GRUPO GP

Construyendo el Presente, Planeando el Futuro... Grupo Garza Ponce

www.grupogp.com.mx Zaragoza 1000 Sur M y M1 ■ Zona Centro 64000 ■ Monterrey, N.L. ■ tel. (81) 8150-3500 ■ fax. (81) 8150-3579 / 3519

Editor's Letter

Sin duda el impresionante desarrollo de vivienda que vive nuestro país requiere de un análisis a fondo por parte de todas las partes involucradas en un negocio inmobiliario.

El hablar de vivienda en México en la actualidad se puede asociar con términos como lo son inversión, desarrollo, urbanismo , créditos, proyectos, oferta y sobre todo negocio.

En Inmobiliare nos llevamos a la tarea de recopilar los diferentes puntos de vista de personajes claves en el desarrollo de vivienda de nuestro país con nuestro peculiar estilo informativo.

Se organizó en México un panel de discusión, donde como en pocas ocasiones se logró conjuntar a los responsables del otorgamiento de los créditos hipotecarios, sentamos en una misma mesa a los bancos y las sofoles, con la finalidad de analizar el panorama financiero del mercado de vivienda en México.

En el norte del país se puede observar un crecimiento acelerado de desarrollo de vivienda y trae como pregunta si se esta actuando en base a un plan de urbanismo con base en el desarrollo sustentable, para ésto se organizó un panel con autoridades del Urband Land Institute México, Secretaria de Desarrollo Urbano de Monterrey, Canadevi Monterrey y por supuesto los desarrolladores lideres en este sector.

Por la parte de inversión en Inmobiliare, le damos la bienvenida a Prudencial Real Estate Investors, quienes estarán a cargo de la sección de Investment Comment para dar un panorama de inversión en el sector de los bienes raíces en México.

Con estos esfuerzos consolidamos este liderazgo editorial abarcando los sectores más importantes de los negocios inmobiliarios en México.

There is no doubt that the impressive housing development that our country is going through requires an in-depth analysis from all parties involved in a real estate business.

Speaking of housing in Mexico, currently, can it be associated with terms such as investment, development, urbanism, projects, offer, and more than anything, business.

In Inmobiliare we carry out the task of compiling all different points of view from key characters in the development of houses in our country with our peculiar informative style.

A discussion group was organized in Mexico, where as on few occasions it was possible to bring together the people responsible for giving mortgages, and we could sit the banks and the *sofoles* (sociedades financieras de objeto limitado – Limited object financial societies) at the same table with the purpose of analyzing the financial outlook of the housing market in Mexico.

In the north of the country an accelerated growth of housing development can be seen and it brings forth the question if it is acting based on urban plan with a basis in sustained development. A board was organized for this purpose with authorities from the Urban Land Institute Mexico, Secretaría de Desarrollo Urbano Monterrey (*Office of Urban Development of Monterrey*) Canadevi Monterrey and of course, the leading developers in this sector.

In the financial section of Inmobiliare we welcome Prudential Real Estate Investors, who are in charge of the Investment Comment section to give a outlook of the investment in the real estate sector in Mexico.

With these efforts we consolidate this editorial leadership covering the most important sectors of the real estate business in Mexico.

Fotografía de portada: Federico de Jesús

Fe de erratas:
En la pasada edición en la página 31 se colocó el Curriculum Vitae con el nombre de Kenneth Emmond perteneciendo éste al Sr. Gerardo Martínez Presidente Stewart Title.
In the past issue, on page 31 the Curriculum Vitae belongs to Mr. Gerardo Martinez instead of Kenneth Emmond, we apologise fot this inconvenience.

Impresión: Ideopress S.A. de C.V.. Distribución: Sepomex/Dimsa/Inmobiliare
Editada por Editorial Mexicana de Impresos; Oaxaca 86-402, Colonia Roma, C.P. 06700; México D.F.
Número 31 año 6. Publicación bimestral agosto-septiembre de 2005.
Número de reserva al título en derechos de autor: 04-1999 052409105500-102. Certificado de licitud de título 10760.
Certificado de licitud de contenido en trámite. Tiraje certificado de 10,000 ejemplares en promedio.
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.

