y venta, por las nuevas formas de trabajo y cautela en inversiones. Con todo, empresas del sector salud rentaron 16,648 m², el 21.3% del ANR total; además, el total de estos espacios se ubican en Ciudad de México, que es el mercado corporativo más grande del país con inventario de 9.8 millones m².

Insurgentes, Santa Fe, Polanco y Reforma fueron los corredores que eligieron las empresas médicas y farmacéuticas. La transacción más importante fue de la farmacéutica española Sanofi-Aventis que rentó 7,595 m² en la Torre M en Mitikah de Fibra Uno.

Los espacios corporativos aún no recuperan sus cifras prepandemia, pero la reactivación es evidente, pues en el 1Q 2021 la absorción bruta en CDMX, Monterrey y Guadalajara alcanzó 61,821 m², de los cuales 34,732 m² fueron rentados por compañías de este sector, lo que representó una participación de 56.2%. Además, con esta absorción se superó en 88% a la demanda que la industria médica acumuló en 2020.

Insurgentes, Santa Fe, Polanco y Reforma fueron los corredores que eligieron las empresas médicas y farmacéuticas.

Oficinas

Año	ABR
2019	2,651
2020	16,648
*2021	34,732
*A abril 2021	
** m²	



De nuevo, Ciudad de México fue el mercado más dinámico y la operación más importante se llevó a cabo en una propiedad de Fibra Uno, en el edificio La Viga Torre A, la cual fue por 22,187 m² pero éste no será ocupado propiamente para oficinas, sino que fue reconvertido en un hospital

Cabe recordar que, Gonzalo Robina, CEO adjunto de la Fibra, ha afirmado en diferentes foros que el Fideicomiso de inversión en bienes raíces evalúa la reconversión de algunos inmuebles de oficinas para aprovechar el uso, luego del entorno por el que atraviesa el mercado.

Con todo, en Datoz estimamos que el sector médico, farmacéutico y hospitalario continúe con una demanda importante en los diferentes segmentos del Real Estate no sólo por el contexto pandémico, también para aprovechar los diferentes tratados comerciales del país y las necesidades de la población en general.







Por: Assad Industrial Real Estate

omo todos sabemos, el año 2020 fue un año totalmente atípico, debido a la pandemia y su inesperada duración.

Tenemos altas expectativas sobre la recuperación económica y debemos seguir trabajando para hacer de México un país atractivo para las inversiones.

México como todo el mundo, sufrió las consecuencias quetrajo la pandemia de Covid-19, sin embargo, factores como la entrada en vigor del T-MEC y la Presidencia de Joe Biden en USA, favorecieron que compañías, las cuales bajo las amenazas de Trump habían detenido sus proyectos en el país, retomaran la forma de generar nuevas inversiones.

Con la incertidumbre de la situación pandémica, las visitas por parte de estos inversionistas durante los primeros meses del 2020 fueron casi nulas, y a partir de la segunda mitad del año, bajo la nueva "normalidad", se retomaron estas actividades para concretar proyectos de expansión de empresas ya establecidas en México y atraer a aquellas que aún no están establecidas en el país.

El mercado del estado de Jalisco, especialmente en Guadalajara tiene gran potencial de crecimiento, diversificándose y atrayendo inversiones extranjeras para así consolidarse como un centro de referencia logístico a nivel nacional.

En Assad Industrial estamos satisfechos por lograr el objetivo, de sumar y contribuir con la instalación de nuevas empresas en el estado apoyando así a empresas locales y concluimos que fue un excelente cierre de cuatrimestre para el estado.

> ¡Que este Segundo cuatrimestre venga con más logros para todos!

> > María Fernanda Valencia Assad

1Q2021 PRIMER CUATRIMESTRE 2021 SECTOR INDUSTRIAL EN **GUADALA JARA Y ALREDEDORES** DEMANDA BRUTA 220 mil m² CIFRA NO REGISTRADA EN AL MENOS LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS **7APOPAN NORTE** CON ESTE EXCELENTE COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y LAS BAJAS TASAS DE VACANCIA, SE CONTINÚA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS DESARROLLOS INDUSTRIALES AAA

PANORAMA GENERAL

Para el primer cuatrimestre del presente año, el panorama Industrial en Jalisco se vió favorecido ya que se mantiene como una entidad atractiva para los inversionistas.

El crecimiento se debe principalmente a que el confinamiento ha orillado a los consumidores a adoptar el eCommerce como método de compra, por tanto, las empresas a fin de satisfacer los nuevos requerimientos de sus clientes, tienen la necesidad de consolidar nuevos centros logísticos y Jalisco se ubica como el principal Hub logístico gracias a su ubicación estratégica que conecta con gran parte del país.





Fuente: Assad Industrial/APIEJ



En lo que va del año, se reportó un incremento del 11% en el inventario de clase A con respecto del 1Q2020.

INVENTARIO INDUSTRIAL

CORREDOR INDUSTRIAL	INVENTARIO M²	DIPONIBILIDAD M²	TASA DE DISPONIBILIDAD %	PRECIO PROMEDIO DE RENTA (USD/M²/ MES)
El Salto	1′557,436.151	114,069	7.32	4.25
Antigüa Zona Industrial	129,069.46	15,930	12.34	4.74
López Mateos	568,568.47	43,278	7.61	4.5
Zapopan Norte	975,234	47,665	4.88	5.05
Periférico Sur	667,302	29,139.53	4.37	4.7
Circuito Sur	148,734.41	24,789	16.67	3.64
Total	4′046,344.49	274,871	8.8	4.48

Se espera que en México reciba inversión aproximada US\$26,243 millones de dólares. -Secretaría de Economía

Así mismo se proyecta que los estímulos fiscales en Estados Unidos aumenten la demanda de productos mexicanos y esto agilice el crecimiento de México.

En ese mismo sentido, Jalisco tiene un buen panorama para lo que resta del 2021 según la Secretaría de Desarrollo Económico, ya que llegarán empresas principalmente de China gracias a las características favorecedoras del estado.

Se proyecta que para este año la inversión concretamente en el sector industrial se vea beneficiado gracias a la demanda de empresas de eCommerce, logística y manufactura.

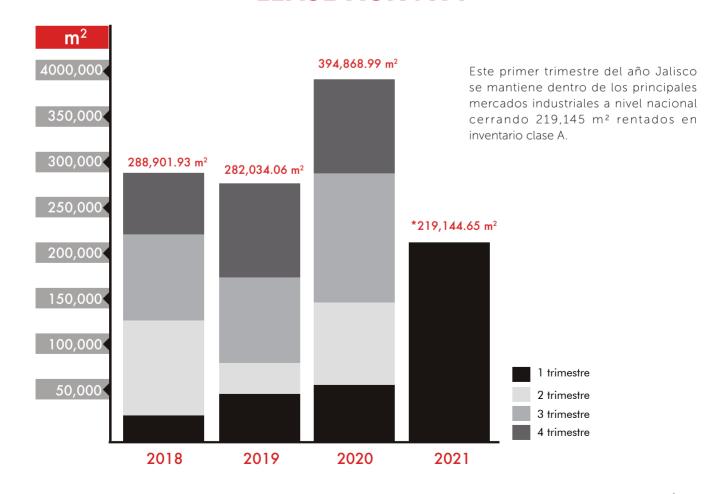


PRINCIPALES OPERACIONES

El corredor con mayor superficie disponible es El Salto demostrando ser el corredor con mayor demanda de la región.

PARQUE INDUSTRIAL	EDIFICIO	CORREDOR INDUSTRIAL	CLASE	M ²	COMPAÑÍA
Poniente Industrial Park	B5	Zapopan Norte	А	60,000	Betterware
PIT4	B8	El Salto	А	26,415	Hella Automotive México
Almer Logistics	B2A	Antigüa zona Industrial	А	12,000	Ingenio Azucarero
Alamo Bussines Park	B3, B4, B5	Periférico Sur	А	4143.85	Bioscents

LEASE ACTIVITY





E-COMMERCE Y LOGÍSTICA EN MÉXICO



"La pandemia del Covid-19 ha cambiado radicalmente la forma en la que vemos el mundo. Los ciudadanos están pensando, actuando y comprando diferente"

70%

EMPRESAS
CON
ESTRATEGIA
DE
MARKETING
DIGITAL
SOLIDA Y
AGRESIVA

46% DISMINUCIÓN

EMPRESAS
SIN
ESTRATEGIA
DE
MARKETING
DIGITAL
SOLIDA Y
AGRESIVA

El impacto que se ha tenido es profundo y tanto es así que los cambios tecnológicos y de consumo que se esperaban se produjeran en el futuro se han presentado en unos cuantos meses, lo que obliga a las empresas a tener que replantearse sus modelos de negocios.

Con muchas empresas rezagadas en el comercio electrónico, los consumidores abrieron sus bolsillos a todo tipo de empresas.

El nuevo comportamiento del consumidor expuso a los primeros ganadores y perdedores. Las PYMES necesitan el comercio electrónico para mantenerse vivas, indicador que se ve directamente reflejado en el Producto Interno Bruto (PIB), es por ello que toda empresa se deben de seguir aferrando a las tecnologías digitales para impulsar el crecimiento de su país.

DIGITAL FIRSTES AHORA

Los hábitos de compra adquiridos en el confinamiento, perdurarán más allá de la crisis. México superará los 18 MDD en ventas por eCommerce para el 2021

-Asociación Mexicana de Venta Online.

La coyuntura adelantó 2 o 3 años, en comparación con países desarrollados.

Latino América reporta crecimiento superior a 300% en operaciones de **eCommerce**

- Kantar

LOGÍSTICA FACTOR CLAVE EN ECOMMERCE

Debido al crecimiento del eCommerce, se han demandado exponencialmente nuevos espacios industriales en México, impulsando el crecimiento del mercado de bienes y raíces en los próximos años.

FALMACENAJE

En ese mismo sentido, los giros de empresa que demandarán más espacios industriales serán el manufacturero y logístico, puesto que este crecimiento se necesita mayor volumen de almacenaje.

LOGÍSTICA DF ÚLTIMA MILLA

Una área de oportunidad a la que se enfrenta el crecimiento del eCommerce es la logística de última milla, la cual se relaciona con los tiempos de entrega de producto, lo que los obliga a tener que adoptar nuevas tecnologías, según el Foro Forbes Conecta eCommerce.



EN LÍNEA





ENVÍO

ENTREGA

Jalisco se ubica como el principal Hub logístico del país gracias a su posición estratégica conectando a gran parte de los estados de la república impulsando el desarrollo económico y proyectos futuros, como la conclusión de la vía ferroviaria entre Encarnación de Díaz (Jalisco) y Aguascalientes, además de la inversión de 14,500 millones de pesos en la ampliación y remodelación del Aeropuerto Internacional de Guadalajara.

Para obtener más información, visite

www.assadindustrial.com

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



n los últimos tiempos, el sector inmobiliario industrial ha destacado por convertirse en uno de los principales centros de inversión en México, como resultado de su resiliencia y crecimiento ante los diversos confinamientos, que llevó a los segmentos de e-commerce, logística y distribución a aumentar exponencialmente sus números durante la primera mitad del año.

Ante dicho escenario positivo, Alveo Kapital, compañía desarrolladora de proyectos inmobiliarios industriales, colocó el pasado mes de marzo, la primera piedra para la construcción del parque industrial denominado Kampus Industrial Santa Rosa.

Hecho que se desenvuelve frente a una positiva y creciente demanda por dichos espacios; ya que al cierre del primer trimestre del 2021, la plataforma de información inmobiliaria Solili, indicaba que la demanda bruta en los mercados, superó los 1.2 millones de metros cuadrados (m²) a nivel nacional.

Destacando ciudades principales, entre ellas Guadalajara, metrópoli en la que Alveo Kapital desarrolla Kampus Industrial Santa Rosa, y donde se ubica la sede principal de la compañía. De acuerdo con Bruno Martínez, CEO de Alveo Kapital, el objetivo del proyecto es incrementar la infraestructura de espacios para empresas AAA nacionales e internacionales que busquen un espacio logístico o de industria ligera en el submercado del corredor de El Salto, Jalisco.

Región que sobresale por su buen comportamiento del mercado y bajas tasas de vacancia, que en conjunto con Zapopan Norte, reportaron un incremento en el inventario trimestral de 6.5% y 10% anual.

El objetivo del proyecto es incrementar la infraestructura de espacios industriales para empresas AAA nacionales e internacionales que busquen un espacio logístico o de industria ligera en el submercado del corredor industrial de El Salto.

KAMPUS INDUSTRIAL



Bruno Martínez, CEO de Alveo Kapital

Kampus Industrial Santa Rosa

Ubicado en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos sobre la carretera Chapala – Guadalajara a 1 KM del macro libramiento; Kampus Industrial contará con 90 mil m² de área rentable en un terreno de aproximadamente 28 hectáreas.

Superficie en la que se edificarán tres edificios industriales, el primero de ellos de 40 mil m² con la capacidad de contar con andenes cruzados; en tanto que los dos últimos serán de 27 mil m² con andenes frontales.

Asimismo, la compañía estimó una inversión de 50 millones de dólares, proveniente de dos inversionistas institucionales de Canadá, entre los que destacan ICM Asset Management establecido en la región de Calgary. Mientras que la otra parte provendrá del financiamiento del sistema financiero Mexicano.

Durante la ceremonia de colocación, a la que asistieron el Mtro. Ernesto Sánchez, Secretario de Desarrollo Económico del Estado de Jalisco; el Doctor Eduardo Cervantes Aguilar, Presidente Municipal de Ixtlahuacán de los Membrillos; Sergio Rios, Director de Atracción de Inversiones del Estado de Jalisco; Oscar Portillo, Asociado Senior de Inversiones de ICM Asset Management México y Bruno Martínez, CEO de Alveo Kapital, se indicó que el desarrollo es realizado gracias a las políticas públicas que permiten la atracción de inversión, lo que da certidumbre a este y otros proyectos.







Asimismo, Bruno Martínez, detalló que Kampus Industrial tiene la meta de cumplir cuatro objetivos primordiales, tanto para el desarrollador como para los inversionistas.

El primero de ellos se refiere a la operación eficiente y en armonía, pilar que podrá ser llevado a cabo mediante la instalación de infraestructura, equipamientos y servicios que garanticen la operación eficiente de las compañías y trabajadores que se encuentren laborando en el lugar.

La seguridad, es la segunda meta que el proyecto busca cumplir, la cual será a través del uso de tecnología que mantenga un monitoreo constante para minimizar el riesgo patrimonial, operativo, sanitario y de siniestros naturales. Mediante cámaras térmicas, reconocimiento facial con cubrebocas y áreas de sanitización, entre otras cosas.

Alveo Kapital busca que el parque cuente con un balance entre la operación eficiente y el mínimo uso de los insumos energéticos, naturales y constructivos, tomando como base los requerimientos de la Certificación LEED.

Como tercer objetivo, Alveo Kapital busca que el parque cuente con un balance entre la operación eficiente y el mínimo uso de los insumos energéticos, naturales y constructivos, tomando como base los requerimientos de la Certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design).

Para lograrlo, la compañía integrará, como parte de la infraestructura, una ciclovía dentro del parque con servicio gratuito de bicicletas, planta de tratamiento, equipamiento sanitario de ahorro en el consumo de agua, reducción en el riego a través de la inclusión de plantas endémicas de la región, entre otros.

Con respecto al cuarto y último objetivo, la meta es que el proyecto otorgue valor agregado a la región y a sus habitantes. Por lo que Kampus Industrial creará espacios de esparcimiento y programas sociales que impacten directamente en su contexto y comunidades aledañas.

Acciones con las que asume el compromiso de fortalecer el sentido de comunidad, no solo con la generación de empleos, sino también acercando servicios a la población de la zona.

Cabe destacar que Kampus Industrial Santa Rosa, estima generar alrededor de 500 empleos directos, tan solo durante la construcción, ya que en la operación, se prevé que empresas logísticas requieran entre 200 y 500 puestos de trabajo, mientras que compañías de industria ligera originen entre 500 a 1.000.

Entre los esfuerzos que se planean realizar en esta primera etapa dentro de las áreas de cesión municipal, destaca el desarrollo una estación de bomberos, áreas verdes que incluyen juegos recreativos para niños y una cancha de futbol soccer, así como una ciclovía pública para conectar con la colonia aledaña al proyecto.

De igual forma, como parte del programa de responsabilidad social, Alveo Kapital busca generar equidad e igualdad de género en la plantilla laboral, la cual pretende esté constituida en 50% mujeres y 50% hombres, tanto en áreas de administración como de mantenimiento.

En cuanto a las siguientes etapas, la desarrolladora tiene como objetivo fortalecer aún más las áreas de cesión, para la edificación de un centro de servicios básicos de salud y una guardería estatal.

Igualmente, Bruno Martínez, explicó que la meta en cinco años es convertirse en el desarrollador institucional industrial que represente al Estado de Jalisco. "Actualmente, no se ve un jugador en el mercado como desarrollador institucional que represente y ponga el nombre en alto de Jalisco", finalizó.



YOUR RELIABLE PARTNER IN MEXICO



We are a leading company in the **leasing, operation** and **acquisition** of industrial projects in Mexico

Consult our availability: Mexico City · Monterrey · Guadalajara · Queretaro · Guanajuato









EL PROYECTO DE INVERSIÓN MÁS IMPORTANTE EN MATERIA LOGÍSTICA Y COMERCIAL EN LA RIVIERA MAYA

Por: Rubi Tapia Ramírez rubi.tapia@inmobiliare.com





entral de Playa, es una central de abastos logística y comercial, que cuenta con una superficie de 200 mil m² (20 hectáreas) ubicada en Playa del Carmen, Quintana Roo. Su idea nace a finales del año 2017 debido a la alta demanda de espacios de almacenamiento, distribución y movilidad de empresas Pyme en la zona. Para iniciar su desarrollo, las autoridades municipales expresaron al ahora Director Comercial del proyecto, Wilberth Gutiérrez Álvarez, el interés y la necesidad por encontrar inversionistas para llevar a cabo un proyecto de tal magnitud, dando, así, con Lanterra Inmuebles.

El siguiente paso era realizar la búsqueda y compra de un terreno que pudiera ser base de "Central de Abastos". Después de una cuidadosa búsqueda, se hizo entrega de las escrituras del predio elegido, dando inicio al tercer paso: estudios de mercado, mecánica, factibilidad, suelo, entre otros.

"Lo primero que se hizo fue un estudio de mercado, el cual fue favorable; sin embargo, salió tan positivo que los mismos desarrolladores dudaron del resultado y contrataron a otra empresa para que volviera a hacer la recolección y análisis de datos, la cual no solamente ratificó los resultados preliminares, sino que, además, fue más contundente, al grado de que Lanterra llegó a considerar la posibilidad de que el proyecto fuera únicamente patrimonial y no se vendiera"; esto fue relatado durante una entrevista para Inmobiliare por el Director Comercial en Playa del Carmen, Wilberth Gutiérrez Álvarez.

Central de Playa cuenta con una superficie de 200 mil m² ubicado en Playa del Carmen, Quintana Roo.

Al día de hoy, los desarrolladores e inversionistas han contemplado conservar entre el 20% y 30% del proyecto, mientras que el restante será comercializado; lo anterior debido a que todos los participantes están convencidos de la bondad, nobleza y los rendimientos que ofrece Central de Playa.

"Es un proyecto en el que hemos trabajado desde su concepción hasta la adquisición de tierra y permisos; ha sido un desarrollo extremadamente cuidado en todos los aspectos. Desde un inicio, se pensó hacer todo bien; se decidió que, si íbamos a hacer algo de esta naturaleza, tenía que ser lo mejor del país, y por esta razón contratamos a la empresa norteamericana Ware Malcomb, que fue la encargada del diseño arquitectónico".

Lo mismo sucedió con el tema comercial, donde decidieron contratar a las mejores empresas comercializadoras, y con la constructora no fue la excepción; así mismo ha ocurrido con cada una de las diferentes áreas que se han visto involucradas dentro del proyecto, lo que ha generado que, en Central de Playa, se cuiden todos los aspectos de sustentabilidad ecológica, medio ambiente, así como de los recursos que se utilicen.



"Esto ha dado como resultado que sea un desarrollo muy bien pensado, diseñado y estructurado; las personas que lo han conocido, sin excepción alguna, nos han dicho que no existe algo similar, ni en el estado ni en toda la zona sureste de México. Central de Playa está planeado para que no caiga en la obsolescencia por lo menos en los próximos 50 años o más".

Los anteriores elementos son los que distinguen y hacen de Central de Abastos y Centro Logístico Playa del Carmen un proyecto único, porque, además, tiene un impacto social y económico.

Se generarán más de 3 mil empleos directos a lo largo del proceso de obra, y, cuando esté en operación, se prevén alrededor de 900 empleos directos. Es por este motivo que se trata del proyecto más importante de inversión privada en todo el estado de Quintana Roo en materia logística y comercial.

"Quintana Roo es un estado que se caracteriza por sus inversiones turísticas, grandes hoteles, y proyectos eco turísticos; sin embargo, carece de la infraestructura necesaria y suficiente en materia de logística y comercial. Por esta razón, Central de Playa se diferencia de cualquier otro que tengamos en la zona".

Al día de hoy, Central de Playa cuenta con solicitudes de empresas, abarroteras, distintas productoras, paqueterías, entre otras empresas, que pretenden poner sus centros de distribución en sus espacios.

Además, el proyecto contará con un mercado (**Central Market**) que tendrá un banco, dos áreas de comidas, áreas de juegos

infantiles, farmacia, laboratorios clínicos, área de mensajería, business center y oficinas corporativas. "En realidad, vamos a tener diversos servicios, giros y negocios que permitirá a los usuarios y clientes satisfacer la totalidad de sus necesidades".

Estrategia de localización

Central de Playa está ubicado en el corazón de la Riviera Maya en Playa del Carmen, ya que está entre Cancún y Tulum, por lo que este eslogan no solo se queda en una frase que muchas veces se encuentra en temas turísticos y suena romántico.

"Sí estamos en el corazón porque Playa del Carmen se localiza a la mitad entre Cancún y Tulum; hay que entender que el corredor de la Riviera Maya es el corredor que comprende Cancún a Tulum que son 120 km, y Playa del Carmen está en el km 66, por lo que estamos a instantes de Tulum y Cancún".

Además, el Director Comercial informó que, al encontrarse cerca de Tulum y Cancún, tanto tiempos de traslado como los consumos de combustible son menores para las empresas. "Tener Centros de Distribución en este punto disminuirá los costos de transporte y de distribución de las empresas que aquí se puedan establecer".





| Fases del proyecto

El proyecto concluido constará de 195 bodegas, y más de 100 locales comerciales dentro de un mercado.

La construcción de la primera fase se iniciará con el carril de desaceleración y las primeras bodegas, mismas que se planean entregar el primer semestre del año 2022; la segunda fase, iniciará antes de concluir el siguiente año.

Actualmente, se ha vendido cerca del 35% de las bodegas disponibles en la primera etapa, y cerca del 45% de los locales de Central Market. Así, una vez que alcancen de un 85% a un 90%, se liberará la comercialización de la segunda fase, para mantener una alta disponibilidad de espacios para las empresas, según estima Erick Casas Juárez.

Central de playa está ubicado en el corazón de la Riviera Maya en Playa del Carmen.

"Las etapas posteriores se planean desarrollar durante el año 2022, con la expectativa que, para finales de ese año, se haya comercializado hasta un 70% de las bodegas disponibles. "En realidad llevamos muy buen ritmo de todos los espacios y consideramos que podemos mantenerlo en la medida en que las condiciones económicas del país y la zona lo permitan".

Bodegas Cross-Dock de 567.6 m² y una altura de 9.3 m.

- Andén elevado amplio.
- Estructura de concreto.
- Capacidad de carga del firme de 4,000 kg/m
- Muros perimetrales de block.
- Muros divisorios mixtos (block y lámina).
- Techo de lámina con aislamiento térmico.

Bodegas convencionales desde 283.8 m²

- Andén elevado amplio.
- Estructura de concreto.
- Servicios a pie de bodega (agua, electricidad).
- Capacidad de carga del firme de 4,000 kg/m².
- Rampa niveladora mecánica.
- Muros perimetrales de block.
- Muros divisorios mixtos (block y lámina).
- Techo de lámina con aislamiento térmico.
- Fibra óptica al pie de bodega.

En Central Market hay locales desde 13.60 m² y una altura de 3.5 m.

- Muros perimetrales de block de 15 cm.
- Techo de vigueta y bovedilla.
- Sobretecho de 5 m de altura
- Agua/drenaje a pie de local
- Fibra óptica
- Conexión a gas en locales de área de comidas.
- Base para medidor en concentrador de edificio.
- Cortina metálica.





Proyecto sostenible e inteligente desde su construcción

El Ingeniero Erick Casas Juárez, Director del proyecto, comenta que Central de Playa se encuentra en proceso de Certificación LEED® (Leadership in Energy and Environment Design), para ofrecer, así, la certeza de ser un desarrollo bajo los estándares más altos de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente a nivel internacional.

El proyecto se encuentra en proceso de **Certificación LEED**®.

Esto los ha llevado a utilizar materiales locales y ecológicos como el concreto ecológico permeable en estacionamientos, el cual permite y garantiza que la lluvia o el agua permee al subsuelo, garantizando y cumpliendo con todas las normas ambientales.

Contará con cosecha de agua, ya que los techos están preparados para que de alguna manera se pueda captar mayor cantidad de flujo de agua y ésta pueda ir al subsuelo.

Además, el proyecto contará con su propia planta de tratamiento de aguas negras y de residuos orgánicos, que

disminuirán la cantidad de depósitos finales de basura; se reciclarán los materiales susceptibles a venta, enviando solo aquello que no pueda ser procesado al predio municipal.

Esto deja en claro que Lanterra Inmuebles se interesa por el cuidado del medio ambiente, y que demuestra una preocupación genuina por atender temas relacionados con la ecología, para ofrecer, así, un proyecto de calidad y excelencia.

Así mismo, existe pleno entendimiento en que las comunicaciones son fundamentales en la vida diaria, y se ha decidido que Central de Playa esté equipada con una buena calidad y alta velocidad de internet, por lo que instalarán un sistema de fibra óptica.

La seguridad será tangible y de garantía para los negocios, siendo llevada a cabo por cámaras CCTV, control de acceso, y personas encargadas y especializadas en el área.

"Sí tendremos presencia física de algunos vigilantes, pero, más que tener un ejército, estaremos utilizando lo más moderno en tecnología y cámaras de seguridad para dar certeza a todos los usuarios y visitantes". El proyecto contará con una barda perimetral con cámaras de seguridad interna de circuito cerrado de televisión.





Precios de compra

Central de Playa cuenta con precios competitivos que abarcan infraestructura moderna, servicios y amenidades, empezando desde los 12 mil 500 pesos por m² en el tema de las Bodegas Convencionales; y un precio de salida que va desde los 40 mil pesos por m² para los locales de Central Market.

"Los precios son especiales de preventa, realmente no estamos manejando descuentos adicionales que va ofrecemos; los costos van subiendo conforme se va avanzando la obra y la comercialización".

Central de Playa estará equipada con una buena calidad y alta velocidad de internet

Lanterra cuenta con facilidades de pago a través de dos esquemas. El primero consiste en pagar un 20% como enganche, mientras el 60% se divide en 12 meses, y el restante 20% contra entrega y/o escrituración de la bodega o local, considerándose como un pago de contado. "El precio dado es equivalente a un pago de contado, con la ventaja de ser diferido a lo largo del tiempo; si el esquema no resulta, debido a los ingresos o flujos, se cuenta con un segundo modelo".

El segundo consiste en pagar un enganche del 30%, dividiendo un 70% en 24 meses. En este caso, aplica una tasa de interés del 15% anual sobre saldos insolutos, no hay comisión por apertura, ni comisión por pago anticipado. "Este financiamiento se da por el mismo desarrollador del proyecto, con los primeros seis meses sin cobro de intereses como introducción". Y por promoción los primeros seis meses en este esquema los intereses van por cuenta de la desarrolladora.

Lanterra Inmuebles

Lanterra Inmuebles es una empresa mexicana dedicada a desarrollar proyectos inmobiliarios integrales y de excelencia, explorando distintas áreas tanto comercial como residencial. A través de su trabajo, logran un éxito sustentados en la correcta integración de personas, procesos y tecnología, entregando proyectos vanguardistas que procuran un óptimo desarrollo humano, y que van en sintonía con las necesidades de sus clientes. [•]



El sector turístico es uno de los pilares económicos de México, por lo que es esencial su pronta recuperación

a pandemia por Covid-19 ha representado un reto sin precedentes a todas las industrias económicas, aunque, según su naturaleza, ha impactado de diferentes maneras a cada una de ellas. Así, mientras sectores como el comercio electrónico y las plataformas digitales están viviendo un 'boom' inusitado, los sectores que dependen de la interacción humana presencial han sido los más afectados. Este es el caso del subsector de las rentas vacacionales, el cual fue quizá el más afectado del mercado inmobiliario en todo el mundo, llevando a muchas personas y empresas a contraer problemas económicos.

Con la pronta llegada de varias vacunas, logradas gracias a los avances tecnológicos de nuestros tiempos, la confianza en los viajeros vuelve paulatinamente y se observa una lenta pero segura recuperación en el sector.

No obstante, los arrendadores e inversionistas de rentas vacacionales deberán adoptar nuevos esquemas, tanto para la promoción turística como para el tipo de experiencias que ofrecen, pues una peculiaridad del virus SARS-CoV-2 es su alta propensión a la mutación.

El portal inmobiliario Vivanuncios te trae un repaso de cómo impactó la pandemia a este subsector en México y de las alternativas que existen para continuar una recuperación que ya ha comenzado.

Desde 1993, el sector turístico en México ha aportado entre el 5.6 y 6% del total de puestos de trabajo en el país, considerando aquí también a los arrendadores de estancias temporales vacacionales.

Aportación del turismo en México

El sector turístico, donde se incluyen las rentas de departamentos y casas vacacionales, siempre ha sido uno de los principales motores en la aportación a la economía del país. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en 2019 este aportó el 8.7% del Producto Interno Bruto nacional, lo que representó un incremento de 0.5% respecto a 2018. De forma similar, se destaca que, desde 1993, el sector turístico en México ha aportado entre el 5.6 y 6% del total de puestos de trabajo en el país, considerando aquí también a los arrendadores de estancias temporales vacacionales.

Asimismo, es de destacar que del 100% de los ingresos producidos por los turistas que llegan al país, 29.2% corresponde a actividades de alojamiento, lo cual lo convierte en el subsector más importante del turismo.

Es por ello que la pronta recuperación de estas actividades será pieza fundamental para recobrar la fortaleza histórica de las rentas turísticas en México.

Impacto de la pandemia por Covid en 2020

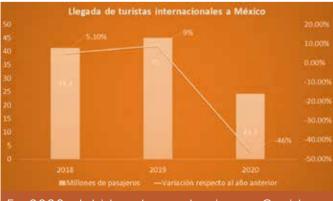
La llegada de la pandemia impactó profundamente al turismo, va que la principal medida para evitar la propagación de los contagios fue la restricción inmediata de la movilidad. De esta forma, los arrendadores de inmuebles vacacionales se vieron privados de su principal generador de ingresos. En todo el mundo se emitieron prohibiciones de viajes internacionales, se cancelaron miles de vuelos y cientos de cruceros.

Esto se reflejó en la llegada de turistas internacionales al país, uno de los principales consumidores de las rentas vacacionales en México así como en los ingresos derivados de este subsector. De acuerdo con datos oficiales de la Secretaría de Turismo, la llegada de turistas internacionales al país iba en ascenso, pues mientras en 2014 llegaron 29.3 millones, para 2019 ese número había ascendido a 45 millones, es decir, un incremento de casi 15 millones en siete años. De igual forma, cada año se había presentado un incremento en el porcentaje de llegadas internacionales.

Sin embargo, para 2020 el número bajó drásticamente, presentando una caída de 46% respecto a 2019, pasando de 45 millones a 24.3, es decir, una reducción de casi 21 millones de viajeros.

El último trimestre de 2020, los viajeros internacionales incrementaron al menos dos millones por mes, alcanzando su número más alto en diciembre, cuando se recibieron a 2.6 millones de visitantes internacionales.

De forma paralela, la derrama económica proveniente del turismo internacional disminuyó incluso más que la llegada de turistas. Los ingresos por este rubro presentaron un decremento de 55.1% en 2020 respecto a 2019, es decir, más de 13.5 mil millones de dólares.



En 2020, debido a la pandemia por Covid, se suscitó un descenso dramático en la llegada de turistas internacionales. Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo.



La pandemia por Covid ocasionó en 2020 una pérdida de más de 13 mil millones de dólares por la llegada de turistas internacionales al país. Secretaría de Turismo.



Comienzo de la recuperación

La recuperación en el sector del arrendamiento turístico se dará poco a poco, debido a que aún existe desconfianza por parte de los viajeros respecto a las aglomeraciones en los medios de transporte como aviones y en los puntos de visita turística. Sin embargo, este proceso paulatino de recuperación comenzó el año pasado, lo cual es una gran noticia.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo, los peores meses para la llegada de turistas internacionales fueron entre abril y junio de 2020, los inmediatos a la declaración de emergencia sanitaria. En estos se recibieron por mes únicamente entre 800 mil y 1 millón de viajeros de otros países. No obstante, para el tercer trimestre, es decir, entre agosto y octubre, el número incrementó a entre 1.4 y 1.8 millones mensuales y finalmente, el último trimestre de 2020, los viajeros

internacionales incrementaron al menos dos millones por mes, alcanzando su número más alto en diciembre, cuando se recibieron a 2.6 millones de visitantes internacionales.

Estos números aún están muy por debajo de los meses previos a la pandemia, pues de acuerdo con los reportes turísticos, entre enero y febrero de 2021 se recibieron 3.5 millones de turistas foráneos, a diferencia de los 7.6 millones del mismo periodo de 2020, es decir, aún hay una diferencia negativa de 4.1 millones de visitantes, lo que representa un déficit de 53.6 por ciento.

Aunque es aún lenta, la esperanza de recuperación del sector de rentas vacacionales se finca en el gran avance de la vacunación en los países norteamericanos y europeos.

Los retos a enfrentar en la era post-Covid

Aún después de haber sido vacunados, muchas personas tendrán sus reservas en cuanto a realizar viajes, por lo cual la oferta turística de las casas y departamentos vacacionales debe ampliarse para ofrecer nuevas experiencias que no involucren grandes aglomeraciones.

Por ejemplo, el turismo cultural y el ecoturismo pueden ser grandes alternativas al turismo tradicional de playa y al entretenimiento tradicional como clubes nocturnos, conciertos y visitas a plazas comerciales.

De forma similar, las casas vacacionales pueden aprovechar su ventaja competitiva de hospedar a grupos pequeños y privados de personas, a diferencia de los hoteles, donde las habitaciones son utilizadas por varios viajeros en un periodo corto de tiempo.

Y ambos, tanto hoteles como inmuebles turísticos deberán invertir más en adquirir productos y crear e implementar protocolos de sanitización para otorgarle a sus huéspedes una mayor sensación de seguridad. De igual forma, podrían considerar la posibilidad de añadir módulos médicos y de detección de síntomas de Covid mediante pruebas rápidas.

La adaptación será fundamental en los próximos años para que el sector de rentas vacacionales pueda sobreponerse. La naturaleza del ser humano es mantenerse en movimiento y viajar constantemente, por lo que los actores de este sector deben estar conscientes de que no desaparecerá, pero que deben adaptarse a las nuevas condiciones para mantenerlo a flote.



La adaptación será fundamental en los próximos años para que el sector de rentas vacacionales pueda sobreponerse.

¿Cómo deben adaptarse los hoteles y rentas vacacionales a la Nueva Normalidad?

Es cierto que se está dando la recuperación poco a poco, sin embargo, no todo volverá a ser igual. La pandemia provocará que muchas cosas establecidas en el status quo pre-Covid desaparezcan y sean reemplazadas por otras.

Estos son algunos de los cambios que se vislumbran:

- •Promoción turística digital: con las medidas de confinamiento, muchos viajeros han tenido que resguardarse en su lugar de origen, sin embargo, no han renunciado a la idea de salir de viaje. En esta época de inmersión digital, es cada vez más fácil y accesible anunciarse en buscadores de internet y en redes sociales. Estas tienen alcance mundial, por lo que la clave para el éxito de las agencias de viajes, hoteles y arrendadores de inmuebles vacacionales en la era post-Covid será un uso eficiente de los anuncios pagados en línea. Con una adecuada segmentación y una correcta estrategia de promoción, serán capaces de acaparar a las personas que se encuentren más dispuestas a consumir viajes y paquetes vacacionales.
- •Plataformas de pago: deberán hacer cada vez y más eficiente uso de las plataformas de pago en línea. En la actualidad existen muchas cuya seguridad en las transacciones está comprobada, por lo que deberán utilizarse como medio principal de pago, y ya no como complemento, como muy probablemente lo hacían antes de la llegada de la pandemia.

•Servicio al cliente: la clave del servicio al cliente en línea es la sensación de inmediatez. Es por ello que los hoteles, agencias de viajes y arrendadores de propiedades vacacionales deberán hacer cada vez mayor uso de sistemas de chat automático, emails transaccionales y otras herramientas para ofrecer a los usuarios que interactúen con ellos esa sensación de atención inmediata que necesitan.

El sector turístico es uno de los pilares del sector terciario en México, pues de este se derivan actividades como servicios de alojamiento, comidas y bebidas, entretenimiento y comercio, el cual otorga empleo a gran cantidad de personas en el país, incluyendo a propietarios de inmuebles vacacionales. Es por ello que su recuperación es fundamental.

El regreso a las actividades de esta industria será paulatino y traerá consigo diversas modificaciones a las que los prestadores de estos servicios deberán adaptarse para mantenerse vigentes.

El 2021 se vislumbra como el año del comienzo de la reactivación económica después del derrumbe que trajo consigo la pandemia, y en el sector de las rentas de vacaciones hay razones para creer en una sólida recuperación.

Para obtener más información, visite: www.vivanuncios.com.mx

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

^{*}Nota del editor:





Destinos turísticos descentralizan la vivienda

Por: Yave

Los acontecimientos mundiales en el último año y medio han cambiado la visión de muchas personas sobre la adquisición de una vivienda en ciudades donde podrían realizar este tipo de iniciativas. Se ha vivido un periodo complicado, sin embargo, es un hecho que estamos viendo la luz al final del túnel.

Ante las condiciones sanitarias que experimentamos, los hábitos de vivienda fueron evolucionando, no solo en la renta de inmuebles, también para la adquisición de uno; independientemente si se cuentan con los recursos necesarios o requieras de un financiamiento para ejercer esta acción.

Las necesidades familiares o personales cambiaron drásticamente, desde el espacio requerido para ejercer el teletrabajo, y que se complemente de buena forma con el hogar, evitando invadir una habitación para cumplir con las responsabilidades laborales; hasta el hartazgo que predomina en muchos mexicanos luego de permanecer más de un año en confinamiento y sin las dimensiones o amenidades adecuadas para sobrellevar la situación.

Invertir en el sector de bienes raíces fuera de la CDMX y área conurbada es un fenómeno que trajo consigo el confinamiento, sobre todo se vio un auge en las búsquedas de destinos turísticos como Morelos y Guanajuato, además de ciudades que paulatinamente se iban consolidando en oferta y demanda de vivienda como Mérida, Puebla, Querétaro, Nuevo León, entre otras.

Invertir en el sector de bienes raíces fuera de la CDMX y área conurbada es un fenómeno que trajo consigo el confinamiento, sobre todo se vio un auge en las búsquedas de destinos turísticos como Morelos y Guanajuato.

Uno de los principales motivos de esta acción fue el trabajo remoto y flexibilidad laboral. Al permanecer más de un año en casa sin oportunidad de continuar con la rutina diaria de casa-trabajo y viceversa, los capitalinos emprendieron la búsqueda de un nuevo hogar, con mayores dimensiones, amenidades y alejado de la abrumante cotidianeidad que se acostumbra en la capital.

Al permanecer más de un año en casa sin oportunidad de continuar con la rutina diaria de casa-trabajo y viceversa, los capitalinos emprendieron la búsqueda de un nuevo hogar, con mayores dimensiones y amenidades.

Los destinos turísticos ahora se han convertido en primera o segunda residencia, despertando un gran interés entre todos aquellos que tienen la intención de adquirir un inmueble y que por distintos factores no lo han concretado.

Podríamos analizarlo de diferentes maneras; primero la necesidad que se tiene de contar con un lugar que cumpla mejor los requerimientos y con diferentes características al que se tiene en la capital del país; segundo, como inversión, al finalizar toda la coyuntura sanitaria, podría "pagarse sola" si se pone en renta el lugar a corto plazo pensando en el próximo boom que tendrá la industria turística.

Existe un tercer factor a considerar; la pandemia y nuevos hábitos laborales, podrían desencadenar una descentralización de vivienda, es decir, al contar con esquemas de trabajo mixtos e incluso permanentes en home office, abre la posibilidad de comprar en cualquier parte de México sin tener que estar en la oficina de manera presencial; por ejemplo, en Yave.mx además de la CDMX y Edo. México, en las entidades donde más otorgamos créditos para la adquisición de un inmueble o los usuarios muestran más inclinación son Querétaro, Jalisco y Nuevo León.

Si nos enfocamos en entidades como Morelos, Quintana Roo, Yucatán, Guerrero, Baja California Sur/Norte, Guanajuato y Nayarit, es hablar de destinos altamente turísticos y en la situación actual, es una gran oportunidad para tener una segunda residencia o bien migrar a otro estado buscando aumentar la calidad de vida y hasta mejorar las finanzas personales.















El costo de adquisición de una vivienda en dichas latitudes podría resultar el mismo que en la CDMX, sin embargo, podrías aumentar el metraje y otras amenidades con el mismo presupuesto. Es decir, el monto promedio otorgado en Yave para la adquisición de un inmueble en la CDMX es de 3.8 mdp aproximadamente, con ese presupuesto sin problema se podría duplicar el metraje, e incluso triplicar, si se decide emprender el éxodo de la capital.

En el mercado existen varias alternativas de financiamiento, sin embargo, los trámites, papeleo, visitas a sucursal y demás factores complican de sobremanera el anhelo de muchas personas o inquietud de vivir en otra entidad. Invertir para adquirir una vivienda en un destino turístico es una apuesta que desde nuestra perspectiva es una decisión acertada, si se pone en la balanza el precio de adquisición, dimensiones del hogar y calidad de vida, te sorprenderá el costo/beneficio de comenzar con una iniciativa de este tipo.

Tenemos que recordar que la disponibilidad de hogares en la capital del país es menor a las viviendas que se demandan día con día, lo que ocasiona un encarecimiento debido a la oferta y demanda. A falta de tierra disponible, los desarrolladores optan por construir vivienda en vertical maximizando espacios, esto; en ocasiones no cumple con las necesidades de algunos sectores de la población y este nicho opta por otras alternativas que se adecuen de mejor manera a su vida cotidiana.

Por otro lado; encontramos una nueva diversidad de conceptos y desarrollos habitacionales, como Usos Mixtos, Micro Departamentos, Coliving, y muchos más que poco a poco nos alcanzan, segmentando de mejor manera y construyendo la vivienda adecuada para cada tipo de público.

Durante el último año y medio la industria no solo ha experimentado un altibajo en su operación, si bien se disminuyeron un poco los créditos otorgados, el monto promedio de los que se colocaron fue mayor a lo que se tenía previsto. Además de este fenómeno que se originó por las tasas de interés en mínimos históricos; también el crédito para construcción tomó fuerza, siendo ciudades altamente desarrolladas en materia de vivienda y cercanas a la CDMX como Querétaro, Puebla, Morelos, Hidalgo, entre otras, en las que más se ha aprovechado este producto.

Además de las opciones de financiamiento que encontramos en el mercado como Infonavit, Cofinavit, préstamos bancarios; también la tecnología abre la puerta a nuevas alternativas, esto representa una gran oportunidad para obtener recursos en menos tiempo y más eficientes, contando con los mismos e incluso mejores beneficios que la banca tradicional, la gran ventaja que tienen dichas compañías tecnológicas es la atención y servicio al cliente, al ser menos burocráticos que las instituciones de antaño, la efectividad, maleabilidad y flexibilidad en los procesos y requisitos las convierten en entes sin complicaciones y con gran capacidad operativa.

La tecnología abre la puerta a nuevas alternativas, esto representa una gran oportunidad para obtener recursos en menos tiempo y más eficientes, contando con los mismos e incluso mejores beneficios que la banca tradicional.

Otra opción en el mercado y que próximamente estará operando en Yave.mx, es el *upgrade* de vivienda. Por lo regular si un propietario de un inmueble necesitaba o deseaba cambiar de casa tenía que poner a la venta el actual, esperar a que se concretara la operación y así hacerse de un nuevo hogar.

Hemos decidido invertir el orden de los factores en pro de todos aquellos que sufren este tema. Ahora es más fácil, primero te brindamos los recursos para la adquisición de tu nueva propiedad y después te enfocas en la venta del viejo.

En conclusión; estaremos experimentando un crecimiento constante en diversas ciudades del país, sobre todo en los destinos turísticos, ya sea por inversión o adquisición de primera o segunda residencia. Una de las ventajas que trajo este mal, llamado Covid-19, fue la aceptación social con un alto grado de responsabilidad personal y empresarial del home office, esto en combinación con la accesibilidad a un financiamiento con buenas tasas y montos, es la palanca perfecta para iniciar una descentralización de vivienda en México.

Para obtener más información, visite: www.yave.mx

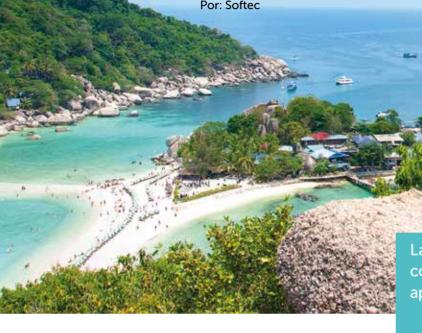
*Nota del editor:

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









La base de datos DIME de Softec cuenta con aproximadamente 739 proyectos que aportan 38,216 viviendas al mercado para el cierre del primer trimestre de 2021.

lo largo del tiempo, México se ha convertido en un destino turístico importante a nivel internacional por contar con diferentes sitios, servicios y paisajes.

Durante el 2020 se vivió una de las desaceleraciones más importantes en el sector turístico a nivel mundial y por ende en la República Mexicana. Al iniciar el proceso de planeación de medidas de salud y confinamiento se proyectaba contar con una de las caídas económicas y turísticas más importantes, sin embargo, las cifras proporcionadas por la Secretaría de Turismo proporcionan datos a la baja pero no nula, generando únicamente una contracción del 46% en la derrama económica y del 77% en la densidad de visitas, alcanzando 60 millones de turistas durante el 2020.

En diferentes artículos proporcionados por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) y del Barómetro del Turismo Mundial de la Organización Mundial de Turismo (OMT), se muestra que la caída del sector turístico en el país ha sido de las menores a nivel mundial, diversas fuentes mencionan que parte de esto ha sido por la flexibilidad en las barreras de ingreso a nuestro país por el sector salud durante la pandemia.

Los principales lugares de procedencia de los turistas en México son de Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá.

La dinámica de desarrollo habitacional en la base de datos DIME de Softec cuenta con aproximadamente 739 proyectos que aportan 38,216 viviendas al mercado para el cierre del primer trimestre de 2021. Se estima que al mes las ventas son de aproximadamente 860 unidades, tamaño de mercado que se dio a la baja conforme al año anterior en el mismo periodo (1Q20) con un total de 1,020 ventas.

En el sector habitacional vacacional se ha observado una tendencia en crecimiento en ventas durante el periodo 2015 a 2019, siendo este último año en el que alcanzaron mayor número de ventas mensuales a nivel nacional. En 2020, (periodo de confinamiento por pandemia) se observa una pequeña desaceleración, este comportamiento a la baja proviene desde finales del 2019, sin embargo, se observa que los proyectos van a la alta, reportando en el tercer trimestre el mayor número con una vocación turística alcanzando 823 desarrollos vigentes comercializando vivienda nueva terminada.

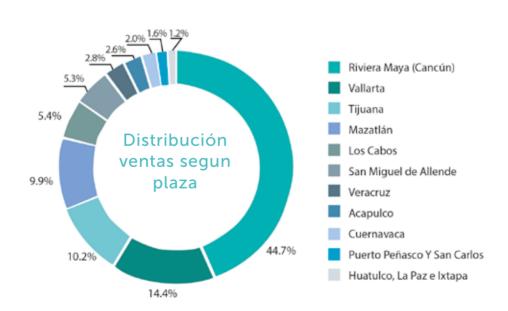
La baja que se observa en las ventas durante el 2020 no logra alcanzar ni el 13% respecto al año anterior, lo que nos permite deducir que el impacto ha sido mínimo en el sector, sin embargo si lo ha alterado.