Presidente
Guillermo Almazo Garza
guillermo@inmobiliare.com

Director General
Erico García García
erico@inmobiliare.com

Director Comercial y Marketing
Emiliano García García
emiliano@emisa.info

Gerente de Administración y Control
Maria Jose Ortega Moncada
mjortega@emisa.info

Director Nuevos Negocios y Alianzas
Carlos A. Caicedo Zapata
carlos@inmobiliare.com

Gerente de Relaciones Públicas
Issamary Blanco Simmons
issamary@inmobiliare.com

Director Jurídico
Carlos Martínez
emartinez@inmobiliare.com

Consejo Editorial
Javier Barrios
Sergio Argüelles
Fernando Schutte
Victor Lachica
John Newcomb
Blanca Rodríguez
Juan Pablo Arroyuelo
Pedro Azcue
Jaime Lara
Eugene Towle / Xavier Pumarejo
Gonzalo Montaño
Humberto Treviño
Jose María Garza Treviño
Alberto de la Garza Evia
Jorge Longoria Treviño
Elliot Bross / Javier Llaca
Antonio Elosua
Agustín Landa

Editor
Editorial Mexicana de Impresos

Gerente Comercial
Marco Antonio López Cruz
marcolopez@emisa.info

Corresponsales
Antonio Matas Bajio
antonio@inmobiliare.com

Ventas Cancún
Federico Sentíes
federico@inmobiliare.com

Suscripciones
suscripciones@inmobiliare.com

Finanzas y contabilidad
Evelia Martínez
evelia@inmobiliare.com

Ventas zona norte de la república
guillermo@inmobiliare.com

Fotografía
Federico de Jesús Sánchez
dejesus@inmobiliare.com

Fotografías Monterrey
Selma Fernández
Francisco Lubbert
Eduardo Lozano
edlozano@enlace.net

Dirección de Arte y Diseño
Vincent Velasco Gonthier
vincent@inmobiliare.com

Galería y Promoción de Arte
pintura@emisa.info

Ventas
D.F. +52(55)5514-7914
+52(55)5514-2077
Monterrey +52(81)8368-2555
ventas@emisa.info
www.emisa.info

Crédito Hipotecario

Ellos ya amarraron su tasa, ahora con calma esperan a que les entreguen su casa.

Banamex es marca registrada por Banco Nacional de México, S.A., integrante del Grupo Financiero Banamex. El uso no autorizado de esta marca está prohibido.

Con nuestro certificado de apartado primero **Amarra tu tasa** y después tienes hasta **9 meses** para encontrar tu casa, con la certeza de que las condiciones de tu crédito no cambian.

Para mayores informes, acude a tu Sucursal Banamex o comunícate al Centro de Atención Telefónica, Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey al 1-226 2639 (1-BANAMEX). Del resto del país al 01 800 021 2345 o ingresa a **www.banamex.com**

Aplican restricciones. Consulta en nuestras sucursales los esquemas participantes.

Banamex

6 Editorial Council
José María Garza Treviño

8 Investment comment
Tendencias en el sector de vivienda
Current Trends in Mexican Housing

16 Discussion Panel
Panel de Vivienda y Desarrollo Urbano, Monterrey Nuevo León
Housing and Urban Development Panel

22 Corporate Design
AD&P transforma nuevamente la imagen de Gpo. Financiero Banorte
AD&P transforms GRUPO FINANCIERO BANORTE Once again!