Durante el proceso de la pandemia por Covid-19, se han generado un sin fin de especulaciones de la situación en México y en el mundo, producto de la incertidumbre que se ha vivido por más de un año. Claramente se logra observar que por datos obtenidos por diferentes medios oficiales y gracias al levantamiento que ha tenido en Softec trimestralmente en las principales 41 plazas del país, se puede inferir que ha existido una desaceleración en venta y crecimiento, pero esto no ha repercutido a nivel exponencial en el sector turístico.

Considerando el avance en el proceso de vacunación, baja en contagios y medidas preventivas de salud, se estima que en los próximos dos años la recuperación en los destinos más consolidados como lo son Riviera Maya (Cancún plaza DIME), Vallarta, Tijuana, Mazatlán y Los Cabos, puede ser más rápida alcanzando ritmos de absorción a los períodos previos de la pandemia por Covid-19



A pesar de que se considera que la pandemia (durante el año pasado y en curso) ha deteriorado la economía del país, los datos mostrados previamente muestran una gran oportunidad para México ante el mundo, siendo esto una llamada de atención para generar la infraestructura y los productos adecuados para la llegada de turistas a diferentes destinos de la República Mexicana; ya que la naturaleza con sus bellos paisajes y playas, así como los Pueblos Mágicos son los atractivos, también el sector de los negocios y de salud han generado un tráfico importante de población flotante al país.

Para obtener más información: www.softec.com.mx

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

^{*}Nota del editor:





El coworking fue una gran idea que surgió en cierto momento y que para muchos ha sido una ventaja que les permite interactuar con diferentes personas, que no necesariamente tiene que ser de la empresa en la que laboran. Al ver esta situación de convivencia y confort, algunas firmas hoteleras decidieron seguir el mismo camino, de tal modo que se integraron en sus desarrollos áreas para que los visitantes pudieran trabajar.

"Al ser nosotros una empresa francesa con un portafolio de marcas gigantes el tema de coworking lo empezamos a trabajar desde hace unos años incorporando áreas sociales; el objetivo es que los huéspedes que ya rentaban una habitación por una o dos noches, que se quedaban trabajando y pidiendo un room services pudieran realizar esta actividad, pero en las áreas sociales", comenta en entrevista para Inmobiliare, Javier López Jiménez, VP de operaciones de Accor México, Centroamérica y el Caribe.

Para que los huéspedes pudieran integrarse con el lugar, Accor tuvo que acondicionar estos espacios; el color del lugar cambió, junto con la iluminación y mobiliario, es decir, la ambientación se transformó por cosas que llamarán la atención del visitante para que se sintiera cómodo a la hora de trabajar. Además, de darles la oportunidad de invitar a sus colaboradores a una junta. A la par, la firma hotelera integró sitios privados con el fin de que fueran lo suficientemente flexibles.

Hoy en día y tras un año de pandemia ese escenario de convivencia en los hoteles se ha modificado; estos edificios tienen inventario de habitaciones disponibles y de acuerdo con Javier López estos lugares de descanso se han transformado, ya que los cuartos del 2021 y 2022 migrarán a ser espacios de coworking.

"Hemos tomado parte de nuestro inventario para convertirlo en espacios de trabajo privado que cumplen con los requisitos para la gente que trabaja en pandemia"; ahora las personas en vez de quedarse en su casa o en su oficina (como algunos casos que siguen yendo a estos sitios) pueden ir a los hoteles.

Pueden utilizarlos por hora, medio día, días o inclusive rentas más largas; el espacio de la habitación es adaptado con mobiliario ergonómico, incluye servicio de café, conexión estable de internet y acceso a telefonía.

Lo que se ha aprendido con la pandemia es que la flexibilidad debe ser total; hay empresas que se han ajustado y que han mandado a todos sus colaboradores a su casa; mientras que otros no tenían oficinas porque ya estaban trabajando en esa modalidad; y estás soluciones de formato más corto son flexibles.



Aloft Tulum

De acuerdo con Marriott esta iniciativa ha tenido una gran aceptación en ciudades como Nueva York o Atlanta, y a partir del 1 de abril estará disponible, únicamente en la Ciudad de México. "Los espacios para llevar a cabo el trabajo remoto en los hoteles serán las habitaciones que no estén ocupadas, las salas de reunión y los restaurantes, que perfectamente pueden cumplir con las necesidades de los trabajadores de hoy en día".

Work Day Pass ofrece tres paquetes distintos:

- •Day Pass: 12 horas (6 am a 6 pm). Habitación estándar. Incluye: espacio de trabajo privado con iluminación natural, silla, baño privado. Wifi de alto rendimiento.
- •Stay Pass: Estancia corta (llegada a las 6 am y check-out a las 6 pm del día siguiente). Habitación estándar o suites de trabajo. Incluye: espacio de trabajo privado, silla, baño privado, luz natural. Wifi de alto rendimiento, con acceso a amenidades del hotel (gimnasio, alberca, spa).
- •Play Pass: Workation familiar. Habitación estándar o suite. Incluye: espacio de trabajo privado, silla, baño privado, luz natural. Wifi de alto rendimiento. Servicio de conserje, supervisión de niños y espacio alternativo de oficina o para estudio.

Los hoteles que se suman a esta iniciativa son: Sheraton Mexico City Maria Isabel Hotel; The St. Regis Mexico City; The Westin Santa Fe, Mexico City; W Mexico City; JW Marriott Hotel Mexico City; Y Sheraton Mexico City Santa Fe.

Por su parte, la cadena Accor México, destaca que este servicio ha sido más de usos de prueba por parte de clientes, lo que da como resultado que no haya un uso masivo. "Los productos ya están montados, hemos tenido pruebas, pero por el tema de la pandemia creo que se empezará a generar más hacia el segundo semestre de 2021, esto en función del cambio del semáforo epidemiológico de los estados, pero este mercado será mucho más relevante".

Actualmente Accor se encuentra trabajando en la próxima apertura de su nuevo hotel Novotel México City Toreo, el cual está ubicado al norte de la Ciudad de México, y espera abrir sus puertas al público en agosto de 2021.

Este nuevo desarrollo cuenta con 168 habitaciones, su diseño está totalmente inspirado en el tema del coworking por lo que contará con áreas sociales que invita a socializar y a que la gente comparta espacios de reuniones como en las salas de juntas.

Novotel incluye cinco salones de juntas para hasta 400 personas; tres salas de juntas con diseño business lounge para hasta 24 participantes. "La zona de Naucalpan es industrial, la inspiración del hotel es igual; las salas de juntas tienen toques únicos, le dedicamos una sala a las bicicletas por lo que la temática de este espacio es sobre esto; hay otra dedicada a los periódicos".

La nueva marca de Accor cuenta dos ubicaciones más, una en Monterrey y otra en Santa Fe; y de acuerdo con Javier López, están preparando otros dos proyectos más en la Ciudad de México, para tener en menos de un año, cinco desarrollos de este concepto coworking.





Adaptación de los hoteles coworking en otros países



Javier López Jiménez VP de operaciones de Accor México, Centroamérica y el Caribe.

A finales de 2020, varias empresas hoteleras decidieron utilizar sus instalaciones para otros usos; por ejemplo Marriott, Hotel Wythe y B&B, por mencionar algunas, dieron a conocer atractivas ofertas de marketing.

En España, B&B alquiló sus habitaciones como oficinas para usuarios, autónomos o empresas; los servicios de los cuartos disponían de equipamiento, tal y como una oficina como servicios de impresora y acceso a wifi.

Por su parte, a finales de agosto Hyatt lanzón el paquete *Work from Hyatt* en 25 de sus complejos de Estados Unidos, México y el Caribe; el cual también busca atraer a las personas de negocios ofreciéndoles espacios de trabajo, pero también para tomar clases, con el fin de que toda la familia, si es el caso, pueda realizar su actividad.

Accor cuenta con un producto específico para el tema del coworking, que es Wojo una empresa originalmente francesa que nació en este contexto de ofrecer rentas de espacios para los emprendedores y pequeñas PyMes.

"Wojo fue adquirida por Accor en 2017, desde ese año nosotros desarrollamos este modelo de negocio en Europa; y con la pandemia esta fórmula que veníamos trabajando y probando está funcionando bien en los hoteles", comenta Javier López.

Este esquema lo han implementado en los hoteles de São Paulo, Brasil, donde se asegura el área social con el espíritu natural del coworking; las habitaciones se han adaptado para trabajar; y por último los salones grupales, que al final del día para las empresas estos espacios de reuniones son una necesidad. "En Brasil ha sido bastante exitoso y seguramente nosotros vamos a desarrollar productos similares en los próximos meses".



Tendencia del workation

El coworking ocurre principalmente en lugares más empresariales, en centros de negocios; mientras que el workation es una tendencia interesante, donde las personas hacen turismo, pero al mismo tiempo trabajan, se fusiona la actividad turística con lo laboral.

Es decir, "yo me llevo mi trabajo a un lugar donde pueda realizar ambas actividades; entonces esto lo vemos en nuestros destinos donde tenemos residencias, la gente está tomando estos inmuebles por dos semanas, se renta la propiedad con alberca o cerca de la playa, en la mañana trabaja y al final del día sale", comenta Javier López.

A nivel mundial esta forma de combinar el turismo con la vida laboral ya existía, en el caso de Tulum, a partir de la pandemia el Workation se ha incrementado, inclusive hay colectivos dentro de esta zona que se han dedicado a ofrecer espacios amigables en donde pueden trabajar, pero también disfrutar del entorno.

"Aquí en Aloft Tulum, los nómadas digitales pueden practicar yoga, hacer ejercicio, andar en bicicleta; las personas que vienen hacer este tipo de turismo son provenientes de Estados Unidos, Francia, España, Sudamérica, por mencionar algunos, que se quedan seis meses o un año, son personas que todavía tienen su trabajo en casa, su vivienda en su país natal, pero prefieren quedarse acá y pasar la pandemia en este lugar", dijo Pablo González, gerente de marketing del complejo hotelero.

Esta nueva forma de mezclar la diversión con la vida laboral está cambiando, para Javier López este tema de flexibilización y viajes llegó para quedarse, ya que las personas están buscando moverse, cambiar su ubicación de trabajo a otras ciudades donde la vida sea más amigable, económica, sencilla y tener actividades turísticas.

"La experiencia es positiva, por ejemplo nuestros desarrollos son resort, son hoteles que son generosos en sus espacios con grandes servicios de conectividad de internet, de alimentos o bebidas, y donde en la habitación el huésped puede trabajar en una terraza sin ningún problema de conectividad mientras sus hijos están en la alberca".

En cuanto al diseño, los productos que tienen la modalidad del workation en Accor no han tenido que hacer grandes adaptaciones, solo se deben de asegurar que su servicio de internet tenga una conexión estable y el mobiliario sea ergonómico, que son modificaciones para ambos, tanto para los huéspedes como para la firma hotelera.

Por su parte en Aloft Tulum, tampoco han tenido que realizar modificaciones o cambios, ya que de acuerdo con su gerente de marketing el ADN de la marca es atender las necesidades de sus huéspedes, "desde el nacimiento del hotel, ya contábamos con todo esto servicios y áreas para que pudieran trabajar los clientes".

El fenómeno workation se ha dado principalmente en los Cabos, Riviera Maya y Vallarta, los cuales son destinos de playa; en tanto a destinos citadinos se refiere, se ubican en San Miguel de Allende y Valle de Bravo, en estos últimos los viajeros no asisten a una hotelería tradicional, reservan las propiedades a través de aplicaciones como Airbnb, que han tenido tasas de ocupación altas.

En los últimos años, antes de la pandemia, la temporada alta de Tulum era de enero hasta abril, los hoteles estaban a su máxima capacidad; pero debido a esta emergencia sanitaria las temporalidades cambiaron, según Pablo González.

"Mayo es un mes que regularmente se considera temporada media-baja, por el momento tenemos buena ocupación, por lo que este año la temporada va a hacer algo atípico, ya que las personas están tanto tiempo encerradas que cualquier oportunidad que tengan, aunque sea temporada baja o alta, estarán viajando".



Pablo González Gerente de marketing de Aloft Tulum



Aloft Tulum abrió sus puertas en febrero de este año, es un complejo turístico de 140 habitaciones donde hay dos albercas, servicio de gimnasio las 24 horas los siete días a la semana y un jardín botánico. Cuentan con un área destinada al trabajo para que sus visitantes puedan estar en la llamada "Re:Mix" lounge, además de que tienen una sala de reuniones, sin Covid-19 su capacidad es para 220 personas.

"Este salón se puede dividir en tres y podemos montar diferentes tipos de secciones, este espacio incluye pantalla eléctrica, sistema de audio Bose que se puede conectar con micrófono, computadora y video, los cuales se pueden utilizar en conjunto; el anfitrión ya no tienen que hacer un gasto extra por el equipo".

Para ofrecer una conexión estable, Aloft Tulum cuenta con dos fibras ópticas, una es la principal y la segunda en caso de que la primera falle; en Re:Mix, los huéspedes podrán trabajar desde una mesa de coworking si traen equipo cómputo o bien si no cuentan con su máquina pueden utilizar cualquiera de las dos computadoras.

Asimismo, las personas pueden pasar un momento agradable en el bar, donde hay una mesa de billar mientras toman su bebida favorita o tomarla mientras ven un evento deportivo en este lugar. Dentro de los programas que este complejo hotelero ofrece está la exhibición de obras de arte loca de artistas emergentes, las piezas están distribuidas en toda la parte del coworking.

Todas las habitaciones cuentan con una sala y mesa, y desde ahí las personas pueden conectarse a su trabajo para tener más privacidad.



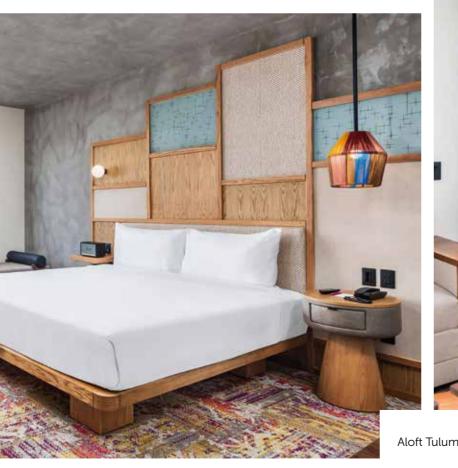
Perspectiva de los hoteles coworking y el workation

Es una realidad que el mundo de los viajes y lo laboral se está transformando y estos dos aspectos (coworking y workation) son de las soluciones y de las revoluciones que la gente estará viviendo en los próximos años.

Dentro de toda esta crisis que se ha vivido por el Covid-19, ha dejado como buena experiencia que se puede trabajar desde cualquier lugar del mundo, siempre y cuando se tenga conexión a internet, así como equipo de cómputo.

"Se va a encontrar muchas empresas cambiando de hábitos, la reducción de espacios de las compañías será importante, y donde los espacios alternos y la flexibilidad laboral en donde la gente se pueda mover a otras ciudades o reunirse en hoteles por horas o días será muy común y sobre todo porque los hoteles van a tener toda esa flexibilidad e infraestructura que les va a costar mucho trabajo a las oficinas mantener, ya que por un precio más moderado van a poder usar estos otros espacios", comenta Javier López Jiménez.

Por su parte, Pablo González destaca que esta tendencia irá a la alza a partir de este 2021, "esta experiencia era lo que les faltaba para entender que se puede trabajar desde cualquier parte del planeta, siempre y cuando tengan una convicción, algunos trabajos ya no son necesariamente presenciales, algunas actividades las puedes hacer por medio de las herramientas digitales".







Las nuevas condiciones del sector turístico y hotelero resiliente

Por: Gabriela Esquivel, Directora de Proyectos de Hospitalidad de JLL y Arturo Bañuelos, Director Ejecutivo de la División de Administración de Proyectos y Desarrollos de JLL

i bien la pandemia por Covid-19 generó una situación social, económica y financiera sin precedente, también abrió la puerta para nuevas oportunidades en diferentes sectores tales como son turismo y hotelería, que durante toda la pandemia han generado y han adoptado medidas excepcionales.

A raíz de la veloz propagación del coronavirus, los viajes de negocios y de placer se paralizaron, causando una crisis económica hotelera debido al cierre temporal de muchos hoteles o de las operaciones apenas a una fracción de su capacidad. De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en mayo del 2020 se redujo el número de turistas internacionales en un 98% comparado con el año anterior, lo que demuestra la vulnerabilidad del sector y el impacto que han tenido diversos hoteles en rentabilidad y supervivencia.

Como efecto dominó, la incertidumbre y la cautela influyeron negativamente en el interés de los inversionistas hoteleros en 2020. De acuerdo con el reciente informe Hotel Investment Outlook de JLL, durante el año pasado a nivel mundial, la liquidez hotelera se redujo en más del 60% con respecto al 2019; el 50% de todas las transacciones se cerraron en los primeros tres meses. Asimismo, los grupos de capital privado y los inversionistas aprovecharon los activos que se pusieron a la venta e impulsaron la liquidez en 2020 al representar el 54% del volumen total. Aproximadamente el 21% de las inversiones hoteleras globales se realizaron en mercados turísticos.

De acuerdo con el reciente informe Hotel Investment Outlook de JLL, durante el año pasado a nivel mundial, la liquidez hotelera se redujo en más del 60% con respecto al 2019.





En **JLL** trabajamos por todo el mundo para generar oportunidades de negocio rentables y crear espacios de trabajo sorprendentes, donde los usuarios puedan hacer realidad sus aspiraciones.

Representación de Inquilinos Servicios de Administración de Proyectos y Desarrollos Capital Markets y Asesoría en Desarrollo Inmobiliario Representación de Propiedades en Arrendamiento Valuaciones Servicios Industriales y de Logística Asesoría en Inversiones Inmobiliarias Asesoría en Desarrollos Turísticos y Hoteles Administración de Propiedades / Property Management Administración de Arrendamientos Servicios de Administración de Instalaciones Análisis de Ocupación y Consultoría Estratégica Estrategia Integral de Portafolios Corporativos Servicios de Ingeniería y Mantenimiento Servicios de Energía y Sustentabilidad Servicios Residenciales

jll.mexico@am.jll.com CDMX | Monterrey | Guadalajara | Tijuana | Querétaro | Mérida





Esto generó que proyectos hoteleros se rediseñaran a las necesidades que el mercado global exigía. Un claro ejemplo de esto son los dos hoteles del desarrollador CK Asset Holdings Ltd. en Hong Kong, que rediseñó en apartamentos para satisfacer la demanda de viviendas. Por su parte, en Londres, el desarrollador Dominv cambió sus planes para desarrollar dos hoteles, convirtiendo uno de ellos en alojamiento para estudiantes, y a pesar de que la reconversión de hoteles no es algo nuevo, durante la pandemia se ha vivido de manera acelerada.

Arturo Bañuelos, Director Ejecutivo de la División de Administración de Proyectos y Desarrollos de JLL, comenta que en México, a raíz de la reactivación paulatina del sector, los desarrollos que estaban planeados iniciar en el 2020 y 2021, se deberán replantear nuevas estrategias en los temas financieros y de diseño, actualizar fechas de apertura, número de llaves, amenities, incluso hasta la ubicación. "Como expertos en reconfiguración de espacios, sabemos que las condiciones han cambiado y si bien no es empezar de cero, si debemos añadir nuevos elementos en el diseño de cada área para garantizar que los protocolos anti-covid se apliquen correctamente y permitan ofrecer confianza y seguridad a los huéspedes", añade Bañuelos.

Pese al panorama, la resiliencia del sector ha dado forma a nuevas experiencias y demanda de los consumidores. Con la llegada de las diversas vacunas a nivel global y a más de un año del inicio de la pandemia, las personas están comenzando a viajar de nuevo, lo que lleva al sector hotelería y turismo a un nuevo objetivo: crear un entorno que priorice la seguridad y refuerce los niveles de confianza de los huéspedes, y por consecuente, de sus propios empleados.

Gabriela Esquivel, Directora de Proyectos de Hospitalidad de JLL comenta que en el 2020 el sector turístico estuvo respondiendo a más cosas urgentes, por lo que este año están reinventando su modelo de negocio para atraer nuevamente a los turistas. "La reactivación está empezando a verse y pese a que ha sido muy paulatino, nos hemos percatado de la necesidad de las familias de salir a lugares amplios, al aire libre y que al mismo tiempo brinden seguridad en cada parte del hotel, habitaciones, alimentos y amenidades, por lo que nuestra responsabilidad como Gerentes de Proyecto es apoyar y orientar a nuestros clientes a que cumplan con los nuevos requerimientos que sus huéspedes exigen, a través de la reconfiguración de espacios".

Asimismo, los empresarios del sector hotelería están aumentando su inversión en tecnología, con el fin de que les permita incrementar la automatización y con ello crear una estancia con el menor contacto posible. Además, la inversión tecnológica va acompañada de una cultura de digitalización que mejora el control del propio negocio para que sean más eficientes y eficaces de cara a la nueva normalidad, ejemplo de ellos es el proceso de *check in y check out* que se ejecuta a través de aplicaciones móviles sin la necesidad de pasar a la recepción a realizar el trámite.

La inversión tecnológica va acompañada de una cultura de digitalización que mejora el control del propio negocio para que sean más eficientes y eficaces de cara a la nueva normalidad. Ante los nuevos requerimientos, empresas con áreas expertas en reconfiguración de espacios, están rediseñando el plan de acción para sus clientes con el objetivo de tener presente todos los posibles escenarios en el corto, mediano y largo plazo. En este sentido, la División de Administración de Proyectos y Desarrollos de JLL está orientando y coordinando a sus clientes para que adopten diferentes tendencias a nivel mundial en cuanto a diseño, distribución de las instalaciones y seguridad para las personas. Esta labor busca ayudar a los clientes de JLL a adaptarse a la siguiente normalidad y sobre todo, que su capital de trabajo se vea beneficiado con base en un mejor aprovechamiento del mismo y una baja en sus costos de inversión.

"Hemos estado analizando los diferentes escenarios para poder dar a nuestros clientes las mejores soluciones de espacio, que fortalezcan las operaciones actuales dentro de sus hoteles y ayuden a lograr que los turistas regresen y se incremente la ocupación a los mismos niveles del 2019, tomando en cuenta las lecciones aprendidas en el último año", comenta Arturo Bañuelos.

A medida en que todos los sectores se acerquen a la recuperación, la industria hotelera enfrentará decisiones difíciles pero no imposibles de ejecutar. "Debemos de caminar hacia la siguiente normalidad de una manera planeada y al ritmo óptimo para todas las partes involucradas de una manera segura", concluye Bañuelos.





Tendencias en el diseño del sector hotelero

Adicionalmente a las medidas de seguridad implementadas en el sector, también se ha introducido una ola de tendencias que han acelerado a medida que los líderes hoteleros cambiaron rápidamente sus operaciones y su estrategia para resistir a uno de los tiempos más transformadores y económicamente desafiantes de la historia moderna.

Ejemplo de lo anterior son los hoteles "instagrameables", título que se han ganado debido al diseño y decoración de sus espacios en los que los turistas toman fotos que son subidas a redes sociales, en su mayoría a Instagram, acto que funciona como publicidad gratis. En esta era digital, ver una foto de alguien que ya estuvo en ese hotel, influye en la toma de decisiones cuando se está buscando un lugar para vacacionar

Al respecto, Gabriela Esquivel comenta: "Instagram se ha vuelto una extensión de nuestra vida, en la que solo enseñamos las mejores cosas que nos ocurren, y en la que buscamos también seguir a gente que publica cosas positivas, atractivas e inspiracionales. Es por esto que parte de nuestro trabajo como *Project Managers* es orientar al cliente a pensar en cada uno de los rincones de su hotel, ya que cada espacio puede tener valor para los turistas debido a que la arquitectura se ha convertido en todo un arte que interpreta el huésped".

"En este caso el dicho: Una imagen vale más que mil palabras, aplica muy bien. Este es un momento para seguir apostando a la construcción de hoteles 'instagrameables' que generen el sentimiento de visitarlo y tomarnos una foto ahí", concluye Esquivel.

Para obtener más información, visite: www.jll.com.mx

*Nota del editor:

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

Hacia Un Turismo ECOLÓGICO

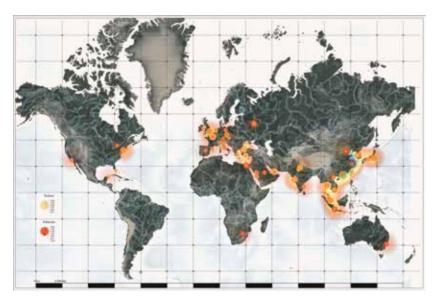
Por: Rubén Segovia Jiménez | Escuela de Arquitectura, Arte y Diseño del Tecnológico de Monterrey. Director de la Maestría en Arquitectura y Diseño urbano.

I turismo representa una de las actividades económicas más importantes en el mundo.

Justo antes del fenómeno de la pandemia ocasionada por Covid-19, el World Travel and
Tourism Council (WTTC), estimaba que las actividades de viaje y turismo contribuyeron
al 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y que en los últimos cinco años, uno de
cada cuatro nuevos empleos estuvo relacionado con actividades de turismo. En el caso de
México, las actividades de viaje y turismo aportan aproximadamente el 8% del Producto
Interno Bruto y en 2019 el PIB turístico ascendió a cerca de dos billones de pesos mexicanos,
representando el 13% del empleo total en el país.

Con todas las oportunidades anteriormente descritas, el proceso de generación de lugares afines al turismo presenta diversos retos urbanos como la explotación del territorio, la expansión de la mancha urbana, migración y economías no sostenibles. Los estados mexicanos que acogen flujos de turismo intensivos han experimentado en los últimos 30 años un crecimiento drástico: Existen ejemplos como Guerrero y Nayarit, que han aumentado 1.5 veces su cantidad de habitantes, o territorios como el de Quintana Roo, que ha triplicado su número poblacional (INEGI). Estos aumentos exponenciales de habitantes demandan una provisión mayor de infraestructura, servicios y habitación, elementos que requieren una planeación y diseño urbano apropiados con el fin de generar condiciones urbanas sostenibles.

Nos encontramos en un momento clave para el turismo nacional, el cual experimentará una reactivación significativa tras el confinamiento derivado de la pandemia por Covid-19, lo cual representa una gran oportunidad para reforzar las prácticas urbanas que han tenido un impacto positivo en sus entornos y proponer nuevas alternativas para generar un turismo ecológico. Dicho concepto busca sumarse a los diversos movimientos urbanos preocupados por el cambio climático, los cuales plantean una reinvención en las maneras de hacer ciudad para generar ambientes más sanos, sostenibles, resilientes y justos.



Ahora bien, ¿cuál es la definición contemporánea de ecología? Para entender nuestra relación disimilar actual con la naturaleza, es necesario remontarnos a un punto clave en la historia de los descubrimientos científicos, el cual algunos autores como Bruno Latour consideran como el parteaguas en nuestra concepción del Planeta: la teoría heliocéntrica de Galileo Galilei. Dicho descubrimiento se refiere a la idea, revolucionaria en su momento, de que la Tierra y otros planetas del sistema giran alrededor del Sol.

Es necesario proponer un nuevo turismo ecológico, el cual genere sistemas complementarios y enriquezca positivamente a las comunidades y dinámicas urbanas de un lugar.

¿Qué tiene que ver lo anterior con nuestra visión de la naturaleza? Mucho, a partir de ese momento empezamos a concebir todo lo relacionado con los fenómenos globales desde una mirada exterior. Como humanidad, comenzamos a identificarnos como parte de un fenómeno universal mayor y mucho más grande que el globo, lo cual nos llevó a observar la tierra y sus procesos desde un "afuera", haciéndonos sentir ajenos a la misma. El imaginario colectivo cambió, mudando nuestro planeta del centro de nuestra existencia hacia un elemento, una idea mucho más amplia y universal.

Es bajo esta visión que la tierra ya no se convierte en nuestra casa, sino en un componente que podemos analizar desde el espacio y utilizar, explotar y apropiarlo. La revolución industrial y el movimiento moderno acrecentaron el espíritu del hombre (la humanidad) como el centro y la figura más importante de su entorno, todo lo que nos rodea se convirtió a partir de finales del siglo XIX y principios del XX en "herramientas" e "insumos" de producción para lograr el mayor desarrollo económico, social y cultural antropocéntrico. Nuestra aproximación al territorio y sus procesos urbanos se volvieron más agresivos, rápidos y constantes.



Ante dicha situación, durante las décadas de los sesenta y setentas en el siglo XX surgieron movimientos enfocados en denunciar las prácticas urbanas e industriales nocivas hacia el planeta, encabezados por publicaciones muy importantes como "Primavera Silenciosa" de Rachel Carson, quien evidenció de manera científica los efectos devastadores de los procesos químicos en el planeta. Otro libro fundamental para los diseñadores urbanos y paisajistas es "Diseño con Naturaleza" de lan McHarg el cual plantea metodologías para mediar y reconciliar el entorno construido con la naturaleza.

El resultado de su narrativa fue paradójico, pues principalmente recaía en la clasificación y preservación de la naturaleza, posicionándola como un ente externo que debía ser salvaguardado más no tocado... un elemento de contemplación y no como un factor fundamental para el desarrollo de la humanidad. El resultado fue la asociación del concepto de ecología con ideologías y prácticas afines al estudio y el entendimiento de las ciencias naturales.

El proceso de generación de lugares afines al turismo presenta diversos retos urbanos como la explotación del territorio, la expansión de la mancha urbana, migración y economías no sostenibles. En las últimas décadas hemos comprendido cómo la ecología no le compete solamente a la llamada "Naturaleza", sino que se entiende como el proceso a través del cual interactúan y conviven de manera sostenible todos los elementos y sistemas de un entorno dado. Es decir, la humanidad y todo su conjunto de generación social, cultural y urbano son parte de la ecología del planeta y necesitan estar en una relación armónica con los procesos inherentes de la tierra.

De acuerdo con el paisajista James Corner, el mejor ejemplo de ecología es un jardín (de una casa o de una ciudad), el cual no es un elemento que puedes encontrar de manera preexistente en el entorno, más bien se trata de la reinterpretación económica, social y cultural de nuestro entendimiento de la naturaleza. Para la humanidad, la ecología es la oportunidad de crear una nueva imaginación sostenible que reinterprete y potencialice las posibilidades que ofrece la naturaleza.

¿Cómo podemos generar un turismo ecológico que posea la capacidad de integrarse a los sistemas globales para aportar procesos económicos, culturales, naturales y sociales sanos y sostenibles? Podemos dejar de ver al planeta como algo ajeno, revalorarlo y volver a sentirlo propio. Es necesario proponer un nuevo turismo ecológico, el cual genere sistemas complementarios y enriquezca positivamente a las comunidades y dinámicas urbanas de un lugar. Para cuidar y reforzar los sitios turísticos del contexto mexicano, se requiere restaurar nuestra relación con el contexto e incorporarnos de manera armónica a los procesos ecológicos del lugar. A continuación, se describen algunas sugerencias no limitativas para generar oportunidades de un turismo ecológico:



Visión sistémica con distintas temporalidades

Un fenómeno urbano, mexicano y global que hemos experimento de manera intensiva a partir de la segunda mitad del siglo XX y hasta la fecha, es la creación de ciudades a partir de la agregación no planificada de construcciones individuales. Gran parte de la labor contemporánea de la planificación y el diseño urbano se avoca a tratar de remediar las consecuencias de dichos procesos. Para adelantarnos a problemas futuros en sitios turísticos tales como la contaminación atmosférica, la destrucción de áreas protegidas naturales, el tráfico, la falta de infraestructura y la desigualdad urbana es imperativo generar visiones, diseños y planes maestros de ciudad con temporalidades a corto, mediano y largo plazo.

Para complementar lo anterior es importante entender que los procesos de turismo poseen dos intensidades características de migración: las "temporales" compuestas por los turistas que visitan un lugar en lapsos específicos y las "semi permanentes" comprendidas por todas las personas que arriban en busca de oportunidades laborales y que se establecen en la zona de influjo turístico. El diseño y planeación de las ciudades turísticas debe de considerar estas dos variables y generar soluciones innovadoras para promover una coexistencia urbana positiva entre las dos entidades y su entorno. Para llevar a cabo una visión integral con distintas temporalidades se necesita el trabajo en conjunto entre el sector público y privado, a través de la cual se planteen beneficios económicos y sociales mutuos que convivan con el lugar.





Sinergia con las preexistencias y fortalecimiento del lugar

Todo desarrollo turístico se desplanta sobre elementos y dinámicas que ya se encontraban morando el lugar, desde la hidrología, flora y fauna hasta comunidades, tradiciones y culturas. La responsabilidad de los diseñadores, desarrolladores y gobiernos es la de establecer reglamentos y guías base para conservar, fortalecer y enriquecer dichas preexistencias. La infraestructura turística compuesta por hospedaje, transporte, comercio y alimentación debe de mejorar las condiciones ya establecidas y encajarse en un proceso ecológico cooperativo.

Existen ejemplos mundiales de buenas prácticas que incorporan el turismo a ciclos locales positivos, como el diseño regenerativo encabezado por Daniel Wahl en Mallorca, el cual explora promover círculos de producción alimentaria y económica complementarios; así como también la "Destination Design School" en Atlanta fundada por Euneika Rogers Sipp que busca empoderar a comunidades afroamericanas a través de rutas de exploración turísticas basadas en educación y reinterpretación de la historia.



Diversificación económica

La situación de la pandemia por Covid-19 nos muestra lo frágil que pueden ser las economías de las ciudades que dependen exclusivamente del turismo, por lo cual se deben de desarrollar capacidades alternativas que permitan distintos medios de generación económica. Además de las actividades de servicios, los sitios turísticos se pueden complementar con ecosistemas de generación de conocimiento e innovación y la utilización sostenible de los recursos existentes para consumo local y de exportación.

Un buen ejemplo de lo anterior es HafenCity en Hamburgo, el cual se trata de una revitalización de un antiguo puerto en desuso transformándolo en un hub de diseño, innovación y cultura a través de un plan maestro que contempla edificios de oficinas, departamentos, parques, locales comerciales, restaurantes, hoteles, paseos peatonales y espacios para el esparcimiento.

El paisaje como infraestructura

Este término desarrollado por muchos autores y afianzado por Pierre Bélanger describe cómo a través del diseño del paisaje, más allá de un elemento meramente bucólico, se pueden generar sistemas de infraestructura sostenibles. Tomando como eje principal de ciudad, herramientas como el manejo del agua, las áreas verdes y los ciclos estacionales con los que se pueden promover mejores condiciones en la infraestructura de servicios y movilidad. Además, considera el paisaje como un elemento de infraestructura que permite la creación de una identidad de ciudad, un sentido de orgullo y pertenencia, así como una curiosidad innovadora para promover la visita de turistas.

Debemos cuidar una de las principales actividades económicas de México, el turismo, a través de procesos sostenibles urbanos por medio de un nuevo turismo ecológico. Nuestra responsabilidad y la de futuras generaciones será la de promover una relación sana y simbiótica entre nuestras actividades y la naturaleza, lo cual desencadenará en mejores entornos para visitar, conocer y vivir.

Para obtener más información: www.tec.mx

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

^{*}Nota del editor:



PRÓXIMAMENTE

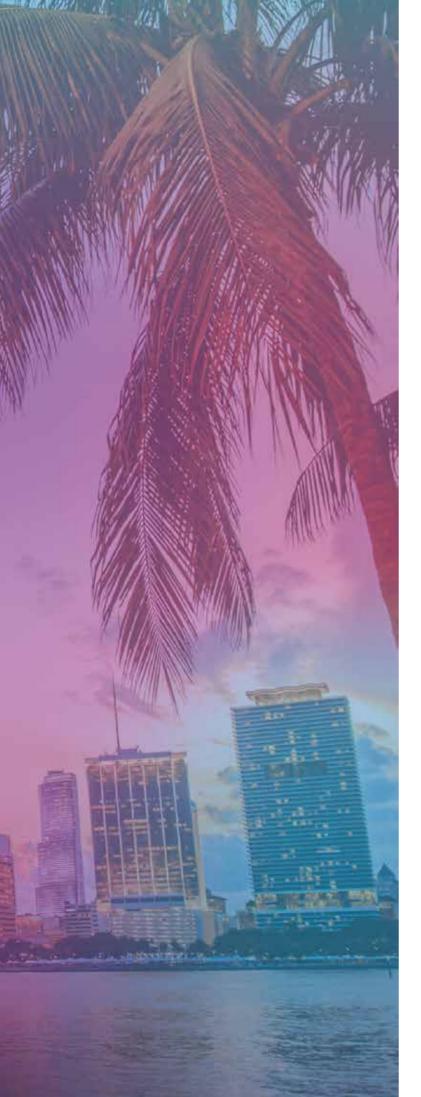
EVENTOS PRESENCIALES Y DIGITALES

QUERÉTARO GUADALAJARA RIVIERA MAYA MONTERREY



www.rebs.mx





Por Mónica Herrera monica.herrera@inmobiliare.com

l home office y la facilidad para moverse de un lugar a otro, fue una de las oportunidades que permitió la pandemia por Covid-19 y las medidas de distanciamiento. Hecho que también dió paso a la migración hacia otras ciudades e incluso hacia otros países con mejores condiciones económicas y de vida.

Razón por la que ciudades que ya contaban con una amplia oferta y demanda de propiedades vacacionales, aumentaron sus niveles de ocupación en el mercado residencial durante la pandemia; lo que significó que destinos como Miami, Florida en Estados Unidos, se convirtiera en el sitio favorito para la inversión inmobiliaria.

Ciudad que, de acuerdo con expertos, ha destacado por el aumento en la compra de vivienda, principalmente por parte de extranjeros provenientes de México y Latinoamérica. Situación que mantiene a la metrópoli como uno de los principales y más importantes destinos de inversión.

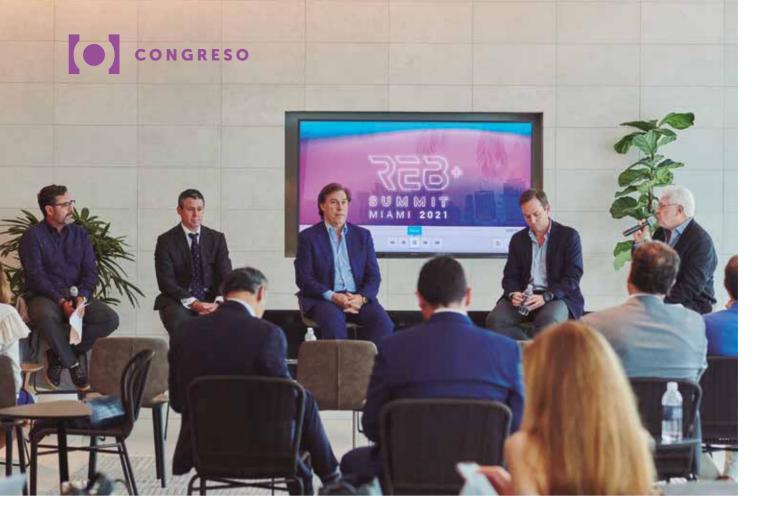
Cabe destacar que pese a que Miami ha mantenido buenos niveles de inversión extranjera, era considerado más como un destino vacacional, sin embargo, durante los períodos de cuarentena, las personas buscaron regiones que les permitieran trabajar y vivir al mismo tiempo.

Lo que sumado a las actuales facilidades y bajas tasas de interés que el mercado hipotecario ofrece, han hecho de esta ciudad, la ideal para diversificar inversiones fuera de México, sobre todo si se toma en cuenta la incertidumbre que la pandemia ha dejado para la población mexicana.

Ante este panorama, B2B media e Inmobiliare Magazine llevaron a cabo el REB Summit Miami, evento realizado el pasado 27 de mayo del presente año, en un formato híbrido. La dinámica presencial fue en Quadro Miami Design District, ubicación desde la cual se transmitió en vivo desde nuestras redes sociales.

Durante poco más de tres horas, expertos del sector destacaron el crecimiento las perspectivas e innovación que el año pasado dejó para el mercado.

El evento contó con la participación de ONE Real Estate Investment, Quadro Miami Design District, JLL, Skyhaus, Clout Capital, Armour Secure y Quantum Business Brokers como patrocinadores. Mientras que Softec, Lamudi, AMPIP, Equipar y AMAR fueron las alianzas.



"América Crece" Inversiones en Real Estate en Estados Unidos. Modelos de inversión en proyectos inmobiliarios

El evento dio inicio con el panel a cargo de Guillermo Almazo, quien en compañía de Edgardo de Fortuna de Fortune International Group, Pedro Azcué de JLL México, Ignacio Montes de Alta Developments, y Jeronimo Hirschfeld de ONE Real Estate Investment, coincidieron que la pandemia, lejos de afectar la dinámica de compra-venta de propiedades residenciales en Miami, los beneficio debido (en gran parte) a las bajas tasas de interés.

Asimismo, indicaron que las inversiones, específicamente en el segmento de vivienda, aumentaron durante el 2020 en Estados Unidos, como resultado de su favorable condición económica y la situación cambiaria del dólar ante el peso.

De acuerdo con Edgardo de Fortuna la situación de crecimiento del mercado inmobiliario en la ciudad es algo que no se esperaba, si bien se observó un repunte seis u ocho meses antes de la crisis sanitaria, una vez la pandemia llegó, se preveía un impacto negativo.

La situación de crecimiento del mercado inmobiliario en la ciudad es algo que no se esperaba, si bien se observó un repunte seis u ocho meses antes de la crisis sanitaria. una vez la pandemia llegó, se preveía un impacto negativo.

"Es un fenómeno que nadie esperaba, antes de la pandemia Miami se había visto favorecido por la afluencia y migración de compradores provenientes de Latinoamérica. En los últimos dos años, antes de Covid-19, existió una gran cantidad de proyectos terminados pero con una absorción bastante limitada. Sin embargo, lo que pasó en el último año fue un fenómeno que creó mayor demanda en el mercado y dio la oportunidad de tener mucha más absorción".

Escenario que llevó a diversos proyectos a iniciar etapas de pre construcción, debido a la alta demanda, sobre todo de personas que buscan las propiedades como inversión. Compradores provenientes de otros estados como Nueva York o California; así como extranjeros (latinoamericanos) que buscan asegurar su patrimonio con una moneda estable, son los principales inversionistas en Florida.

"Otro de los factores que también tuvo un impacto positivo fue que en Miami no existen los impuestos estatales como en California o Nueva York. Aquí les está costando vivir 15% menos que en aquellas ciudades. En cuanto a inversionistas originarios de Latinoamérica, los mexicanos continúan entre los más importantes a nivel regional".

De igual forma, Pedro Azcué, detalló que la certidumbre y estabilidad que otorga la moneda americana a latinos y mexicanos es uno de los principales temas para decidir invertir en propiedades en Estados Unidos.

"En el caso de México, hay personas que sí reaccionan a los cambios drásticos que hay en los gobiernos, por lo que creen conveniente no tener todo su patrimonio en el país y diversificar en Estados Unidos".

Opinión que apoyó Jeronimo Hirschfeld, quien señaló que algunos países no otorgan certeza a sus inversionistas, por lo que toman la decisión de hacerlo en otro lado. "Aquí, por ejemplo, el negocio de multifamily tiene un mercado muy grande, que pese a las crisis se sabe defender muy bien, por lo que se trata de una inversión de bajo riesgo", comentó.

Igualmente indicó que el mercado Multifamily es uno de los que ha mostrado un mayor crecimiento a nivel estatal y nacional; ya que desde 2018 registró transacciones por encima de los 138 millones de dólares; en 2019, alrededor de 145 millones y en 2020, pese a la situación sanitaria, se reportaron transacciones por 111 millones de dólares, mientras que para este año, se estiman cerca de 128 millones.





"Nosotros hemos visto más apetito de los inversionistas por este modelo de negocio, el cual, en nuestro caso, consiste en comprar propiedades multifamiliares, donde damos rendimientos generosos de forma mensual. Con propiedades existentes, construidas en 1885, 2000 y 2010, las cuales son remodeladas, lo que otorga una plusvalía importante".

Por su parte, Ignacio Montes, mencionó la importancia que ha tenido, en los últimos tiempos, las rentas vacacionales, así como el impacto en el negocio inmobiliario. "Poco a poco vamos a ver más este tipo de producto en Miami, destino en el que se ha comenzado a implementar este tipo de negocio en condominios".

Reestructuración de los **Mercados Financieros Post** Covid. Capital Markets y nuevas reglas de inversión en proyectos inmobiliarios

En la misma línea, Nitza Soledad Pérez de Miami & Latin America CGTN America, Javier Lluch de Element Development, Jean Paul Farah de Ritch Mueller, v Federico Cerdas de Skyhaus & COBRA Development Fund, comentaron aún con la pandemia mundial, Estados Unidos continúa como uno de los principales países para invertir en bienes raíces.

Aún con la pandemia mundial, Estados Unidos continúa como uno de los principales países para invertir en bienes raíces.

De acuerdo con Javier Lluch, la resiliencia que mostró el país durante el 2020, era algo que nadie esperaba; por el contrario, las estimaciones eran a la baja. No obstante, la estrategia de vacunación y la inyección de capital sacaron adelante a Estados Unidos.



Por otro lado, Jean Paul indicó que la llegada del Covid-19 puso en aprietos a la mayoría de los abogados, ya que se tuvieron que revisar "letras pequeñas y cláusulas que normalmente se ponen de relleno, ya que nunca nadie esperaba pasar por una situación en la que no se pudieran pagar las rentas".

Donde los sectores más afectados fueron el comercial y el de oficinas, ya que, según indicó, se tuvieron que realizar diversas negociaciones con ambas partes para revisar contratos, cláusulas y llegar a un acuerdo que no afectara a ninguna de las partes involucradas.

"Lo que hicimos fue tratar de negociar caso por caso. Al final afortunadamente, el Gobierno americano sacó la regulación para daños, específicamente para aliviar la cartera vencida, lo que me pareció bastante atinado, va que se pudieron cerrar mini reestructuras en lo que pasaba la época de la pandemia".

En cuanto al mercado mexicano, mencionó que. específicamente el sector industrial, se mantuvo con cifras positivas, gracias a la cercanía con Estados Unidos y a la economía del mismo.

Asimismo, sobre la oportunidad en México, Federico Cerdas, indicó que el país, sobre todo la Ciudad de México. tiene un alto potencial de desarrollo, no obstante, diversos inversionistas buscan llevar a cabo grandes proyectos de 300 o 400 unidades en un solo lugar.

"La mayor parte de la gente lo que buscan son proyectos similares a Estados Unidos, con cientos de viviendas en un solo lugar y eso de entrada, por una cuestión de servicios como agua y de permisos, no se puede dar. Por lo que nosotros como compañía hemos optado por una estrategia de trabajo de células, es decir, construir el mismo número pero en diferentes zonas de la ciudad".

Tecnología para acelerar nuevos negocios. Un mundo nuevo de inversiones Post Pandemia

El tercer panel a cargo de Guillermo Morales de Clout Capital, Francisco Muñoz de CBRE México, Javier Ramírez de Cuota Consulting, y Carlos Tornel de Quantum Business Brokers, conversaron sobre cómo el uso de la tecnología ha llevado al crecimiento de sectores como el industrial y la logística, mismos que van de la mano del aumento del

Francisco Muñoz, señaló que la pandemia por Covid-19 llegó a cambiar por completo los hábitos de consumo de las personas, ya que causó un desajuste y una mayor demanda de compra y renta de inmuebles industriales; por lo que las compañías se vieron en la necesidad de buscar espacios más grandes para enfrentar al e-commerce.

"La gente tuvo que empezar a tener hábitos de consumo diferentes, lo que causó un desorden en toda la cadena de suministro, que a su vez, llevó a la compañías a requerir más Centros de Distribución de todo tipo y tamaño para tener un stock más amplio y lograr entregar a domicilio".

Razón por la que destacó que a la fecha, existe una gran oportunidad para la creación de inmuebles de última milla, principalmente en ciudades como la CDMX, Guadalajara o Monterrey, donde este tipo de servicios no existía.

La pandemia por Covid-19 llegó a cambiar por completo los hábitos de consumo de las personas, ya que causó un desajuste y una mayor demanda de compra y renta de inmuebles industriales; por lo que las compañías se vieron en la necesidad de buscar espacios más grandes para enfrentar al e-commerce.

CONGRESO

"Lo que estamos generando es una transformación al interior de las ciudades. Estas grandes agencias automotrices, ya no tiene sentido que se ubiquen en esquinas importantes de la ciudad, hoy, lo que vas a necesitar es un showroom con cuatro cinco modelos, tecnológicamente vas a elegir tu auto y lo demás ya no se va a utilizar, ese tipo de inmuebles es lo que veo que se van a transformar en última milla".