26 Special Advertisment Report
Davisa, Proyectos urbanos de alta calidad
High Quality Urban Projects

32 Special Advertisment Report
Delphi, Desarrolladores Inmobiliarios
Quality and profitability in real estate

36 Bussines Development
O-Dos Vasconcelos, Mezcla de armonía y diseño
Mix of harmony and design

38 Special Advertisment Report
u-calli, Bienes raíces con calidad
Quality Real Estate

40 Trends
Geomarketing, Aprovechamiento para la toma de decisiones
Exploitation for decision making

42 Public Agenda
Obtiene SEDUE Monterrey reconocimiento a la calidad
Urban Development. Quality Award

46 Business Developer
Maple, su inmueble bien servido
Your property well served

50 Housing Information
¿Cómo enfrentar la incertidumbre del futuro?
How To Face The Uncertainties Of The Future?

52 On cover
Banorte, El banco fuerte en crédito hipotecario
The strong and leading bank in mortgages

58 Business Development
Javer consolida su posición en Nuevo León
JAVER consolidates its position in Nuevo León

62 Special Advertisment Report
Crédito Inmobiliario, Líder en el mercado de Sofoles
Leader in the Sofoles market

64 Mortgage Report
Sofoles Hipotecarias, Cobran fuerza y revitalizan la compra de vivienda
Mortgage Sofoles. They are strengthening and revitalizing housing purchases