Inmuebles que, de acuerdo con Muñoz, tendrán costos por arriba de las rentas actuales de los macrocentros de 50 o 100 mil metros cuadrados. Tendencia que continuará creciendo en México y se extenderá hacia Latinoamérica en el corto plazo.

Situación similar en el retail, ya que no serán necesarios los múltiples puntos de venta para las grandes cadenas. "Se va a consolidar por zonas y van a tener un doble propósito: una parte para atención al público, pero también un 60% de ese espacio se va a ocupar como bodega para que la gente vaya y haga el pickup desde ahí".

De igual forma, señaló que lo anterior, moverá los valores de los inmuebles de manera importante, por lo que los propietarios tendrán que realizar concesiones en los costos para lograr una mayor absorción y evitar una caída en los niveles de desocupación.

"El mejor ejemplo es Mercado Libre, competencia de Amazon. En México, hace 3 años, operaba con un Cedis de 20 mil metros cuadrados, al día de hoy, solo en la CDMX, ya opera 160 mil metros y vienen 90 mil en Monterrey, 60 mil en Guadalajara y otros 30 mil en Tijuana. También va compraron su flota de aviones, están aprovechando el segmento para pasar de ser un retail a entrarle a la logística y a las entregas. De ese tamaño ha sido el cambio".



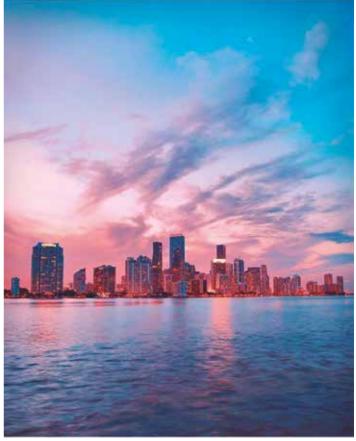


Asimismo, detalló que derivado de todos estos cambios, el e-commerce y la logística de última milla son actividades que llegaron para quedarse y para hacer más eficientes todos los procesos, desde los trabajadores, que ahora tendrán una doble función (atender al público v estar en bodega) hasta comenzar a ver la reconversión de edificios de retail o de oficinas.

"El mercado se acostumbró a recibir rápido las cosas y ahí es donde compiten las empresas y para poder hacer eso, primero tienes que desarrollar toda una carrera logística que sea eficiente y que no suba los costos al estar dentro de la ciudad".

Bajo esta misma línea del aumento en el uso de la tecnología, Javier Ramírez, mencionó que como resultado de las medidas de confinamiento por la pandemia, la transformación digital se aceleró entre 5 y 10 años, lo que también favoreció a diversas empresas desarrolladoras de software.





"Las ventajas que los softwares han dado a las compañías en general, les ha dado un crecimiento a las desarrolladoras de hasta 100 por ciento. Recientemente escuche que la venta de casas, al menos aquí en Miami, se estaba realizando por Zoom, lo que también acortaba los ciclos de ventas de seis a tres meses".

Con lo que coincide Guillermo Morales, fundador de CLOUT CAPITAL, quien apuntó que durante el 2020 a la fecha, han observado importantes inversiones en proyectos y compañías relacionadas con la tecnología y el real estate.

"La tecnología ha acortado los procesos de ventas, hay compañías que requieren de varios años de desarrollo, sin embargo, nosotros tenemos una tesis de inversión muy concreta, invertimos en compañías que están facturando como mínimo un millón de dólares y las ayudamos a llegar a 25 millones, una vez que se tiene esa meta, las vendemos; y toda esta situación que vivimos el año pasado ayudó a crecer a varias empresas de las en las que invertimos, hasta tres dígitos en menos de un año".



What's Next for the Cities - Building a Better **Future for the New Generations**

Finalmente, el último panel estuvo a cargo de Rhiannon Jacobsen de U.S. Green Building Council (USGBC) y Robert Barcelo de Port Everglades, expertos que señalaron la importancia de certificaciones sustentables como LEED y la valoración que hoy en día tienen la vivienda para las personas.

De acuerdo con Jacobsen, las certificaciones se crearon como un vehículo para probar qué edificios son sustentables, ya que no sólo se trata de poner un par de paneles solares sino de seguir una serie de acciones, como la reducción en el consumo de energía, desechos, mejoramiento del transporte y la movilidad o la calidad del aire.

"Las organizaciones medioambientales usualmente no se alinean a los intereses de los negocios o del sector privado, así que nosotros creamos una organización conformada por empresarios que se aseguran de encontrar un equilibrio y dar mayor alcance a la importancia de la sustentabilidad".

Asimismo, señaló que en los tiempos actuales, donde el mundo está cambiando, los desarrolladores necesitan arriesgarse más y hacer frente al reto de la sustentabilidad.

"Estamos experimentando un gran momento porque la gente por fin está eligiendo en dónde quiere vivir y valoran las características de los lugares de acuerdo a lo que quieren. Y la sustentabilidad es parte de todo esto porque si recordamos lo que pasó con el Covid-19, Nunca antes habíamos estado tan preocupados por la calidad del aire que respiramos".

Apuntó que al hacer a los edificios más sustentables, la meta no es únicamente hacer menos mal sino hacer algo positivo. Además de lograr que las personas se involucren cada día más, lo que a su vez demandará la originación de desarrollos más sustentables.

Por su parte, Robert Barcelo abordó la importancia de la conexión mundial y local mediante los puertos existentes en Miami, al ser uno de los principales motores económicos de Florida.

"Todo el combustible que entra a los condados del sur de la Florida Ingresa por Port Everglades. Generamos alrededor de 187 millones de dólares cada día. Cabe destacar que durante el Covid-19 los puertos no pararon, solo los cruceros, por lo que vimos un gran aumento de productos que ingresaban a la ciudad".



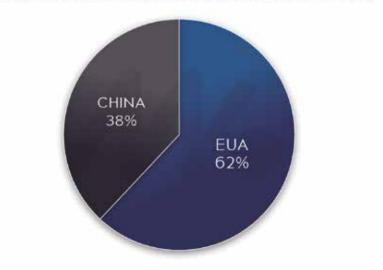




ara México este 2021 ha sido un año retador y lleno de sorpresas, pese a una pandemia que se ha venido desarrollando a lo largo de 14 meses, si se compara el valor de Inversión Extranjera Directa (IED) captada en enero-marzo de 2021 con las cifras preliminares reportadas para el mismo periodo de 2020, se observa un incremento de 14.8 por ciento.

Analizando el Mercado Industrial es de resaltarse que al cierre del segundo trimestre del 2020 se registraron 157 transacciones con 17.88 millones de pies cuadrados y a días de cerrar el segundo trimestre del 2021 se contabilizan 127 transacciones que representan 14.29 millones de pies cuadrados (YTD); lo que representa alrededor de un 20% menos en transacciones y absorción.

2021 ABSORCIÓN BRUTA INDUSTRIAL NACIONAL POR PAÍS



Sin embargo, el papel de la inversión extranjera sigue siendo sumamente importante para el crecimiento industrial en el territorio mexicano; en lo que va del año se registró la llegada de cinco empresas extranjeras nuevas al mercado nacional con una absorción de 716,000 SF cerrados en el periodo, de los cuales:

- 90% son Clase A
- 10% son Clase B
- 1 transacción en BTS
- 80% son industrias de manufactura
- 60% de la absorción es en el mercado industrial de Monterrey
- Siendo Estados Unidos el país con más transacciones registradas

Las transacciones más representativas de inversiones nuevas extranjeras en mercado nacional a YTD son:

TRANSACCIONES REPRESENTATIVAS EN MÉXICO MAS RECIENTES 1Q-2Q 2021					
Compañía	Parque Industrial	Mercado	SF	PAÍS	Línea
BTL	Alianza Derramadero	Saltillo	215,280	China	Manufactura
Terex	El Nacional	Monterrey	204,645	EUA	Manufactura
True Manufacturing	CPA Logistics Center ADN	Monterrey	146,402	EUA	Manufactura

En cuanto a compañías con presencia nacional, pero con crecimiento en una nueva plaza se registran 19 transacciones que representan 3.25 millones de pies cuadrados, de los cuales:

- 91% son Clase A
- 9% son Clase B
- 6 transacciones en BTS
- 73% son industrias de manufactura
- 25% de la absorción es en el mercado industrial de Guadalajara
- 26% son empresas de Estados Unidos
- 24% son empresas mexicanas
- 11% son empresas chinas



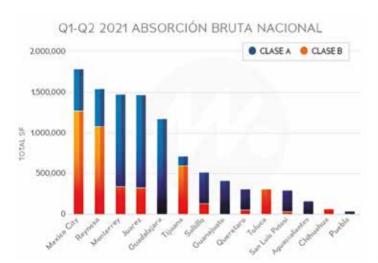




Considerando a las compañías ya existentes en el mercado industrial nacional, se registra una absorción de 10.3 millones de pies cuadrados (YTD), de los cuales:

- 60% son Clase A
- 40% son Clase B
- 11 transacciones en BTS
- 41% son industrias de manufactura

[•]







Para obtener más información, visite

www.marketanalysis.mx/site/

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



ELEVAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

LOS CARGADORES
Y SUS SOCIOS DE
LOGÍSTICA IMPLEMENTAN
ESTRATEGIAS PARA

LA EXPERIENCIA DEL

CLIENTE Y LA CADENA DE ABASTECIMIENTO QUE ESTREMECEN EL MUNDO DE SUS CLIENTES.

POR MERRILL DOUGLAS

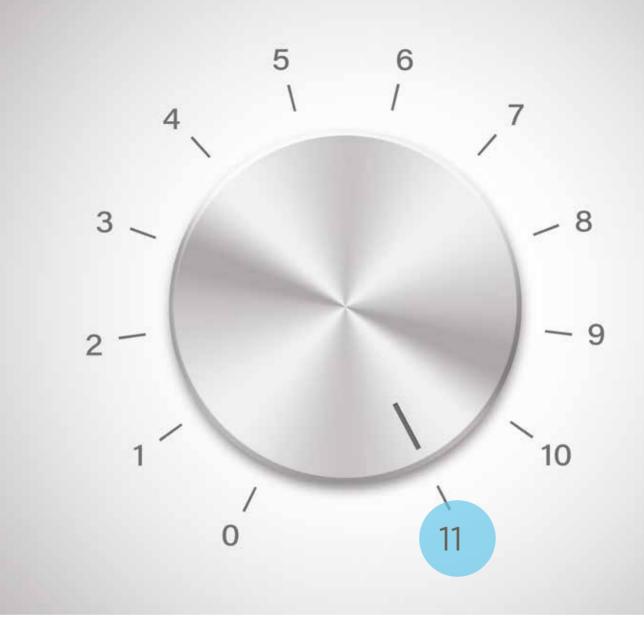
a sea que usted venda bufandas de seda o vigas de acero, sus clientes esperan algunas cosas básicas más allá del producto como tal. Quieren que un pedido llegue en la fecha prometida, preferiblemente antes que después. Quieren que el producto que reciben sea el adecuado y esté en buenas condiciones. Es posible que quieran actualizaciones sobre el estado del pedido. Y quieren que la transacción se desarrolle sin problemas y de una manera fácil.

Cumpla con estas expectativas y habrá brindado una excelente experiencia al cliente. A continuación, se muestran algunas de las estrategias que los transportistas y sus socios de logística utilizan para mejorar la experiencia del cliente y hacer que la compra de sus productos sea placentera.

ESPACIO FLEXIBLE PARA SATISFACER LA DEMANDA

Al principio de la pandemia, cuando los consumidores se conectaban a Internet para comprar lo que no podían o no querían comprar en las tiendas físicas, el minorista de comercio electrónico Chewy experimentó un gran aumento en la demanda

"Rápidamente nos dimos cuenta de que necesitábamos crear una capacidad de holgura adicional para 2020", comenta Mike Gilbert, Vicepresidente de operaciones de la compañía de alimentos y suministros para mascotas con sede en Dania Beach, Florida.



Chewy ya tenía una expansión en marcha en 2020. En abril, lanzó un nuevo centro logístico en Salisbury, Carolina del Norte, y abrió otro en Archbald, Pensilvania, en el otoño. Pero en un año tan inusual, la empresa necesitaba hacer más para brindar a los clientes el servicio que esperaban. "Queríamos añadir un poco de capacidad de holgura para el año y asegurarnos de poder cumplir con nuestro compromiso con la experiencia del cliente", expone Gilbert.

Así que Chewy abrió un centro de distribución temporal en el área de Kansas City, abasteciéndolo con una variedad limitada de productos. "Elegimos los SKU de mayor velocidad que tienen más sentido para el edificio y los respaldamos con procesos que son simples de admnistrar", dice Gilbert. El objetivo era poner las cosas en marcha rápidamente, con una automatización limitada y una formación sencilla para los socios. La capacidad adicional ayudaría a Chewy a satisfacer las demandas de la temporada navideña de fin de año además del aumento inducido por la Covid-19.

Al ubicar la nueva instalación en el medio del país, Chewy obtuvo una fuente a la que podría recurrir si los centros logísticos de otras regiones tuvieran problemas para mantenerse al día con los pedidos. Además, el edificio temporal está cerca del sitio en Belton, Missouri, donde Chewy abrirá un centro logístico permanente en 2021. Cuando llegue el momento, el personal del edificio temporal podrá mudarse al edificio nuevo.

Chewy espera mejorar aún más la experiencia del cliente cuando el centro logístico de Archbald, la primera instalación completamente automatizada de la empresa, se conecte a Internet. "Incluirá clasifcación de alta velocidad y robótica", añade Gilbert. Varias millas de sistemas de transporte permitirán que Chewy mueva el producto de un extremo del edificio al otro con poca participación manual.

Al eliminar gran parte del levantamiento y el recorrido a pie, Chewy espera mejorar la seguridad, asignar a los empleados tareas de mayor valor agregado y reducir el tiempo de cumplimiento.







El proveedor de logística de terceros Werner ayuda a los cargadores a mejorar la experiencia del cliente al ofrecer amplias soluciones para envíos de productos con temperatura controlada.

BIEN HECHO BOPIS

Para los minoristas, otra estrategia para complacer a los clientes con un cumplimiento más rápido es comprar en línea, recoger en tienda (BOPIS). Si se ejecuta bien, BOPIS también puede hacer que la compra sea una experiencia cómoda y fluida. En la actualidad, las empresas que realizan envíos a los hogares enfrentan desafíos ya que el aumento del tráfico de comercio electrónico, estimulado por la pandemia, sobrecarga la capacidad de los transportistas de paquetes. "Es ideal cuando usted tiene la oportunidad de evitarlo, utilizando su propia flota o camión completo para ir a sus instalaciones, o incluso usar su inventario para recoger los estantes, y luego hacer que el cliente venga a recogerlo", comenta Todd Benge, vicepresidente de operaciones de paquetería en Transportation Insight, una empresa de logística de terceros (3PL) en Hickory, Carolina del Norte. Los clientes disfrutan de la rapidez y comodidad que ofrece BOPIS. "Muchas veces, pueden hacer un pedido en línea y recogerlo en la tienda el mismo día", dice Benge.

BOPIS es una buena alternativa para los consumidores que se sienten desanimados por las entregas que llegan más tarde de lo prometido. Este canal de ventas se ha vuelto más popular desde el inicio de la pandemia, cuando más consumidores comenzaron a pedir alimentos para recoger en la acera. "Ahora lo están usando en muchas áreas diferentes, como mejoras para el hogar, muebles y artículos deportivos", observa Robyn Meyer, socio de soluciones empresariales de Transportation Insight.

Para asegurarse de que la compra de BOPIS proporcione una buena experiencia, un minorista debe comunicarse con el cliente de manera eficaz. "Eso significa dar a los clientes actualizaciones sobre cuándo se elige el producto y cuándo está listo en el frente de la tienda", explica Benge.

El comerciante también debe brindar la oportunidad de realizar solicitudes especiales, como ayuda para cargar la compra en un automóvil, añade.

El minorista necesita un buen sistema de inventario, de modo que cuando un cliente compre un artículo, los empleados puedan localizarlo rápidamente, ya sea en el piso de la tienda, en una bodega, en un centro de cumplimiento o en otra tienda de la cadena minorista, aclara Meyer.

También es importante ajustar el sistema de compensación, de modo que los gerentes no obtengan más crédito por las ventas en la tienda que por el cumplimiento de BOPIS. Ante una diferencia en la compensación, los empleados podrían verse tentados a acumular artículos para comprarlos en la tienda.

"LOS PRODUCTOS PERECEDEROS, POR DEFINICIÓN, TIENEN UNA VIDA ÚTIL CORTA, LO QUE EJERCE MUCHA PRESIÓN SOBRE EL TIEMPO Y LA CONFIABILIDAD"

-CRAIG CALLAHAN, VICEPRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR COMERCIAL DE WERNER ENTERPRISES

Tal acumulación puede llevar a pedidos divididos, que es cuando se dice a los clientes que pueden recoger de inmediato algunos de los artículos de su pedido, pero tendrán que esperar a que el resto llegue desde una ubicación diferente, señala Meyer. Un minorista resolvió ese problema ajustando el crédito que otorgaba por las ventas de BOPIS en su acuerdo de compensación.

"Con una llamada rápida para igualar todos esos ingresos, los porcentajes de pedidos divididos se redujeron considerablemente", asegura.

PERECEDEROS PERFECTOS

Cuando las empresas compran productos de otras empresas, un elemento de una experiencia del cliente excelente es la confiabilidad: los pedidos deben llegar cuando los clientes los esperan y en buenas condiciones. Para las empresas que venden productos perecederos, el "buen estado" depende de una cadena de frío ininterrumpida.

Los productos perecederos, por definición, tienen una caducidad corta. "Eso ejerce mucha presión sobre el tiempo y la confiabilidad", advierte Craig Callahan, Vicepresidente Ejecutivo y Director Comercial de Werner Enterprises en Omaha, Nebraska, un 3PL basado en activos que hace una gran cantidad de negocios que requieren temperatura controlada.

El cargador y su socio de transporte necesitan tener acceso a suficientes equipos refrigerados de alta calidad para transportar el producto donde y cuando se necesite mientras la temperatura adecuada se mantiene. Debido a que muchos productos perecederos, como los productos frescos, son de temporada, los cargadores y sus transportistas necesitan aumentar y reducir sus planes de transporte a medida que los volúmenes fluctúan.

"Los productos agrícolas que se consumen en Estados Unidos provienen de todas partes, no solo del país, sino también de otros países", señala Callahan. Por ejemplo, a medida que la temporada de productos agrícolas en Estados Unidos se ralentiza en el otoño, la temporada en México se acelera. Por lo tanto, los cargadores necesitan que sus transportistas cambien la capacidad de un lado a otro.

"Debemos tener equipos en varias regiones de nuestro país, así como en regiones de México, para adaptarnos a eso", dice Callahan.

Para ayudar a los cargadores a complacer a sus clientes con entregas rápidas de productos aptos para el mercado, una herramienta que Werner utiliza es una gran instalación de distribución sin almacenamiento (crossdock) en Laredo, Texas. Inaugurada en 2019, esta instalación de 20 puertas facilita la transferencia de remolques de unidades eléctricas mexicanas a unidades estadounidenses. También proporciona tomas de corriente eléctricas que los conductores pueden usar para alimentar sus remolques refrigerados mientras la carga perecedera pasa por la aduana. "Se enchufan y no queman combustible", agrega Callahan.

DÍGAME QUÉ VE

Para muchas empresas que envían y reciben productos perecederos, una buena experiencia incluye la capacidad de controlar el estado de sus cargas. Esto se debe en parte a la presión para llevar el producto al mercado con una vida útil suficiente y en parte a que deben asegurarse de que el envío cumpla con las regulaciones gubernamentales.

"Quieren la capacidad de ver el producto mientras está en ruta, con actualizaciones de GPS constantes, no solo de la ubicación, sino también de la configuración de temperatura", explica Callahan.





El vendedor en línea de suministros para mascotas Chewy estima que su nuevo centro de cumplimiento totalmente automatizado en Pensilvania mejorará la eficiencia operativa y la precisión de la recolección, lo que conducirá a una mejor experiencia delcliente.

Werner proporciona esa visibilidad al mismo tiempo que utiliza tecnologías de seguimiento para evitar problemas en el equipo que puedan poner en peligro la carga. Cuando un conductor y un despachador reciben una alerta de que un remolque refrigerado tiene problemas, pueden hacer arreglos para una reparación rápida.

Los conductores y despachadores comenzaron a comunicarse de una manera aún más estrecha a finales de 2020, cuando Werner terminó de reemplazar las computadoras a bordo en la mayor parte de su flota con tablets inalámbricas. Ahora, los conductores pueden enviar y recibir información, incluidos informes sobre el progreso y el estado de sus cargas, ya sea que estén en las cabinas de sus camiones, fuera de las plataformas o comiendo en un paradero de camiones.

La información que los conductores pueden enviar desde las tablets incluye documentación para asegurar a los clientes finales que el envío se realiza según lo esperado. "Los conductores toman fotografías de los sellos, de las lecturas de temperatura y de la documentación", dice Callahan. "Esas imágenes se pueden cargar y compartir electrónicamente casi de manera instantánea, lo que nos permite tomar decisiones más rápido".

Otro 3PL, Rhenus Logistics, también utiliza la visibilidad y la comunicación sólida para ayudar a los cargadores a mejorar la experiencia del cliente.

"Es fundamental que nuestros clientes tengan una visibilidad completa de sus productos, y debemos ser proactivos y no reactivos con sus comunicaciones", recomienda Mark Landsiedel, Director Comercial de Rhenus en Estados Unidos. Con sede en Holzwickede, Alemania, Rhenus tiene oficinas en Estados Unidos en Miami, donde su instalación logística incluye una zona de comercio exterior.

Conocer la disposición de sus productos, ya sea en un almacén de Rhenus o en la carretera, ayuda a los cargadores a gestionar sus operaciones y a complacer a sus propios clientes, al mismo tiempo. "Es esencial que su cliente o consumidor final sepa exactamente lo que está sucediendo y dónde está su producto o mercancía", expone Landsiedel.

Los sistemas de TI propiedad de Rhenus, incluido su sistema de administración de almacenes, proporcionan esa visibilidad, no solo al mantener a los cargadores y a sus clientes informados, sino al darles la oportunidad de hacer correcciones cuando surgen problemas que podrían retrasar una entrega.





El minorista electrónico de plantas en macetas Bloomscape invertirá en la conversión de su modelo de distribución centralizada en una red regional, con miras a mejorar el servicio al cliente.

"ES FUNDAMENTAL QUE EL CLIENTE O CONSUMIDOR FINAL SEPA EXACTAMENTE LO QUE ESTÁ SUCEDIENDO Y DÓNDE ESTÁ SU PRODUCTO O MERCANCÍA"

-MARK LANDSIEDEL, DIRECTOR COMERCIAL DE RHENUS

"Si hay una interrupción en la cadena de abastecimiento, Rhenus tiene la capacidad de transporte aéreo, marítimo o por carretera para agilizar el envío, así como de trabajar mano a mano con nuestro cliente, y con su cliente, para garantizar que el envío llegue lo más cercano posible al tiempo previsto", dice Landsiedel.

Esta capacidad de proporcionar un plan B ha sido particularmente importante durante la pandemia, cuando los cargadores han experimentado retrasos debido a la escasa capacidad de transporte, añade Landsiedel. Como empresa descentralizada, Rhenus puede ayudar a sus clientes a tomar decisiones y resolver problemas rápidamente. "Si necesitamos reaccionar a las necesidades o demandas de un cliente, no tenemos que pasar por múltiples niveles de aprobación", agrega Landsiedel.

HORA DE EXPANDIRSE

Bloomscape, una tienda en línea que vende plantas en macetas y accesorios para plantas, apuesta por otro tipo de descentralización para mejorar la experiencia del cliente.

Bloomscape, con sede en Detroit, opera actualmente un invernadero en Grand Rapids, Michigan. Sus plantas comienzan su vida con productores de follaje en todo Estados Unidos, quienes las cultivan según las especificaciones de Bloomscape.

"Estas plantas luego maduran en invernaderos de Bloomscape", comenta Justin Mast, fundador y Director Ejecutivo de la empresa. Cuando un cliente pide un pino de Norfolk, una maceta de menta u otro producto vivo, Bloomscape lo envía a través de UPS directamente desde su propio invernadero.



Las plantas son más grandes y más saludables que las que se venden en las tiendas grandes porque no pasan tiempo en un almacén, donde la iluminación, la humedad y el cuidado pueden ser menos que ideales. "También utilizamos un diseño de empaque innovador y patentado para mantener las plantas en su lugar durante el proceso de envío", agrega Mast. Después de la venta, los clientes pueden recibir consejos sobre el cuidado de las plantas al formular preguntas al equipo de atención al cliente o utilizar una aplicación móvil.