66 Discussion Panel
Crédito hipotecario, panorama y visión
Real estate, outlook and vision

76 Interview
Luis Molina Ancona, Director de banca hipotecaria Mifel

78 Interview
Ge Money, El crédito bien pensado
Well thought-out credit

82 Benchmarkl
Tablas comparativas de crédito hipotecario INMOBILIARE

84 Trends
Crédito hipotecario, no se detiene
Mortgage loans can't be stopped

86 Trends
La vivienda y el crédito hipotecario la danza de los millones
Housing and mortgages, the dance of millions

88 Special Advertisment Report
Herramientas para la Profesional Comercialización Inmobiliaria

92 Tourism Development
Miami, La ciudad hacia el siglo XXI
Miami, The city towards the XXI century

96 Art
Julieta Carrillo Fraustro

98 Press Releaset
Programa de desarrollo urbano turístico para la región Lago de Tequesquitengo

100 Art
Armando Gómez Peña

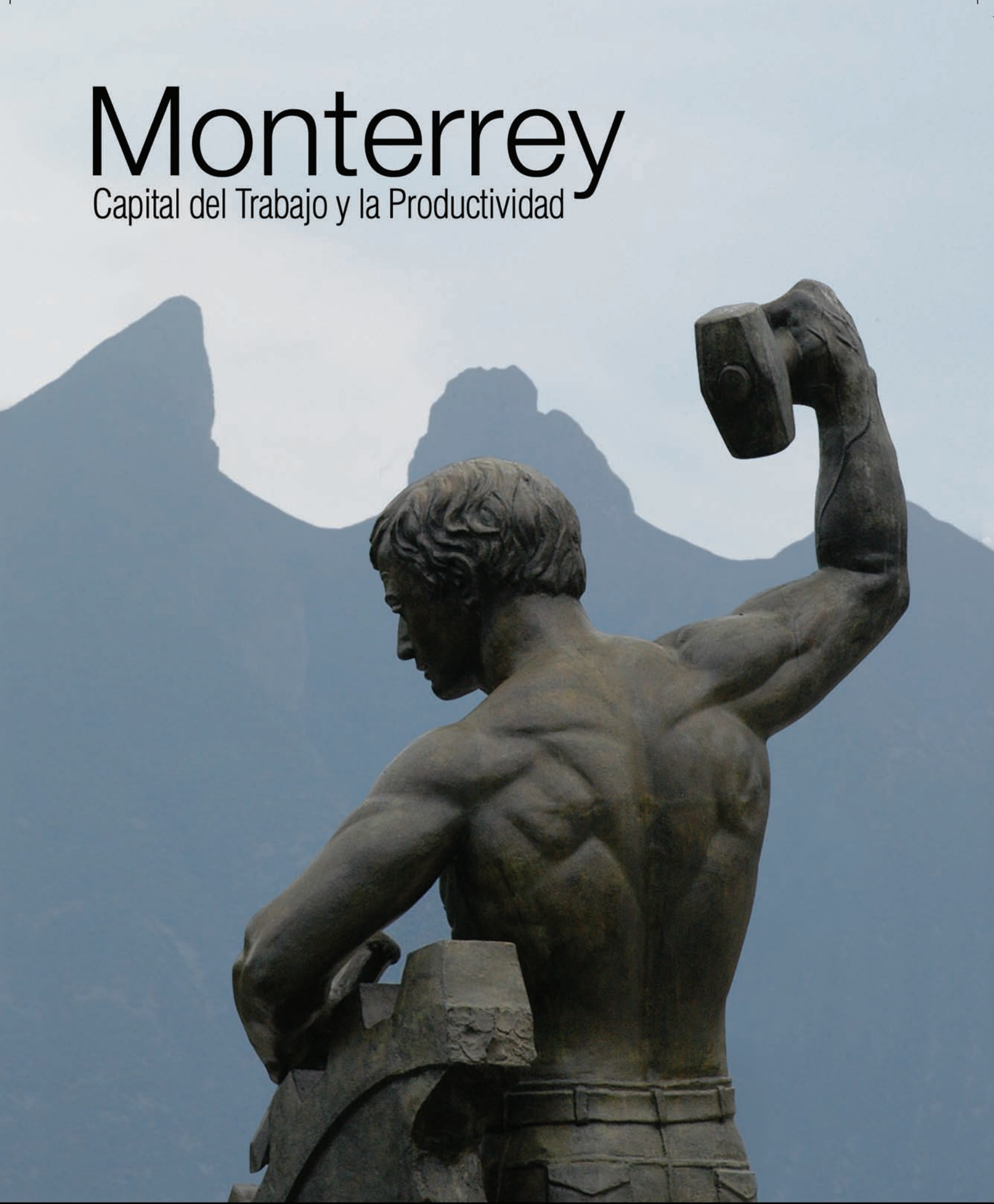
102 Art
Eduardo Lozano

106 Events
Números en Concreto, World Of Concrete México 2005
Numbers In Concrete

110 Art
Javier Ixcoatl Valencia

Monterrey

Capital del Trabajo y la Productividad



Ricardo Canavati / Alcalde
www.monterrey.gob.mx

monterrey
Capital de Nuevo León

2003-2006

Por: **Guillermo Almazo**
Publisher. Inmobiliare Magazine
guillermo@inmobiliare.com

Fotografía: Selma Fernández

Testimonial

Seguimos dando a conocer a nuestros lectores, las importantes declaraciones que el consejo editorial de **INMOBILIARE** tiene sobre la industria de los bienes raíces. Ustedes han sido un factor importante en el crecimiento de nuestra revista y ahora que estamos de aniversario queremos hacerlos partícipes de esta celebración.

Ing. José María Garza Treviño
Presidente de Grupo Garza Ponce

José María Garza Treviño, tiene más de 25 años de experiencia en el Desarrollo Inmobiliario. Actualmente Presidente de Grupo Garza Ponce, uno de los Promotores Inmobiliarios más grandes y más exitosos en el noreste de México. Basado en Monterrey, Nuevo León, Grupo Garza Ponce está enfocado principalmente en las áreas de Construcción y Desarrollos Inmobiliarios, Industriales, Comerciales y de Vivienda.

Desde 1986 él ha sido responsable día a día de la dirección y la ejecución de 4 millones de metros cuadrados de construcción Industrial, Comercial y Torres Departamentales así como en fusiones, adquisiciones y desarrollo de propiedades inmobiliarias.

El Ing. Garza Treviño, ha servido como Consejero a muchas organizaciones privadas y gubernamentales. Él fue el Vicepresidente de la Asociación Mexicana de Parques Industriales así como Vicepresidente de la Cámara Mexicana de la Industria Construcción. Actualmente es miembro de diferentes consejos de Empresas e Instituciones entre ellas:

- NAFINSA
- BBVA
- HSBC
- Fianzas Monterrey
- Asociación Mexicana de Parques Industriales

Así como Consejero de un sin numero de Empresas Privadas dedicadas en su mayoría a la Construcción o Desarrollos Inmobiliarios.