Bloomscape recibió 15 millones de dólares en nuevos fondos, algunos de los cuales utilizará para convertir su modelo de distribución centralizada en una red regional, con miras a mejorar el servicio al cliente.

Rhenus Logistics abrió recientemente su primer almacén regional y sede para América en Miami. El 3PL estableció su presencia en América para expandir el servicio al cliente en la región. "Somos una empresa centrada en el cliente, pero detrás de la marca, en realidad somos una empresa de logística de plantas", aclara Mast. "Usaremos esta nueva ronda de financiamiento para refinar nuestra estrategia de cumplimiento regional con el objetivo de instalar centros y sistemas regionales que acorten los tiempos de tránsito, lo que permitirá un envío más rápido".

Cada instalación regional tendrá su propio invernadero. "Para nosotros, es fundamental que las plantas se mantengan en un entorno de invernadero ideal hasta el momento en que alguien haga clic en el botón de compra en el sitio web", dice Mast. "Con más centros de cumplimiento en Estados Unidos, esperamos reducir los tiempos de envío a dos días, aumentar la calidad de vida de las plantas y ampliar la variedad de plantas que ofrecemos".

Para obtener más información, visite: www.il-latam.com

*Nota del editor:

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



Encuentranos en:

INM•BILIARE

www.inmobiliare.com



+113 mil USUARIOS ÚNICOS WEB MENSUAL

+260 mil VISITAS A LA PÁGINA +80,000 NEWSLETTER

REDES SOCIALES







+17 mil SEGUIDORES



+7 milSEGUIDORES



+20 mil SEGUIDORES



587 SEGUIDORES

YA SOMOS MÁS DE

20,000 Linkedin SEGUIDORES EN

ENCUÉNTRANOS EN:



INM•BILIARE





Federico Cerdas

Co-fundador de Global Businesses Inc.

iempre he pensado que mi misión de vida debe centrarse en crear empresas que permitan dar mayor bienestar a las comunidades donde estoy, con salarios dignos y estables. Parte de lo que guió mi camino profesional para dedicarme a la construcción, es la cantidad de puestos de trabajo que la industria soporta.



Cuando la peor fase de la pandemia llegó, toda la parte directiva de Global decidió que tanto el personal de corporativo como el que trabaja en obras se quedara en casa sin afectar sus ingresos. Pues como empresa es una responsabilidad social que tenemos con cada uno de ellos.

Puede sonar imposible, pero mi sueño idealista desde niño, es la existencia de una sociedad más igualitaria, donde esa brecha social que divide a los que no tienen dinero de los que sí, desaparezca.

Esa fue la razón por la que me dediqué a la construcción, para desde mi trinchera tratar de romper con ese ciclo de pobreza estructural en el que está una parte de la población mexicana. Proporcionando trabajo, capacitación y estabilidad económica que impulse a las familias de quienes laboran con nosotros a continuar preparándose.

Muchos empresarios, entre ellos Lorenzo Servitie, fundador de Grupo Bimbo, han sido parte de mi inspiración y modelo a seguir en cuanto a la atención, importancia y preocupación por el bienestar de todos los colaboradores.

En diversas ocasiones me han preguntado el por qué de mi cercanía con la gente que me rodea, y no existe una respuesta correcta. Simplemente soy una persona que también viene del producto del esfuerzo que ha pasado por buenas y malas rachas económicas y entiendo perfectamente lo que una familia puede vivir cuando no se tiene un ingreso adecuado.

Cuando las personas están contentas, su trabajo lo hacen con ganas y con cariño, porque se sienten parte de la compañía en la que se desarrollan.

Durante abril del año pasado, cuando la peor fase de la pandemia llegó, toda la parte directiva de Global decidió que tanto el personal de corporativo como el que trabaja en obras se quedara en casa sin afectar sus ingresos. Pues como empresa es una responsabilidad social que tenemos con cada uno de ellos.

Decir que el crecimiento de Global Businesses Inc., COBRA y ahora la marca Skyhaus ha sido sólo mío, sería muy egoísta, ya que todas las personas que pasaron o continúan en mi vida, dejaron enseñanzas importantes.

La primera de ellas y la que me impulsó a perder el miedo, cumplir mi sueño y hacer lo que me gusta es Sonia Ortiz, mi madre y cofundadora de Global, con quien en 2002 y después de un suceso que me hizo ver la vida desde otra perspectiva, iniciamos esta compañía como contratistas.

El camino no ha sido fácil pero me ha dado la oportunidad de saber de lo que somos capaces, de ir ganando experiencia y principalmente de aprender de nuestros errores y saber levantarnos. Eso es lo que nos ha llevado, como empresa al lugar en el que estamos hoy en día.

Para obtener más información, www.gbinc.mx

*Nota del editor:

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



PRODUCTO HIPOTECARIO ESTRELLA POR INSTITUCIÓN BANCARIA MAYO 2021

Por:



a información que se presenta fue proporcionada por Instituciones Financieras y Simuladores Hipotecarios a la primera quincena de Mayo 2021, calculados sobre un crédito de 1 millón de pesos.

PAGO CRECIENTE A 20 AÑOS

Este esquema de crédito es recomendable para personas que se encuentran en los inicios de su carrera laboral y su expectativa de ingresos es que crezcan en el tiempo:

- 1. Estos esquemas ofrecen un mayor monto de crédito al requerir un pago mensual inicial menor.
- 2. Se puede acceder al crédito con un menor pago inicial (enganche y gastos), requieren menor ahorro previo.
- 3. Hay que asegurarse de informarse bien sobre cómo crecerán los pagos para planear a futuro.
- 4. En productos sin penalización por prepago, es recomendable hacer abonos a capital para liquidar el crédito en menos tiempo y ahorrar intereses.

SANTANDER HIPOTECA FREE

(intereses reales del crédito deducibles): 10.65%

Mensualidad Integral

Tasa de interés

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$8.550

Aforo Máximo: Tradicional 90%

Apoyo Infonavit 95% Cofinanciamiento 111% Sin tope para clientes Select

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$ 250,000

Comisión por apertura: Sin comisión por apertura

CAT promedio sin IVA:

Ingreso bruto requerido: \$22,208

Otras características del crédito:

• Crédito a Tasa Anual Fija.

- Empieza con una mensualidad flexible para alcanzar un mayor monto.
- Por pago puntual el cliente baja su tasa al 9.65%.
- Sin comisión apertura.
- Sin pago de avalúo.
- Sin pago de seguros de vida, daños y desempleo.
- Si mantienes tus pagos puntuales líquidas en 16 años 8 meses.

SCOTIABANK CREDIRESIDENCIAL VALORA

Tasa inicial desde 9.00% hasta 11.00%

\$8,953.47

Hasta el 95%

\$400.000

0.75% Apoyo Infonavit y Cofinavit

1.25% Sin Apoyo Infonavit y Cofinavit

\$250.000

\$16,054.55



- Con nuestras opciones de crédito pagas más a capital desde el inicio.
- Disminución de tasa por pago puntual.
- Financiamiento para construir o remodelar, adquirir vivienda inclusive en preventa, pago de pasivo a otra institución financiera y liquidez vivienda (adquisición de una vivienda diferente a la que se deja en garantía).
- Aplica apoyo Infonavit y Cofinavit.
- Seguro de desempleo gratis, cubre 3 meses por año.
- Seguro de vida cubre al titular o coacreditado considerado.
- Seguro de daños, cubre el valor constructivo del inmueble, en caso de pérdida total el seguro cubre el saldo del crédito y el remanente se entrega al cliente, además protege tu casa con beneficios adicionales como son responsabilidad civil familiar, robo de contenidos y gastos extras a consecuencia de siniestros.
- Pagos anticipados sin penalización.
- Plazos de 10, 15 y 20 años.

CITIBANAMEX HIPOTECA PERFILES A TU MEDIDA

Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	De 9.50% hasta 10.25%
Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$9,149.52
Aforo Máximo:	90% *
	\$300,000
Valor mínimo de la vivienda:	\$750,000 **
	0%
CAT promedio sin IVA:	11.2%
Ingreso bruto requerido:	\$27,109.70

- Sin comisiones por apertura de crédito, de administración o prepagos, sin incrementos en la tasa de interés.
- Incremento del pago mensual (sin seguros) del 2% anual respecto a la mensualidad del año inmediato anterior.
- Reconoce tu buen historial crediticio.
- Beneficios adicionales si cuentas con otros productos Citibanamex.
- Plazo único de 20 años.
- Aplican términos y condiciones.
- Consulta condiciones de contratación en www.citibanamex.com
- * Para productos cofinanciados con Infonavit / Fovissste
- ** Valor Mínimo de Vivienda: Macroplaza (CDMX, GDL y MTY) \$1,000,000 y resto de la República \$750,000.

HSBC PAGO BAJO

Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	Tasa de interés fija anual desde 7.95% a 8.90% (1)
Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$7,811 (2)
Aforo Máximo:	Hasta el 90% Adquisición Tradicional (3)
Monto mínimo de crédito:	\$200,000
Valor mínimo de la vivienda:	
Comisión por apertura:	0%
CAT promedio sin IVA:	10.4%
Ingreso bruto requerido:	\$12,018 (Ingreso Neto requerido)
• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	

Otras características del crédito:

- Es un derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito.
- (1) Tasa de Interés fija anual exclusiva para clientes HSBC Premier con financiamiento hasta el 90% sobre el valor del avalúo del inmueble. Sujeto al enganche, capacidad e historial crediticio del cliente. Para aquellos clientes que soliciten un crédito cofinanciado y cuyo porcentaje máximo a financiar sea de 80% sumando el crédito INFONAVIT o FOVISSSTE y el Crédito HSBC podrán obtener una tasa del 7.95% para los plazos de 15 y 20 años.
- (2) El cálculo se realiza con una tasa de Interés fija anual del 8.90%, con financiamiento hasta el 90% sobre el valor del avalúo del inmueble, a un plazo de 20 años.

PAGO BAJO

CAT Promedio "Crédito Hipotecario HSBC Pago Bajo" 10.8% Sin IVA. Informativo. Vigencia al 31 de mayo 2021. Fecha de cálculo: 01 de diciembre 2020. Cobertura Nacional. Crédito en Moneda Nacional. Información sujeta a cambios sin previo aviso. Sujeto a aprobación. Consulte rrequisitos, términos, condiciones de contratación y comisiones en www.hsbc.com.mx

- (3) El porcentaje máximo de financiamiento con base en la capacidad de pago e historial crediticio del cliente.
- Acérquese a su sucursal más cercana o a un Centro Hipotecario y pregunte por las opciones de financiamiento que tenemos para usted. Consulte www.hsbc.com.mx/hipotecario





HIPOTECA CRECIENTE BBVA

_		_	_
Tasa	de	inte	rés

(intereses reales del crédito deducibles): 11.20%, 12.00%, 12.80%

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$10,641.03

Aforo Máximo: 90%

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$300,000

Comisión por apertura: Sin Comisión por Apertura

CAT promedio sin IVA:

Ingreso bruto requerido: \$26,603

Otras características del crédito:

- Plazo único de 20 años.
- Aplica para programas de Apoyo Infonavit, Cofinavit, Alia2 y Respalda2. Su mensualidad incluye 5 coberturas de seguro: vida, daños al inmueble, responsabilidad civil, contenidos y desempleo.
- Datos calculados sobre un crédito de \$1,000,000 con un valor de vivienda de \$1,111,111.
- Comisión de Autorización Diferida mensual: 0.25 al millar sobre el monto de crédito.
- Aforo del 90%
- Plazo a 20 años
- LEGALES: CAT Promedio 14.1% Sin IVA, para fines informativos y de comparación. Vigencia hasta el 31 de julio de 2021.
- Para conocer los términos y requisitos de contratación, condiciones financieras, monto y conceptos de las comisiones aplicables llama al Centro de Atención Hipotecario: (55) 1102 0015, consulta los servicios electrónicos proporcionados en el sitio de Internet www.bbva.mx o bien acude a una Sucursal. Tasa fija de interés anual. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Sujeto al cumplimiento de los requisitos necesarios para su contratación y a la revisión del historial crediticio actualizado del solicitante.

PAGO FIJO A 20 AÑOS

Esquema de crédito más conservador, recomendable para personas con una situación financiera consolidada.

- 1. Da la tranquilidad de que siempre se pagará lo mismo pase lo que pase.
- 2. El monto del crédito comparado con el valor de la propiedad es menor y se requiere de un mayor ahorro para el pago inicial.
- 3. El pago mensual inicial es mayor que en los esquemas de pagos crecientes, pero este es fijo y no sufre modificaciones en el tiempo. En términos reales (descontando la inflación) el pago se reduce con el tiempo.
- 4. En productos sin penalización por prepago, es recomendable hacer abonos a capital para liquidar el crédito en menos tiempo y ahorrar intereses.

HIPOTECA FUERTE BANORTE

Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	7.50%
Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$9,299.52
Aforo Máximo:	90% Tradicional 95% Apoyo Infonavit y Cofinanciados 93% en Cofinavit si el valor de la vivienda supera los \$7,000,000 (Cofinavit + Banorte=110% del valor avalúo siempre y cuando el valor avalúo tope en \$7,000,000).
Monto mínimo de crédito:	\$75,000
Valor mínimo de la vivienda:	\$350,000
Comisión por apertura:	1% (puede ser financiada)
CAT promedio sin IVA:	9.8% (1)
Ingreso bruto requerido:	\$18,599.04

- Crédito a Tasa Anual Fija desde 7.50%, tasa asignada de acuerdo a su comportamiento crediticio.
- ** La comisión por apertura puede ser financiada.
- Si eliges Seguros Banorte puedes decidir entre cobertura Amplia o Básica. Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos en banorte.com. Aplican restricciones, información sujeta a cambios sin previo aviso. (1)Hipoteca Fuerte Banorte CAT Promedio 9.8% sin IVA, para tasa 7.50%, en plazo de 20 años con un crédito de \$1,000,000 de pesos, financiamiento del 90% con cobertura de seguro Básica en Adquisición de vivienda esquema tradicional. Calculado al de 04 abril 2021. Para fines informativos y de comparación exclusivamente. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito.



SANTANDER HIPOTECA FREE

Tasa de interés

(intereses reales del crédito deducibles): 10.65%

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$9,378

Aforo Máximo: Tradicional 90%

Apoyo Infonavit 95% Cofinanciamiento 100%

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$250,000

Comisión por apertura: Sin comisión por apertura

CAT promedio sin IVA: 10.7%

Ingreso bruto requerido: \$24,358

Otras características del crédito:

- Crédito a Tasa Anual Fija.
- Empieza con una mensualidad flexible para alcanzar un mayor monto.
- Por pago puntual el cliente baja su tasa al 9.65%.
- Sin comisión apertura.
- Sin pago de avalúo.
- Sin pago de seguros de vida, daños y desempleo
- Si mantienes tus pagos puntuales líquidas en 16 años 8 meses.

SCOTIABANK CREDIRESIDENCIAL PAGOS OPORTUNOS

Tasa de interés Pago Tasa inicial 9.95% que disminuye año con año, a partir

(intereses reales del crédito deducibles): del año 5 al 20 se manejará la tasa 9.20%.

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$10,593.47

Aforo Máximo: Hasta el 95%

Monto mínimo de crédito: \$250,000

Valor mínimo de la vivienda: \$400,000

Comisión por apertura: 0.75% Apoyo Infonavit y Cofinavit

1.25% Sin Apoyo Infonavit y Cofinavit

	CAT promedio sin IVA:	11.6%
•		
	Ingreso bruto requerido:	\$17,672.73

Otras características del crédito:

- Con nuestras opciones de crédito pagas más a capital desde el inicio.
- Disminución de tasa por pago puntual.
- Financiamiento para construir o remodelar, adquirir vivienda inclusive en preventa, pago de pasivo a otra institución financiera y liquidez vivienda (adquisición de una vivienda diferente a la que se deja en garantía).
- Aplica Apoyo Infonavit y Cofinavit.
- Seguro de Desempleo gratis cubriendo 3 meses por año.
- Seguro de vida, cubre al titular o coacreditado.
- Seguro de daños, cubre el valor constructivo del inmueble, en caso de pérdida total el seguro cubre el saldo del crédito y el remanente se entrega al cliente, además protege tu casa con beneficios adicionales como son responsabilidad civil familiar, robo de contenidos y gastos extras a consecuencia de siniestros.
- Pagos anticipados sin penalización.
- Plazos de 7, 10, 15 y 20 años.

HIPOTECA PERFILES CITIBANAMEX

Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	De 9.50% hasta 10.25%
Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$10,172.86
Aforo Máximo:	90% *
Monto mínimo de crédito:	\$300,000
Valor mínimo de la vivienda:	\$750,000 **
Comisión por apertura:	0%
CAT promedio sin IVA:	11.2%
Ingreso bruto requerido:	\$ 29,065.31

- Sin comisiones por apertura de crédito, de administración o prepago, sin incrementos en la mensualidad ni en la tasa de interés.
- Reconoce tu buen historial crediticio.
- Beneficios adicionales si cuentas con otros productos Citibanamex.
- Plazos disponibles: 10, 15 y 20 años.
- Aplican términos y condiciones.
- Consulta condiciones de contratación en www.citibanamex.com
- * Para productos cofinanciados con Infonavit / Fovissste
- ** Valor Mínimo de Vivienda: Macroplaza (CDMX, GDL y MTY) \$ 1,000,000.00 y Resto de la República \$ 750,000.00



HSBC PAGO FIJO

Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	Tasa de interés fija anual desde 7.95% a 8.90% (1)
Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$8,795 (2)
Aforo Máximo:	Hasta el 90% Adquisición Tradicional (3)
Monto mínimo de crédito:	\$ 200,000
Valor mínimo de la vivienda:	\$ 350,000
Comisión por apertura:	0%
CAT promedio sin IVA:	10.4%
Ingreso bruto requerido:	\$13,531.00 (Ingreso Neto Requerido)

- Es un derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito.
- (1) Tasa de Interés fija anual exclusiva para clientes HSBC Premier con financiamiento hasta el 90% sobre el valor del avalúo del inmueble. Sujeto al enganche, capacidad e historial crediticio del cliente. Para aquellos clientes que soliciten un crédito cofinanciado y cuyo porcentaje máximo a financiar sea de 80% sumando el crédito INFONAVIT o FOVISSSTE y el Crédito HSBC podrán obtener una tasa del 7.95% para los plazos de 15 y 20 años.
- (2) El cálculo se realiza con una tasa de Interés fija anual del 8.90%, con financiamiento hasta el 90% sobre el valor del avalúo del inmueble, a un plazo de 20 años.
- CAT Promedio "Crédito Hipotecario HSBC Pago Fijo" 11.7% Sin IVA. Informativo. Vigencia al 31 de mayo 2021. Fecha de cálculo: 01 de diciembre 2020. Cobertura Nacional. Crédito en Moneda Nacional. Información sujeta a cambios sin previo aviso. Sujeto a aprobación de crédito. Consulte términos, condiciones de contratación y comisiones en www.hsbc.com.mx
- (3) El porcentaje máximo de financiamiento con base en la capacidad de pago e historial crediticio del cliente.
- Acérquese a su sucursal más cercana o a un Centro Hipotecario y pregunte por las opciones de financiamiento que tenemos para usted. Consulte www.hsbc.com.mx/hipotecario.





HIPOTECA FIJA BBVA

	Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	Desde 7.90% hasta 10.40%
•	Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$9,352
	Aforo Máximo:	90,0%
	Monto mínimo de crédito:	\$50,000
	Valor mínimo de la vivienda:	\$180,000
	Comisión por apertura:	0 - 1.00%
	CAT promedio sin IVA:	9.8%
	Ingreso bruto requerido:	\$23,380

- Datos calculados con una tasa de interés fija anual del 7.90% sobre un crédito de \$2,000,000 con un valor de vivienda de
- Comisión de Autorización Diferida mensual: 0.15 al millar sobre el monto de crédito.
- Plazo a 20 años
- oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Sujeto al cumplimiento de los requisitos necesarios para su



BX+ CASA

	Tasa de interés (intereses reales del crédito deducibles):	Tasa de interés desde 7.90% hasta 10.3% fija anual
••	Mensualidad Integral (incluye capital, intereses, seguros y comisiones):	\$9,515
•	Aforo Máximo:	80%
	Monto mínimo de crédito:	\$600,000
••	Valor mínimo de la vivienda:	\$666,667
••	Comisión por apertura:	Desde 1%
••	CAT promedio sin IVA:	10.2%
• •	Ingreso bruto requerido:	\$19,293

Otras características del crédito:

- Enganche desde 20%
- En esquema COFINAVIT el financiamiento máximo entre el Infonavit y el Banco, no debe rebasar el 85% del valor del inmueble en relación al avalúo.
- Respuesta de precalificación en 24 horas.
- Tasa fija, durante toda la vida del crédito.
- Pagos anticipados sin penalización.
- Sin comisión por estudio de crédito.
- Sin gasto de investigación.
- Sin incremento en mensualidad.
- CAT promedio sin IVA en pesos, presentado para fines informativos y de comparación exclusivamente. Vigencia al 31 de marzo 2021, sujeto a cambios sin previo aviso. Calculado al 30 de noviembre 2020 sobre un crédito de \$1,000,000 con un valor de vivienda de \$1,500,000 y plazo 20 años. Se consideran Monto de Crédito, Capital, Intereses, Seguro de Vida, Seguro de Daños, Investigación de Crédito, Comisión de Apertura, Comisión por administración mensual y Costo de Avalúo. Calculado para créditos denominados en Moneda Nacional con tasa de interés fija anual.
- El valor de la vivienda usado para el cálculo del Costo Anual Total (CAT) se basa en los valores de vivienda promedio estipulados por la SHF.
- La tasa y comisión por apertura más bajas; así como enganche más alto aplican únicamente para clientes con excelente historial crediticio.
- Adquiere una vivienda nueva o usada con Bx+ Casa. Consulta condiciones de contratación en www.vepormas.com

[•]

Para obtener más información, visite: https://www.crediteka.com/

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



EL CUMPLIMIENTO ELECTRÓNICO



GANA VELOCIDAD

Por Merrill Douglas

Cómo las empresas de comercio electrónico y los servicios de transporte satisfacen la demanda cuando la entrega rápida no es lo suficientemente rápida.

Los clientes de comercio electrónico adoran la velocidad, y este amor engendró el Efecto Amazon, la presión competitiva para llevar los productos a los consumidores en dos días, un día o incluso unas cuantas horas.

Ya sea que envíen paquetes pequeños o artículos grandes y voluminosos, y que los envíos sean a nivel nacional, regional o local, los minoristas directos al consumidor pueden acelerar los procesos en muchos puntos de la cadena de abastecimiento, desde el centro logístico hasta la puerta del consumidor. Gran parte de ese esfuerzo podría centrarse en el transporte.

Cuando los cargadores y sus socios de transporte buscan reducir los tiempos de entrega, algunas de sus mejores estrategias se centran en la forma en que diseñan la red de transporte, cómo colocan el inventario para futuras entregas, cómo implementan la tecnología y cómo combinan los modos de transporte.

Ubicación estratégica

LaserShip, con sede en Vienna, Virginia, ofrece entregas en el mismo día, al día siguiente y en dos días en 20 estados del este y medio oeste. Para pedidos dentro de esas regiones, un comerciante de comercio electrónico puede elegir LaserShip sobre un transportista de paquetería nacional porque el servicio regional entrega los productos más rápido.

"Buscamos reducir días, o incluso horas, de tránsito siempre que sea posible", comenta Josh Dinneen, director comercial de LaserShip. "Tenemos una huella de uno y dos días mayor que los transportistas nacionales, dependiendo del origen del producto".

Por ejemplo, un producto recogido en Nueva Jersey podría llegar en dos días a un destino en Florida por transporte terrestre.

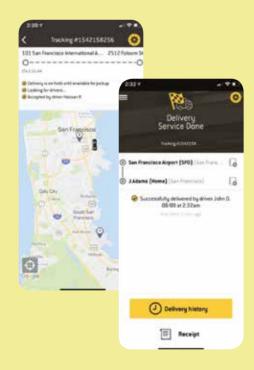
Si bien no puede competir con UPS o FedEx en el servicio nacional, LaserShip afirma tener una ventaja en las entregas regionales gracias a la forma en que ha diseñado su red en estrella, que incluye 60 ubicaciones y cuatro centros de clasificación.