Dentro de sus actividades Profesionales ha participado en la Construcción y Desarrollo de 1,750,000 m2 de Plantas Industriales y de Manufactura, 1,350,000 m2 de Centros Comerciales y cerca de 650,000 m² en Edificios de Oficinas y Torres Departamentales, así como un sin numero de obras de Infraestructura.

El Ing. Garza nació el 09 de Diciembre de 1956 y se graduó del Instituto Tecnológico de Monterrey en el año de 1977 de la Carrera de Ingeniería Civil, realizando su Postgrado en el año de 1980 en Administración de Empresas.

¿Para usted que significa y que importancia tiene el término: Negocios Inmobiliarios?

El termino de negocios inmobiliarios se tiene que analizar con el significado de las 2 palabras: Negocios, es decir todo lo que implica superación, administración , ejecución y la palabra Inmobiliarios es Inamovible, son negocios donde lo que vas a hacer estas imposibilitado a ser trasladado, al ser inamovible una vez que inicias un proyecto no hay reversa, por ejemplo se construye en un centro comercial o en una torre de departamentos, una vez que se empieza o se termine el ir en reversa es muy difícil, de ahí que los negocios inmobiliarios van atados para mí con decisiones importantes, capital y largo plazo , el que no tenga estos factores, esta en el negocio equivocado.

¿Dada su experiencia adquirida en estos años que lleva en el sector inmobiliario, usted cree que en la actualidad si o no, existe un mercado inmobiliario moderno en México y por qué?

Depende mucho del sector en que se maneje. Hay que analizar que el mercado es un ofrecimiento de productos inmobiliarios que inamovibles y se tienen varios elementos. Los clientes en el sector industrial y algunos de los sectores comerciales son clientes muy maduros, sabe lo que quiere , como lo quiere y hasta donde negociar. Los desarrolladores, en el mismo mercado sean locales o extranjeros. Es como los equipos de fútbol, al incluir a extranjeros elevas el nivel de competencia dentro de la liga nacional, en este momento contamos con extranjeros en todas las áreas. Pero por otra parte, Inversionistas sean privados e institucionales es donde falta madurar en México. Visualizo mucha inversión privada, no tenemos en México una inversión institucional y no se tiene por falta de medios para tenerla, por ahí se esta tratando de sacar las amosas fibras, pero estas nacieron muertas, por ejemplo las fibras están enfocadas al arrendamiento y enfocadas a proyectos que tuvieran tres años de haber sido terminados. Con esto no se promueve la inversión al contrario se promueve un mercado secundario.

¿Nos podría dar alguna propuesta en beneficio de la profesionalización del sector inmobiliario?

Primero hay que definir que son profesionales. Si uno es un jugador amateur, no debería de cobrar, solo divertirse. Si uno es profesional se cobra independientemente si te diviertes o no. Hablar de un negocio profesional es tratar con personas que te cobran por lo que hacen.

Exigiendo derechos y obligaciones. ¿Cómo hacemos para ser más profesionales en México si no existe la cultura de las licencias? Nadie impide a un Doctor que haga labores de corretaje o de bienes raíces, nadie impide tampoco a un Abogado que invierta en una torre de departamentos o en la contratación de un albañil, ni siquiera un ingeniero. Sin embargo los ingenieros, arquitectos, desarrolladores no podemos ir a un hospital a operar ni mucho menos a un juzgado a litigar. La gente que arriesga su capital con inversionistas con gente que no es profesional es equiparable a operarse con el doctor que no tiene titulo. Necesitamos como en otros países tener las licencias e ir en la medida de lo posible promoviendo una ética profesional en este negocio y practicas comunes.

¿Cuál ha sido su mayor satisfacción dentro de su carrera inmobiliaria y por otra parte, su mayor decepción?

Para mí marca una pauta importante el paso de constructor a desarrollador, proceso que muchos realizan al contrario, cuando hicimos las divisiones del grupo nos tocó la rama industrial y comercial, en aquella época de los 80s todavía México era cíclico - cada 6 años – y los valles eran muy pesados para la construcción, se tenían 60% aproximadamente de la obra publica y sujeto a cualquier eventualidad. Ahí surge la idea de crear algo que atrajera el negocio de construcción a nosotros y que a su vez, fuera un negocio in-

mobiliario y viendo la experiencia que tenía Tijuana y Ciudad Juárez y otros lugares con parques industriales , tuvimos la aventura de construir uno en la capital industrial de México que no existía. Monterrey era considerado todo un parque industrial y en esa época ya se empezó a haber conciencia de que la industria se genera donde hay industria al igual el comercio. Siendo mi mayor satisfacción el paso de constructor a desarrollador con la creación del Parque Industrial Monterrey. La decepción es haber desarrollado un proyecto de un centro medico con un socio que no se comportó como socio y que en la hora de la verdad no respondiera como tal. Esto es muy común cuando el negocio no va bien y quieren que a toda costa, les vaya bien a ellos.

¿Qué mensaje se le puede dar a los inversionistas, sobre las oportunidades de negocio que tienen en el sector inmobiliario en México?

Hablar de inversionistas es hablar de inversión y si seguimos la temática de la entrevista es hablar de inversionistas profesionales, donde el inversionista no solo toma tu dinero y lo invierte sino que también corre el riesgo contigo. Necesitamos instrumentos de inversión más modernos. Hace tiempo fui maestro de matemáticas y recuerdo los conjuntos, siempre he dicho que en el negocio inmobiliario existen 3 elementos: mercado, el proyecto en sí y la localización. En la medida de que tengas un buen proyecto con un mercado y una buena localización el porcentaje de éxito es mayor, al faltar uno de estos proyectos el éxito no es seguro. Si el profesional, logra trabajar estos 3 elementos y puede cerrar estos círculos para que el área de convergencia de los tres sea el grande, en esa medida nos va a ir bien a todos.

Esperamos que con este ejercicio y al tratar de recopilar el pensamiento de parte de nuestro consejo, podamos construir un mercado inmobiliario moderno en nuestro país.

We want to inform our readers of the important declarations the INMOBILIARE editorial council has about the real estate industry. You have been an important factor in the growth of our magazine and now that we have reached our fifth anniversary we would like to make you participants in this celebration.

José María Garza Treviño has more than 25 years of experience in real estate development. He is the current President of Grupo Garza Ponce, one of the biggest and most successful real estate promoters in the north east of Mexico. Based in Monterrey, Nuevo León, Grupo Garza Ponce is principally focused on the areas of construction and development of industrial and commercial properties and housing.

Since 1986 he has been responsible for the day to day management and execution of 4 million square meters of industrial, commercial and tower apartment constructions as well as mergers, acquisitions and property development.

Garza Treviño has served as an advisor to many private and government organizations. He was Vice President of the Asociación Mexicana de Parques Industriales (Mexican Industrial Park Association) as well as Vice President of the Cámara Mexicana de la Industria Construcción (Mexican Chamber of Industry Construction). He is currently a member of different company and institution councils such as:

NAFINSA
BBVA
HSBC
Fianzas Monterrey
Asociación Mexicana De Parques Industriales

He is also an advisor to many private enterprises dedicated to the real estate construction or development in the majority.

Within his professional activities he has participated in the construction and development of 1,750,000 m2 of industrial and manufacturing plants, 1,350,000 m2 of shopping centers and around 650,000 m2 in office buildings and apartment towers, in addition to innumerable infrastructure works.

Garza was born on December 9, 1956 and graduated form the Instituto Tecnológico de Monterrey in 1977 with a degree in Civil Engineering. He did his postgraduate studies in Business Administration in 1980.

What does the term Real Estate Businesses mean to you and how important is it?