"Diseñamos esta red de comercio electrónico para la entrega residencial", comenta Dinneen. Aunque LaserShip también va a destinos comerciales, sus conductores, todos contratistas independientes, por lo general no pasan sus días sirviendo a edificios de oficinas de gran altura o campus corporativos. Así que LaserShip no ubica sus instalaciones cerca de esas propiedades.

"Necesitamos estar donde están las densas comunidades residenciales urbanas y rurales", señala.

La pandemia ha ralentizado las cosas, pero LaserShip sique expandiendo su presencia, agregando servicios en Raleigh y Durham, Carolina del Norte, Wilkes-Barre, Pensilvania y Buffalo, Nueva York, en 2020. "Somos muy estratégicos sobre las próximas áreas metropolitanas en las que queremos estar", agrega Dinneen. "Preguntamos, ¿Cómo ayuda eso a nuestros minoristas, nuestros socios actuales y nuestras relaciones futuras, a hacer llegar las cosas al consumidor más rápido?

A través de sus aplicaciones móviles, web, asistente inteligente y de mensajería, Rapidus ofrece a las empresas entregas en una hora y el mismo día, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año.







El servicio de entrega exclusiva de última milla de Ryder ofrece visibilidad y seguimiento de extremo a extremo en tiempo real a los minoristas y a sus clientes para el transporte y la entrega de pedidos a domicilio.

Optimización de la última milla

El servicio de última milla de Ryder, Ryder Last Mile, que entrega artículos grandes y voluminosos, ubica sus instalaciones cuidadosamente para optimizar el tiempo de transporte. Cuando un consumidor compra un producto de un cliente de Ryder Last Mile en línea o en la tienda, Ryder recibe ese pedido, programa una cita con el consumidor y luego realiza la entrega desde un centro logístico cerca del destino.

"Tenemos alrededor de 90 instalaciones únicas ubicadas estratégicamente en todo Estados Unidos que reciben carga consignada del minorista o fabricante", comenta Jeff Abeson, vicepresidente de ventas de Ryder Supply Chain Solutions. La carga consignada consiste en artículos que los consumidores ya han pedido.

Los empleados de Ryder realizan controles de calidad en todos los productos antes de enviarlos y, si es necesario, los ensamblan antes de ponerlos en camiones para su entrega.

Dónde colocar el producto

Ryder también utiliza sus instalaciones de última milla para posicionar el inventario aún no vendido para los comerciantes, manteniendo los artículos populares cerca de los principales mercados con el fin de promover el cumplimiento rápido. Los comerciantes que asignan el inventario no vendido a futuro deben pensar detenidamente qué productos colocar, dónde colocarlos y en qué cantidades.

"Están tratando de equilibrar el servicio con los costos de mantenimiento del inventario", comenta Abeson. "Trabajamos con ellos para tratar de encontrar las ubicaciones óptimas". Ryder diseñó su red logística de última milla tomando en cuenta la velocidad y busca oportunidades para mejorar la configuración. "Realizamos ejercicios de diseño de redes continuamente con el fin de asegurarnos de que tenemos nuestras ubicaciones en los lugares correctos para soportar el volumen", señala Abeson. "Tratamos de asegurarnos de estar cerca de la población y de que nuestras instalaciones tengan el tamaño adecuado para soportar una cierta cantidad de crecimiento".

Enlaces con Bond

Bond, un servicio de cumplimiento de última milla en la ciudad de Nueva York, utiliza una red de "nano centros de distribución" (NDC) para colocar el inventario de los comerciantes lo más cerca posible de los clientes de modo que pueda realizar entregas el mismo día. Los NDC son espacios comerciales pequeños, como escaparates, que Bond alquila a grandes firmas inmobiliarias.

Mediante enlaces a las plataformas de comercio electrónico de sus clientes, Bond recopila datos sobre la demanda pasada y proyectada, y utiliza esa información para calcular dónde almacenar el inventario. La ubicación, e incluso la cantidad de NDC en servicio, puede cambiar a medida que los comerciantes ven que la demanda fluctúa en varios vecindarios.

LA ENTREGA EL MISMO DÍA MEJORA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DE ONIA

La marca de trajes de baño directo al consumidor Onia es mucho más que un minorista en línea, es una marca de estilo de vida centrada en el consumidor comprometida con brindar una experiencia sensacional durante todo el recorrido del cliente. La marca tiene como objetivo hacer que la vida fácil sea más asequible, comenzando con una experiencia de última milla fácil y agradable para sus clientes.

Nathan Romano, cofundador de Onia, analiza las expectativas del cliente y la manera en que ofrece entregas el mismo día ha transformado el negocio.

¿Qué experiencia ofrece Onia a sus compradores en línea?

El servicio al cliente es la base de todo lo que hacemos, y siempre estamos buscando formas de ofrecer un servicio más fluido a nuestra familia Onia donde sea que estén comprando.

Una crítica positiva que recibimos repetidamente de nuestros clientes es que nuestras entregas son rápidas y confiables. Recientemente, también presentamos la entrega sin contacto el mismo día. Ofrecemos devoluciones de toda la mercancía a precio completo dentro de los 14 días posteriores a la fecha de entrega.

Ha estado presente desde 2009. ¿Qué ha cambiado durante los últimos años en lo que respecta a las expectativas de los clientes?

Los clientes se preocupan un poco por la historia detrás de la marca, la personalidad, el punto de vista. También se preocupan por el mundo de las redes sociales y quieren interactuar con nosotros allí. Pero desde 2009 las principales expectativas siguen siendo la calidad, el servicio a la medida y el estilo. Eso es algo que nunca perdemos de vista.

¿Qué canales utiliza para gestionar la experiencia y las relaciones con sus clientes?

Intentamos estar disponibles para nuestros fans de todas las formas posibles. Contamos con un equipo de servicio al cliente dedicado que atiende las consultas de los clientes por teléfono, correo electrónico y mediante un monitoreo constante de las redes sociales, desde mensajes directos hasta comentarios.



Nuestros consumidores comprenden muy bien la marca, por lo que siempre nos entusiasma escuchar sus opiniones y ver cómo podemos seguir perfeccionando el proceso de CS, y la marca en general, mediante nuestras interacciones.

¿Qué importancia tiene la última milla para Onia y sus clientes? ¿Cómo proporciona una experiencia de marca que se extiende a lo largo de la fase posterior a la compra?

La última milla es importante, si no es que más importante que la primera. Comprar algo de Onia no es solo una transacción, es una experiencia. Y, como tal, ofrecemos a nuestra familia extendida de todo, desde ventas privadas hasta llamadas en las redes sociales.

Y, desde luego, su servicio al cliente no termina después de una compra. Estamos aquí para obtener consejos de estilo, ideas para artículos, recomendaciones... lo que sea que nuestros clientes tengan que decir, lo queremos escuchar.



Onia comenzó a ofrecer recientemente entregas en el mismo día en la ciudad de Nueva York. ¿Por qué fue importante para su marca ofrecer este servicio y cuál ha sido la respuesta general?

Primero, en medio de la COVID-19, pensamos que esto daría a los clientes una experiencia de intercambio segura y conveniente; todo nuestro proceso de entrega en el mismo día es sin contacto, lo que garantiza la salud de nuestros consumidores y empleados.

También creemos en la adaptación y el mantenimiento de su estilo de vida; sabemos que el cliente típico de Onia está sumamente ocupado y siempre está en movimiento, por lo que esta es una manera de ofrecer una gratificación instantánea, en particular, por ejemplo, si está empacando en el último minuto para unas vacaciones o quiere probarse cosas de inmediato.

La respuesta ha sido increíble: vemos que los clientes piden más piezas que antes y devuelven menos, creemos que esto se debe a la inmediatez y a la eficacia del sistema.

FUENTE: withbond.com, julio de 2020

"Podemos lanzar otro centro de distribución en 48 horas", señala Dan Eblagon, director de marketing de Bond. "Pueden ser dos nano centros de distribución que cubran la ciudad, o pueden llegar hasta 13. Depende mucho de los volúmenes, las opciones de entrega y otros requisitos que tienen las marcas".

Bond tiene sus raíces en una empresa de abarrotes de consumo directo llamada Shookit en Tel Aviv. Desanimado por su experiencia con proveedores de entrega de terceros, Shookit desarrolló su propia red y tecnología de soporte. Pronto comenzó a ofrecer entregas a otros minoristas de comercio electrónico.

Bond, una empresa estadounidense, tiene su sede en Nueva York, aunque su rama de investigación y desarrollo está ubicada en Israel. Se está preparando para expandir su servicio a otras ciudades.

Los comerciantes de comercio electrónico que trabajan con UPS pueden elegir entre varias opciones para el posicionamiento del inventario. El servicio Ware2Go de UPS permite a los comerciantes colocar el producto en cualquier número de almacenes para acortar las distancias de entrega. Los comerciantes también pueden revisar sus estrategias de posicionamiento a medida que los requisitos cambian.

"Es posible que necesite un almacén durante seis meses en Orlando porque estoy haciendo una promoción solo en Florida", señala Nick Basford, vicepresidente de comercio electrónico global y estrategia minorista de UPS, con sede en Atlanta, a modo de ejemplo. Sin embargo, para muchas empresas de comercio electrónico pequeñas y medianas, el servicio de UPS preferido es eFulfillment, que les permite colocar la mercancía en un centro logístico en Bloomington, California, uno en Louisville, Kentucky o ambos.

UPS eligió esas ubicaciones porque son los sitios óptimos para aprovechar su red de transporte, señala Basford.

A menudo, un minorista que tiene su propio centro logístico utilizará el cumplimiento electrónico o eFulfillment para tener presencia en el otro extremo del país. "Por ejemplo, un cliente ya tiene presencia en la Costa Oeste y quiere servir al Este desde una zona más cercana [la unidad en la que UPS basa sus tarifas] con un tiempo de tránsito en tierra más rápido", señala Basford.

Un comerciante también puede usar los almacenes y diferentes servicios de transporte de UPS con el fin de cumplir con diferentes compromisos de tiempo para distintos canales de compras. Por ejemplo, un cargador puede organizar una entrega más rápida para los pedidos que llegan a través de Amazon Prime Marketplace y un servicio más lento para los pedidos realizados a través de eBay o Etsy.

Ventaja digital

Los cargadores y sus socios de transporte también confían en la tecnología para reducir el tiempo de entrega. "Seguimos añadiendo automatización a nuestros centros de entrega y adquiriendo más equipos de manejo de materiales para hacer que las cosas fluyan más rápido", comenta Dinneen de LaserShip.



Bond ofrece servicios de experiencia posterior a la compra que están diseñados para marcas directas al consumidor y empresas de comercio electrónico, lo que les brinda la capacidad de ofrecer a sus clientes entrega programada en el mismo día gratuita. Para mantener su huella pequeña, Bond utiliza triciclos eléctricos especiales para todas sus entregas.

La tecnología también juega un papel importante en la carretera. "Creamos nuestra propia aplicación móvil, que ayuda a nuestros contratistas independientes a obtener secuencias automatizadas e instrucciones paso a paso para realizar las entregas", agrega Dinneen. La aplicación ayuda a los conductores a elaborar rutas eficientes y luego a moverse sin problemas de una parada a la siguiente.

Otra empresa que utiliza tecnología digital para respaldar un servicio rápido es Rapidus, un servicio de mensajería local que actualmente opera en California y Colorado, y en las áreas de Seattle y Dallas. Rapidus atiende una variedad de mercados de mensajería tradicionales, haciendo entregas de todo, desde cheques de pago hasta planos y órganos para trasplantes.

También sirve a comerciantes de comercio electrónico. a menudo a través de su asociación con la plataforma Shopify. Una aplicación Rapidus en Shopify permite a los comerciantes ofrecer entregas locales en una hora y el mismo día dentro de las áreas de servicio de Rapidus.

Rapidus utiliza un modelo similar a Uber, en asociación con pequeñas empresas de mensajería y conductores profesionales independientes. Los conductores usan sus teléfonos para aceptar trabajos de reparto; Rapidus utiliza entonces el enlace móvil para rastrear el avance de los conductores en tiempo real y comunicarse según sea necesario.

Además, Rapidus y sus conductores utilizan la tecnología para planificar la máxima eficiencia. Cuando Rapidus recibe una solicitud para recoger un paquete, ofrece el trabajo al conductor más cercano a esa ubicación que ya está en camino en la dirección correcta, dice Olexandr Prokhorenko, cofundador y director ejecutivo de Rapidus en San Francisco.

"Tenemos esa información porque aprendemos todo lo que podemos de los patrones de conducción de todos los socios de entrega, ya que están usando nuestras aplicaciones y las rastreamos en tiempo real", explica Prokhorenko. La empresa también utiliza información de terceros, como los servicios de datos de tráfico, para tomar decisiones que pueden acelerar las entregas.



Recientemente, Rapidus agregó inteligencia artificial (IA) a su arsenal, utilizando datos históricos sobre las entregas y datos actuales sobre las condiciones del mercado para predecir la próxima demanda.

"Por ejemplo, ¿qué probabilidades hay de que recibamos en San José una entrega proveniente de San Francisco a las 8 a.m.?", añade Prokhorenko. "Eso nos permite exponer esa información a los conductores de modo que puedan hacer una reservación previa".

Ryder Last Mile aumenta la velocidad de cumplimiento mediante el uso de tecnología patentada para planificar las entregas, ejecutar esos planes y monitorear el avance de los conductores. En cada centro logístico, el proceso comienza unos días antes de una serie de citas de entrega, cuando Ryder optimiza las rutas de los conductores.

"Eso nos permite ver toda la carga que tenemos en nuestro edificio, ejecutar la rutina de optimización y luego construir camiones productivos", comentó Abeson.

Las compensaciones correctas

Un desafío en este proceso es cómo hacer las compensaciones correctas entre velocidad y servicio al cliente. Eso es particularmente crucial cuando un cliente necesita que Ryder no solo entregue un artículo grande en un hogar, sino que lo lleve adentro y lo configure.

"Nosotros y nuestros clientes tratamos de lograr ese equilibrio entre una ruta eficaz, ser lo más eficientes que podamos y asegurarnos de que tenemos suficiente tiempo para dedicarlo al consumidor final", explica Abeson.

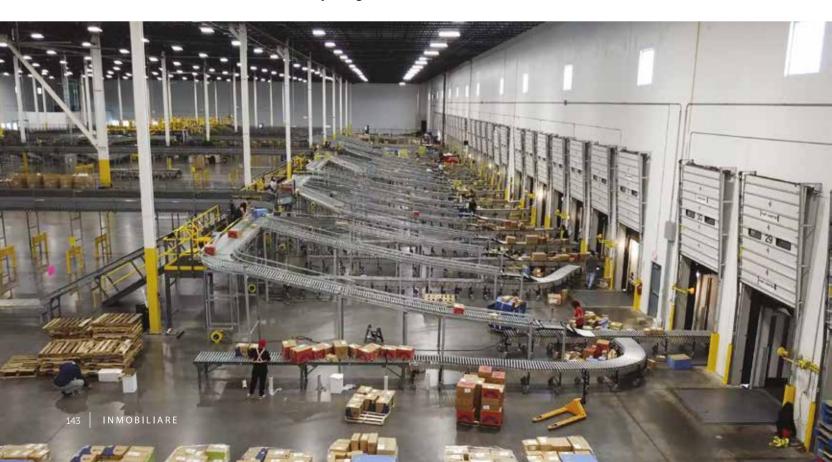
Una vez que los camiones de reparto salen a la carretera, Ryder usa una aplicación en los teléfonos de los conductores para detectar atascos de tráfico, entregas a domicilio más lentas de lo esperado u otras demoras.

"La aplicación comprende la hora estimada de llegada frente al tiempo estimado de llegada previsto", dice Abeson. "Si comienza una desviación de material, nuestro sistema se actualiza automáticamente de modo que podamos hacer un ajuste". Luego, un despachador trabaja con el conductor para volver a encarrilar las cosas.

En UPS, cuando la plataforma de comercio electrónico de un comerciante transmite pedidos al servicio eFulfillment, los sistemas integrados de gestión de pedidos y administración de almacenes de UPS determinan qué servicio de UPS utilizar y dónde introducir los paquetes en la red de transporte.

"Se entregarían en la cartera de servicios aéreos o terrestres, o en nuestra cartera de Mail Innovations o SurePost, para que coincidan con el tiempo en tránsito que se vincula a las listas de precios que el cliente eligió para esos pedidos en particular", dice Basford.

La red de entrega terrestre de última milla de LaserShip consta de más de 60 centros de distribución y cuatro centros de clasificación en 23 estados, que llegan a más de 140 millones de consumidores estadounidenses.





La solución de eFulfillment llave en mano de UPS recibe inventario de sus clientes de comercio electrónico y luego recoge, empaca y envía los pedidos a los consumidores.

Bond utiliza tecnología patentada para mantener un servicio rápido, asignando paquetes a los conductores de manera estratégica y enviándolos por las rutas más rápidas posibles.

Entrega a la moda

Un cuarto conjunto de estrategias involucra el modo de transporte. Bond, por ejemplo, mantiene su velocidad, a pesar del tráfico de la gran ciudad, al enviar conductores a través de los cinco condados de Nueva York en triciclos eléctricos de carga. "Son rápidos, convenientes y ecológicos", señala Eblagon.

UPS controla una red que incluye transporte terrestre y aéreo. Y Rapidus pronto presentará un nuevo servicio terrestre y aéreo combinado para ofrecer entrega regional el mismo día. El precio de este transporte es competitivo con el servicio al día siguiente de un transportista de paquetes nacional, asegura Prokhorenko.

"Tenemos contratos con varias aerolíneas que podemos combinar con nuestro servicio de entrega de última milla", dice. Por ejemplo, un conductor de Rapidus podría entregar un paquete desde una ubicación en San Francisco al aeropuerto local y ponerlo en un vuelo a Los Ángeles. Allí, otro conductor de Rapidus llevaría el paquete a su destino.

"Si tiene suerte, puede conseguirlo en tres o cuatro horas", agrega. "Y puede ver dónde exactamente está su paquete en su teléfono o en la web".

Ni Rapidus ni las otras compañías entrevistadas para este artículo han reclamado crédito por el hombre con un jet pack visto volando cerca del Aeropuerto Internacional de Los Ángeles en septiembre y octubre de 2020. ¿Pero quién sabe? ¿Cuánto tiempo pasará antes de que alguna empresa busque reducir aún más los tiempos de entrega lanzando mensajeros al cielo?

> Para obtener más información, visite: www.il-latam.com

*Nota del editor:

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



EMPACADO DE ALIMENTOS: ÉSE SÍ ES UN EMPAQUE

Por Karen Kroll



Los impactos ambientales, las preocupaciones por los costos y los avances tecnológicos impulsan el deseo por la innovación en el envasado y empacado de alimentos.

esde los empaques de alimentos fabricados con almidón de maíz y recubrimientos a base de plantas que extienden la frescura de la fruta hasta las botellas de licor hechas de papel, los empaques de alimentos y bebidas tradicionales se están sometiendo a una revisión.

"Numerosas iniciativas en Estados Unidos y Europa financian el trabajo en plásticos alternativos", comenta Carson Meredith, director ejecutivo del Renewable Bioproducts Institute y profesor del Instituto de Tecnología de Georgia.

Detrás de esta innovación hay un reconocimiento creciente de que la conveniencia de los empaques desechables tradicionales impone costos medioambientales y económicos importantes.

"Los empaques desechables se basan en la extracción continua de materias primas limitadas para mantenerse al día con la demanda del mercado", señala Bridget Croke, directora general de Closed Loop Partners, una firma de inversión con sede en Nueva York centrada en la creación de una economía circular. Esto degrada los ecosistemas y emite gases de efecto invernadero.

Además, debido a que los materiales se desechan en lugar de recuperarlos al final de su uso, su valor económico también se desperdicia. Las tarifas y los procesos de eliminación también añaden costos.

La creciente preocupación de los consumidores por el impacto ambiental de los empaques y envases de alimentos y bebidas también influye. Las principales preocupaciones de los consumidores sobre el empacado de alimentos son, comprensiblemente, la higiene y la seguridad, según una encuesta reciente de McKinsey & Company (ver cuadro de la página siguiente). Al mismo tiempo, el 55% de los encuestados indica que está extremadamente o muy preocupados por el impacto medioambiental de los empaques y envases.

Los avances tecnológicos también afectan. "La tecnología cambia las reglas del juego al permitir más oportunidades de reutilización", asegura Tim Debus, presidente y director ejecutivo de Reusable Packaging Association.

Un ejemplo proviene de RM2, que incorpora la tecnología de sensores de Internet de las cosas (IoT) en sus pallets compuestos. Los sensores capturan y transmiten la ubicación, la temperatura y los eventos de impacto e inclinación de cada pallet.

El gigante de las bebidas Bacardi está desarrollando lo que llama la botella de bebidas espiritosas más sustentable del mundo, la cual reemplazará a 80 millones de botellas de plástico cada año.



"Los clientes saben exactamente dónde están sus pallets y productos, a qué temperatura están sometidos, si ocurrió algún evento que causó daños, y cuándo y dónde sucedió esto, en tiempo real", comenta Mark Gordon, vicepresidente senior de desarrollo comercial de RM2.

La tecnología de sensores es menos costosa y más fácil de usar que la combinación de rastreadores de ubicación, sensores de temperatura y vibración, y acelerómetros que de otro modo serían necesarios para capturar la misma cantidad de datos.

Liviri Fresh es una caja de envío en frío reutilizable que mantiene en refrigeración los productos perecederos electrónicos sensibles a la temperatura durante el envío terrestre desde la instalación de distribución hasta la puerta principal del consumidor.





Empaques reutilizables

La innovación facilita la reutilización de los empaques de alimentos. Por ejemplo, OZZI ha desarrollado un sistema de circuito cerrado de empaques de comida reutilizables junto con un sistema de recolección patentado.

Los empaques de color verde brillante de OZZI tienen la misma forma básica que muchos empaques de poliestireno para llevar. Sin embargo, están hechos de plástico sin Bisfenol A que se puede limpiar y reutilizar cientos de veces y luego reciclar, explica Tom Wright, director ejecutivo de la firma, con sede en North Kingstown, Rhode Island. Tan importante como los propios empaques es la solución de recolección. Para que los reutilizables funcionen, se requiere un sistema de recolección "fácil de usar", advierte Wright.

Con el sistema OZZI, denominado O2GO, los comensales toman prestados sus empaques, disfrutan de su comida y luego los devuelven a una máquina de recolección que se parece

a una máquina expendedora. Por lo general, estas máquinas se encuentran en varios lugares dentro de una instalación o campus. Cuando las máquinas se llenan, alertan al personal, que luego puede vaciarlas y llevarse los empaques para su limpieza. OZZI promedia una tasa de devolución de alrededor del 98%, asegura Wright.

La compañía lanzó su solución en campus universitarios y desde entonces se ha expandido a otros entornos tipo campus, incluidos los centros de atención médica, los centros para personas mayores y edificios de oficinas.

Otra empresa, Returnity Innovations, con sede en Brooklyn, Nueva York, se centra en empaques reutilizables para entregas de comercio electrónico. La compañía ha desarrollado soluciones de empaque para otros productos, incluyendo ropa y muebles, y está trabajando en soluciones para empresas de alimentos y bebidas, comparte el director ejecutivo Mike Newman.

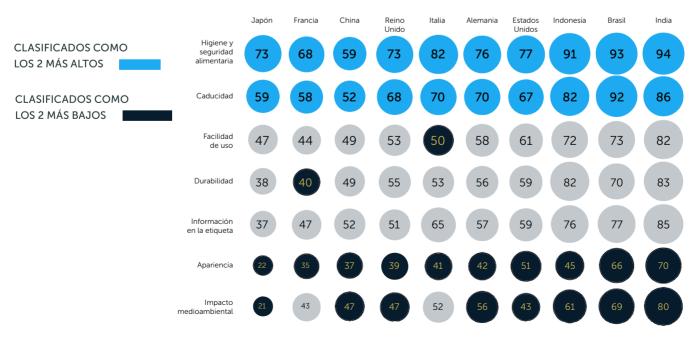
¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE EL EMPACADO DE PRODUCTOS EN TODO EL MUNDO?

% de encuestados que indican "Extremadamente" o "Muy importante"

En una encuesta que analiza lo que los consumidores estadounidenses esperan del empacado de los productos, McKinsey encuentra que la higiene y la seguridad alimentaria, la caducidad y la facilidad de uso son los factores clasificados como más importantes.

El impacto ambiental es el menos importante de los siete, después de la durabilidad y la apariencia. El cuarenta y tres por ciento de los consumidores estadounidenses encuestados citan el impacto ambiental del empacado como extremadamente o muy importante, en comparación con el 77% que conceden la mayor importancia a la higiene y la seguridad alimentaria, el 67% a la caducidad y el 61% a la facilidad de uso.

La importancia relativamente baja que los consumidores estadounidenses atribuyen a los factores ambientales no es única; la encuesta de McKinsey revela opiniones parecidas en China, Francia y el Reino Unido.



Fuente: Encuesta sobre Empacado de McKinsey (agosto de 2020)

Cada solución se adapta a la empresa y al producto, y sigue lo que Newman llama el marco "3P":

1. *Proceso.* ¿Qué proceso se utilizará para recuperar el empaque? Debería ser fácil y de bajo costo.

"Lo más importante para las empresas que buscan productos reutilizables es el costo de devolución del empaque", expone Newman. Si el modelo logístico existente de una empresa no incluye la devolución del empaque, agregar esta función puede imponer un nuevo gasto significativo.

"Hay formas de hacer que los costos de devolución sean lo suficientemente bajos, pero debe empezar a partir de ese punto a integrar un proceso de devoluciones eficiente o no escalará", añade. Un proceso de devoluciones que se incorpora como una ocurrencia tardía probablemente será más difícil de escalar.

Las etiquetas adheribles StixFresh de quitar y pegar son una forma totalmente natural de extender la caducidad de las manzanas, peras, aguacates, mangos, naranjas y otras frutas cítricas hasta por 14 días.



- **2. Participación.** ¿Cómo puede atraer al cliente para que lo siga? Por ejemplo, ¿los consumidores pueden devolver sus empaques en el mismo lugar donde hacen otras devoluciones?
- **3. Embalaje (packing).** Por último, ¿qué empaque cumplirá con los requisitos identificados en los dos pasos anteriores?

Por lo general, los empaques de Returnity usan tela, a menudo fabricada a partir de botellas recicladas, en lugar de molduras de plástico. Una razón: la tela suele ser más rentable en pequeñas cantidades. También tiende a funcionar mejor para los artículos que no se apilan en pallets, sino que se transportan en una bolsa de mensajero para bicicletas.

Cualquier paquete de comercio electrónico también tiene que "ganar la experiencia del umbral de la puerta", señala Newman. Con las compras en línea, el paquete suele ser la única conexión física entre la empresa y el consumidor, agrega. Necesita crear una impresión favorable.

El Liviri Shuttle, diseñado para servicios de entrega de comestibles locales, es liviano, aislado y reutilizable, dice el portavoz Logan Martínez. Debido a que el Shuttle puede mantener los productos perecederos en una zona de temperatura segura durante más de 12 horas, hace posibles las entregas sin supervisión, lo que aumenta la eficiencia de la ruta.

Después de recibir un envío, los consumidores simplemente sacan sus productos perecederos de la caja, cierran la tapa, colocan la etiqueta de envío de devolución incluida para su recolección y la devuelven por FedEx u otro servicio de mensajería.

Reconsiderar el embalaje tradicional

Algunas empresas están ideando formas de utilizar materiales de embalaje tradicionales de formas más respetuosas con el medio ambiente. El gigante de las bebidas Bacardi, por ejemplo, está desarrollando una botella de papel y una botella de biopolímero biodegradable, ambas programadas para su disponibilidad comercial en 2023, comenta Jean-Marc Lambert, vicepresidente senior de operaciones globales. Estas botellas ayudarán a reemplazar los 80 millones de botellas de plástico que Bacardi produce al año en la actualidad.

Ambos tipos de botellas se biodegradarán aproximadamente en 18 meses, en comparación con los más de 400 años que requieren las botellas de plástico para descomponerse. "Es un gran paso hacia el objetivo de la empresa de estar completamente libre de plástico para 2030", afirma Lambert.

Además, Bacardi se ha comprometido a compartir la tecnología utilizada para fabricar su botella de biopolímero después de su lanzamiento. "Queremos ayudar a mejorar las cosas para toda la industria", dice Lambert.

A medida que más empresas cambien los plásticos por alternativas biodegradables, los costos de producción disminuirán, lo que las convierte en una opción viable para más empresas aún.

Recart, un nuevo producto de Tetra Pak, una empresa de soluciones de envasado y procesamiento de alimentos, ofrece una alternativa a las latas y botellas. El cartón utilizado en Recart puede reducir las emisiones de carbono que se generan con los envases de vidrio y aluminio tradicionales



en un 81%, dice la compañía. Además, el valor de un camión de envases de cartón Tetra Recart vacíos, entregados desinflados, equivale a nueve camiones de latas vacías, observa Lars Holmsquist, vicepresidente ejecutivo de soluciones de envasado y operaciones comerciales de la empresa con sede en Lausana, Suiza,

Los envases de Recart pesan 20 gramos (menos de una onza) en comparación con los 50 gramos (1.8 onzas) que pesa una lata; la diferencia aumenta aún más si se comparan con los frascos de vidrio. "El costo total de producción cuando se utilizan envases Tetra Recart en lugar de latas ofrece un ahorro del 15% al 20%", señala Holmquist. La forma rectangular de los envases Recart también los hace muy adecuados para el envío.

Algunas empresas están desarrollando empagues hechos con recursos renovables que no se utilizan habitualmente como materiales de embalaje. Por ejemplo, el empague ClimaCell de TemperPack está hecho de una mezcla de almidón de maíz y papel kraft, y puede ayudar a reducir el uso de espuma de poliestireno, dice Jed Dutton, vicepresidente de marketing de la empresa con sede en Richmond, Virginia.

Como resultado de numerosos experimentos con cientos de formulaciones, ClimaCell es liviano, fuerte y atrapa el aire para que no deje salir el frío ni el calor. Puede proteger las entregas durante la noche y en dos días para los kits de comida, alimentos preparados, medicamentos y otros productos.

También se puede fabricar a escala, competir con la espuma de poliestireno en precio y enviarse desinflado. La misma importancia tiene su "buena presentación", añade Dutton.

JOHNNIE WALKER LO PONE EN PAPEL

Tradicionalmente, existen dos opciones principales de materiales para la fabricación de botellas: vidrio y plástico. El plástico es barato, liviano y fácil de reciclar, pero tarda mucho tiempo en degradarse. El vidrio es más resistente, de mayor calidad y con un reciclaje casi infinito. Pero se necesita más energía para reciclar vidrio y su peso adicional agrega más emisiones a su envío. Ambas opciones tienen sus altibajos en emisiones y contaminación.



Sin embargo, Diageo, uno de los mayores productores de cerveza y licores del mundo, asegura que tiene una solución para este problema. La compañía descubrió que produce gran parte de su huella de carbono al principio de su cadena de abastecimiento, incluso las materias primas y los envases. Estas se clasifican como emisiones de alcance tres, que la empresa no controla directamente.

En un intento por cambiar esto, Diageo lanzará una nueva botella de papel para su marca de whisky Johnnie Walker en 2021.

Diageo trabajó con la empresa Pilot Lite para crear Pulpex, una empresa que producirá botellas sustentables a partir de pulpa de madera. Se invitó a participar a otras empresas de sectores no competidores.

Pulpex afirma que sus productos tendrán una huella de carbono un 90% más pequeña que el vidrio y, en lugar del revestimiento estándar a base de plástico, el interior de las botellas se rociará con un recubrimiento para evitar que se empapen. Diageo también está trabajando con los proveedores para optimizar sus botellas de vidrio, por ejemplo para aumentar su contenido reciclado y disminuir su peso.

-Matt Hoyer, Thomas Insights



Apeel utiliza materiales que existen en las cáscaras, semillas y pulpa de frutas y verduras para crear una película protectora adicional que sella la humedad y mantiene el oxígeno fuera. Esa película adicional mantiene los productos frescos el doble de tiempo y también significa que se desperdician menos productos a lo largo de la cadena de abastecimiento, desde el productor hasta el minorista y los consumidores en el hogar.

Película que brinda protección

Algunas innovaciones de embalaje no son técnicamente empaques. Apeel, con sede en Goleta, California, ofrece un recubrimiento a base de plantas que puede duplicar la caducidad de los productos, reduciendo la dependencia de los empaques de plástico y la necesidad de refrigeración, dice la compañía. Para ello, crea una "piel" comestible en la superficie exterior de los productos frescos que retiene la humedad y resiste la oxidación, lo que ayuda a retrasar el deterioro.

La fórmula de Apeel se distribuye en forma de polvo y luego se mezcla con agua en el centro de empacado, donde se puede aplicar mediante pulverización, inmersión o cepillado. Actualmente, Apeel está disponible para proveedores orgánicos y convencionales de muchas variedades de productos, incluidos aguacates, naranjas, limas, pepinos y manzanas.

La empresa también está trabajando para desarrollar fórmulas para otros artículos. Debido a que los factores que determinan la caducidad de los productos, como la pérdida de agua y las tasas de maduración, varían con las propiedades de la superficie como la rugosidad y la porosidad, se necesitan diferentes formulaciones para diferentes tipos de productos. De manera similar, StixFresh usa una etiqueta adhesiva que se coloca en la fruta, la cual contiene un compuesto que libera una barrera protectora, lo que ralentiza el proceso de maduración y hace que el producto sea menos susceptible a pudrirse, explica el director ejecutivo y cofundador Moody Soliman. La etiqueta se puede pegar en cualquier momento después de la cosecha, incluso por parte de los consumidores, aunque ofrece el mayor impacto cuando se pega en la etapa de distribución. Ahí es también cuando se aplican muchas etiquetas de marca, lo que facilita su incorporación en el proceso. Para las frutas del bosque y otras frutas que a menudo vienen en recipientes tipo almeja, StixFresh se puede rociar a través de una bolsita que se coloca en el paquete. La empresa, que tiene su sede en Estados Unidos en Kirkland, Washington, ha probado su solución con un minorista europeo. StixFresh redujo las pérdidas en arándanos en un 25% después de siete días y en nectarinas en un 30% después de siete días, agrega Soliman.

Junto con los productos agrícolas, StixFresh busca expandirse a otros tipos de alimentos, como los productos horneados. Para lograrlo, el equipo de investigación y desarrollo de la empresa identifica las enfermedades que afectan a los alimentos, así como los compuestos que pueden atacar las enfermedades. "Desarrollamos las formulaciones y podemos aplicarlas a una variedad de superficies", asegura Soliman.

Ponderación de los desafíos y beneficios

Si bien estas innovaciones ya han mostrado beneficios sustanciales, todas las nuevas soluciones de empague y envasado enfrentan desafíos. Estos empagues y envases cambiarán la forma en que los materiales fluyen a través de las cadenas de abastecimiento

"Estas soluciones están diseñadas con sistemas de recuperación completos en mente, teniendo en cuenta a dónde van los materiales después de su uso y cómo pueden mantenerse circulando en nuestra economía durante el mayor tiempo posible", señala Croke. Si bien todos estos son cambios positivos, aún requieren ajustes.

Debido a que el empaque está incorporado dentro de los procesos de muchas empresas, cambiar de un tipo a otro puede requerir cambios operativos significativos.

La mayoría de las empresas alimentarias requerirá probar los nuevos empaques y envases. Además de confirmar que mantienen los alimentos seguros y limpios, querrán comprobar si afectan el sabor del producto, expone Tom Porter, vicepresidente de proyectos industriales de la firma inmobiliaria JLL.

Y el cambio en el comportamiento de los consumidores de toda la vida no sucederá de la noche a la mañana. "No existe una panacea para el complejo problema de la reducción de desechos a nivel mundial, y la amplia gama de soluciones que se adaptan a diferentes contextos debe probarse a fondo con el tiempo, antes de hacer un uso generalizado", señala Croke.

Al mismo tiempo, es posible presentar un caso comercial sólido para muchos tipos de empaques reutilizables y sustentables, incluso antes de considerar los beneficios ambientales.

Por ejemplo, los empaques reutilizables suelen ser más resistentes que las opciones desechables. Eso puede significar que es posible apilar más paquetes uno encima del otro, lo que permite un envío más eficiente y menos costoso. Los empaques reutilizables también pueden reducir los costos de eliminación.

"Revise cómo los empaques reutilizables impulsarán la eficiencia en su empresa", recomienda Debus.

Para obtener más información, visite: www.il-latam.com

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





5 hoteles sustentables alrededor del mundo



Svart

Este proyecto está planeado para ser uno de los hoteles más sustentables del planeta. Estará ubicado en el Círculo Polar Ártico, muy cerca del importante glaciar "Svartisen". El diseño en forma de anillo de este inmueble, contempla soluciones ecológicas para cubrir las necesidades energéticas o incluso de alimentación de sus huéspedes, pues además de contar con 100 habitaciones, tiene un espacio dedicado a ser una granja sostenible y materiales de construcción térmicos.



Whitepod

En los Alpes Suizos, uno de los destinos más lujosos del mundo, se encuentra Whitepod, un hotel eco-luxury que ofrece una experiencia interesante a sus huéspedes, quienes se alojan en cápsulas construidas con materiales sustentables y de mínimo impacto medioambiental. El interior de las cápsulas cuenta con dispositivos de calefacción, estufa de leña, e iluminación que optimizan el consumo de energía y ahorro de recursos como agua. Además, su diseño permite explotar al máximo las fuentes de luz natural.

The Brando

En la isla privada de Tetiaroa en la Polinesia Francesa se ubica The Brando, un hotel con certificación LEED platino y uno de los más próximos a ser un inmueble de cero emisiones de carbono ya que toda la energía que consume proviene de fuentes renovables como el sol, el agua de lluvia, el viento e incluso combustibles sustentables con origen en el aceite de coco. Asimismo, aprovecha las corrientes de agua fría de las partes más profundas del mar para generar aire acondicionado en sus habitaciones.



Es un hotel ecoturístico con una capacidad de alojamiento reducida a 40 personas. Fue construido en una hacienda del siglo XIX en Zacatlán de las Manzanas, Puebla y de acuerdo con su página de internet, es el sitio ideal para los retiros o talleres enfocados en el descanso y la relajación. Entre los elementos ecológicos que integra destacan: un sistema de captación de agua de lluvia, calentadores solares, bioconstrucciones, una biopiscina y huertos orgánicos.

Los Cauquenes Resort

Se ubica en la ciudad de Ushuaia, también conocida como Tierra del Fuego en Argentina. Se encuentra cerca de la Cordillera de los Andes por lo que ofrece una vista espectacular a sus huéspedes. Los Cauquenes tiene 54 suites con acceso directo a la playa del Canal Beagle. Su enfoque de operación está diseñado para lograr una buena eficiencia energética y consumo de recursos, lo cual le valió el reconocimiento de "Biosphere hotel" en el año 2012.









Invierno: Un recorrido por la arquitectura chilena contemporánea

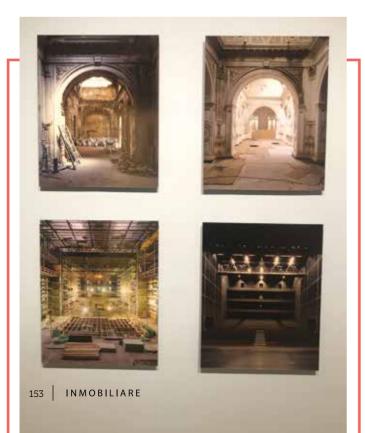
Por Darío Quijano Cal y Mayor dario.quijano@inmobiliare.com

hile es un país que recibió mucha influencia europea a lo largo del siglo pasado, lo cual provocó un choque cultural enriquecedor que terminó reflejándose en la arquitectura; el resultado es lo mejor de dos mundos. De esto se trató la exposición *Invierno: imágenes de la arquitectura contemporánea chilena*, sobre cómo la practicidad, la necesidad y el diseño convergen hasta crear monumentos referentes en la edificación a nivel mundial. Estuvo disponible en el Museo de la Ciudad de México.

Desde los inhóspitos climas de la Patagonia, pasando por zonas de escasos recursos, escuelas y hasta viviendas de lujo, las construcciones que se presentaron a través de fotografías en el Museo de la Ciudad de México esbozaron por completo lo que es vivir en Chile, sin dejar nada de fuera. La exposición, curada por Cristóbal Molina Baeza, tuvo el gran acierto de enaltecer los espacios útiles, en los cuales se pudo plasmar una obra sin pretensiones y ajustándose al presupuesto concedido.



Fotografías por Pezo Von Ellrichshausen



La exposición se compuso por el trabajo de quince fotógrafos que buscaron a lo largo del país sudamericano los mejores ejemplos de por qué Chile es un referente en la disciplina. Algunos de los responsables de "Invierno" fueron Ignacio Acosta, Erieta Attali, Iwan Baan, David Bestué, Bleda y Rosa, Leonardo Finotti y más

Estas fotografías singulares estuvieron distribuidas en tres salas interconectadas; cada uno de los artistas presentó una serie de retratos que enaltecen la arquitectura y los elementos en el paisaje que complementan a las viviendas y a las fotos; a fin de cuentas ambas ramas artísticas utilizan las luces y los espacios para plasmar algo.

Fotografías por Felipe Fontecilla

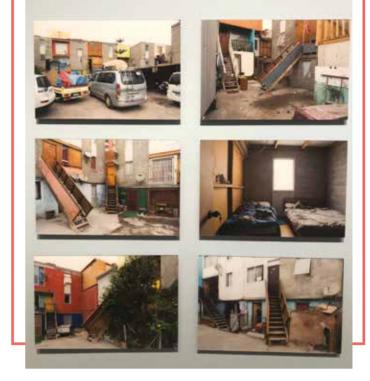
Parte de la curaduría consistió en colocar un texto a lado de cada grupo de fotografías para resaltar al los arquitectos y una breve descripción de cómo los

Fotografías por Xavier Rivas

Asimismo hubo otra sala oscura en las que se aprecian videos de cómo se viven los espacios exhibidos, este quince piezas que arman "Invierno". En estas se mostró a para ser tomados por los usuarios y convertidos en

arquitectura es tomada por la comunidad que la habita hasta que los inmuebles se adapten a su vida cotidiana. cierta zona se sienten ligados a un espacio, se vuelven







Fotografías por Bleda y Rosa

Algunos de los arquitectos que estuvieron presentes del Sol y por mencionar algunos.

2021 en el Museo de la Ciudad de México del Zócalo; con el aluvión de obras chilenas, sino que es en sí un 0



Eventos del Real Estate

Oportunidades de negocio en el Bajío

Como cada año, B2B Media e Inmobiliare organizan eventos para conectar a los actores de la industria inmobiliaria en las regiones más importantes a nivel nacional e internacional. En junio, se llevará a cabo un evento enfocado en ofrecer a los asistentes información clave respecto al mercado y los mejores proyectos de inversión en el Bajío de México.

24 de junio de 2021 https://rebs.mx/



Turismo y hospitalidad en Mazatlán

Mazatlán, Sinaloa, es uno de los destinos turísticos de sol y playa más relevante del país, por ello, B2B Media e Inmobiliare han organizado un encuentro dedicado al turismo y hospitalidad, en el que empresarios del sector y la región, abundarán en las condiciones del mercado y las mejores oportunidades de negocio.

15 de julio de 2021 https://rebs.mx/

Proptech Latam Summit: Caribe y Colombia

En este evento internacional se busca presentar las mejores y más innovadoras propuestas que involucran al sector inmobiliario y la tecnología. Para ello reúnen speakers reconocidos quienes dan una perspectiva regional sobre el tema.

1 Junio y 1 de Julio de 2021 https://proptechlatam.com/#eventos





Smart Working: Proyectos de edificios inteligentes

Es organizado por Grupo Vía, una empresa dedicada a la creación de eventos que competen al sector inmobiliario, de construcción y arquitectura. Este evento completamente online presentará las tendencias más importantes del sector de edificios inteligentes a nivel internacional.

1 de julio de 2021

https://www.grupovia.net/eventos-arquitectura-2021

VX Gran Salón Inmobiliario 2021 feria internacional

Un evento con sede en España, enfocado en dar a conocer la oferta de proyectos nuevos y usados de tipo residencial, oficinas, hoteles, comerciales, e industriales a nivel nacional e internacional. Además de promover los servicios de empresas constructoras, inmobiliarias o urbanizadoras.

Del 22 al 25 de julio de 2021 https://gransaloninmobiliario.com/es/





Encuentro Latinoamericano de Desarrolladores Inmobiliarios

Organizado por 4RealEstate, este evento es un punto de encuentro internacional para desarrolladores inmobiliarios. La idea de esta reunión completamente digital es generar redes de negocios entre distintos países y colaboradores.

Del 22 al 23 de julio de 2021 https://4srealestate.com/evento/eldi/

Expo Tu Casa Total

En este evento pensado para su realización presencial, se dan citas expositores nacionales e internacionales de Diseño de interiores, Inmuebles, Vivienda, Casa, Inmobiliarias, entre otros, para dar a conocer las mejores ofertas y los nuevos productos en el mercado. La sede es el World Trade Center de la Ciudad de México.

Del 24 julio 2021 al 25 julio 2021 https://tucasatotal.com/



Deco Estylo: Decoración y regalo

Esta es una feria dedicada al diseño de objetos, decoraciones y muebles es una de las más grandes de América Latina. Su enfoque es, además de presentar propuestas de diseño innovadoras, generar un espacio donde fabricantes y distribuidores puedan coincidir en oportunidades de negocio. Se llevará a cabo en el WTC de la CDMX.

Del 26 al 30 de julio de 2021 https://www.decoestylo.com.mx/







#InmobiliareRecomienda

LIBROS



Arquitectura y Sostenibilidad

Los trabajos presentados son producto de un proceso de más de 15 años de especulación intelectual y pedagógica sobre la enseñanza del proyecto. Su objetivo es poner a consideración de los ámbitos académicos y profesionales, los materiales producidos a través de la recopilación de todas las ponencias presentadas.

Alejandro Delucchi, Nobuko, 2016.



Escuchar y transformar la ciudad. Urbanismo colaborativo y participación ciudadana

Esta edición presenta una reflexión teórica y la exposición de distintos casos de estudio sobre nuevos modelos urbanísticos y arquitectónicos asociados a tres escalas diferentes: el espacio público, la ciudad y sus barrios y el territorio.

Paisaje Transversal, Edición Kindle, 2018.



Arquitectura Sostenible

Arquitectura sostenible presenta rigurosa selección de obras de arquitectura contemporánea llevadas a cabo por innovadores estudios de arquitectura internacionales. Ilustra la construcción respetuosa con el entorno y el impacto social y económico que esta industria tiene en la actualidad.

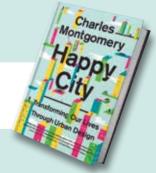
Promopress, Promopress, 2017.



Arquitectura y clima

Publicado en los años 50 y reeditado en 2008. Se trata de un clásico que habla sobre la arquitectura sostenible y bioclimática, que se mantiene vigente. El profesor de la Universidad de Princeton en Estados Unidos, explica cómo se relaciona el clima con los humanos, la arquitectura y la forma de aplicarlo en el urbanismo.

Víctor Olgyay, Editorial Gustavo Gili, SL, 2008.



Happy City

A través de ejemplos de ciudades como Bogotá, Vancouver o Copenhague, el autor explica qué necesita una urbe para hacer feliz a sus habitantes. Casos exitosos con ideas innovadoras en transporte, materiales, disposición, tecnología y edificación son expuestos a profundidad para tomar como referencia.

Charles Montgomery, Edición Kindle, 2013.



ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS, A.C.

MOTOR CLAVE DE ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

Parques Industriales

Facilitadores por excelencia y operación de empresas en una localidad, que proporcionan certidumbre a la inversión en el largo plazo.

Estimulan el desarrollo económico, cuentan con la infraestructura, normatividad, mejores prácticas medioambientales, sociales y de gobernanza, al igual que con permisos y servicios internos como seguridad, mantenimiento, áreas verdes y espacios recreativos.

www.ampip.org.mx

Nueva Generación de Parques Industriales Inteligentes y Sustentables

Construyendo Sustentable . NUESTROS SERVICIOS GENERAL PRECONSTRUCCIÓN +BIM • CONSTRUCCIÓN DESARROLLOS INDUSTRIALES COMERCIALES Y TURISTICOS PROYECTOS SUSTENTABLES CERTIFICACIÓN LEED CENTRO DE DATOS • LIMPIOS www.seica.com.mx contacto@seica.com.mx

REGRESA EN 2021



EVENTO HÍBRIDO PARA HACER LOS MEJORES NEGOCIOS INMOBILIARIOS

PRESENCIAL + DIGITAL

www.exni.mx

@Expo_Negocios

PATROCINIOS Y STANDS DISPONIBLES