The term real estate businesses must be analyzed with the meaning of the 2 words: Businesses is everything that self improvement, administration and execution imply and the word Real Estate is immovable, they are businesses where what you are going to do is make it impossible to be transferred, to be immovable once you begin a project there is no going back. For example, the construction of a shopping center or apartment tower, once it has begun or is finished, going back is very difficult, from there real estate businesses go bound, for me, with important decisions, capital and long-term, he who doesn't have these factors is in the wrong business.

Given your experience acquired during your time in the real estate sector, do you believe that there is or isn't currently a modern real estate market in Mexico and why?

It depends a lot on the sector. It must be analyzed that the market is an offering of real estate products that are immovable and that have various elements. Customers in the industrial sector and some commercial sectors are very mature customers. They know what they want, how they want it and how far to go in negotiations. Developers, in the same market, are locals or foreigners. It is like the football teams, including foreigners elevates the level of competition within the national league, at the moment we have foreigners in all areas. But on the other hand, investors are private and institutional and where maturity is lacked in Mexico. I see a lot of private investment, we don't have institutional investment in Mexico and it's not for lack of resources. Fibras are trying to come out but they were born dead. For example, Fibras are focused on leasing and on projects that have been going on for three years without being finished. Investment is not promoted with this, on the contrary a secondary market is promoted.

Could you give us a proposal about the benefit of the professionalization of the real estate sector?

First we must define what professionals are. If one is an amateur player, one shouldn't charge, only have fun. If one is a professional, charge whether you have fun or not. Talking about a business professional dealing with people who charge for what they do. Demanding rights and obligations. How can we be more professional in Mexico if there is no license culture? Nobody stops a doctor who does brokerage or real estate work, nor a lawyer who invests in an apartment tower or the contracting of a workman, not even an engineer. However, engineers, architects, developers, we can't go into a hospital to operate nor into a courtroom to litigate. Risking capital with investors who are not professional is comparable to being operated on by a doctor without a title. As in other countries, we need to have licenses and all possible to promote professional ethics and common practices in this business.

What has been your greatest satisfaction in your real estate career and on the other hand, your greatest disappointment?

For me, the step from builder to developer marks and important guideline. It is a process that many do on the contrary, when we make group divisions we touch the industrial and commercial industries, in that time in the 80s Mexico was still cyclic – every six years – and the valleys were very difficult for construction. There was approximately 60% of the public works subject to any eventuality. The idea came up of creating something to attract the construction business to us and that was a real estate business, looking at the experience of Tijuana and Ciudad Juárez and other places with industrial parks, we had the adventure of building one in Mexico's industrial capital which did not exist. Monterrey was considered to be an industrial park and in this time a consciousness about the industry being generated where there is industry as well as commerce began. My greatest satisfaction was the step from builder to developer with Parque Industrial Monterrey (Monterrey Industrial Park). The disappointment is having developed a medical center project with an associate who did not act like an associate and that in the moment of truth didn't reply as it was. This is very common when the business is not going well and they want everything to go well for themselves at all costs.

What message can you give to investors about the business opportunities in Mexico's real estate sector?

Talking about investors is talking about investment and if we follow the theme of this interview it is talking about professional investors, where the investor not only takes your money and invests it but also runs the risk with you. We need more modern investment instruments. A while ago I was a maths teacher and I remember the sets. I have always said that there are three elements in the real estate business: market, project and location. As long as you have a good project with a market and a good location, the percentage of success is greater, if one is missing success is not secure. If the professional manages to work with these three elements and can close these circles so that the area of convergence of the three is big, in this way everyone can go well.

We hope that with this issue and trying to put together the thoughts on behalf our council, we can build a modern real estate market in our country.

Por: **Paulo Andre Gomes**
Director de Investigación
Prudential Real Estate Investors – Latin America

Tendencias en el sector de vivienda

Current Trends in Mexican Housing

Fotografía: Federico de Jesús

Paulo Andre Gomes
Director de Investigación
Prudential Real Estate Investors – Latin America
paulo.gomes@prudential.com

El sector de las viviendas en México es actualmente uno de los sectores más dinámicos del país ya que su crecimiento ha rebasado en los últimos años al resto de los sectores de la economía. La demanda de viviendas en México sigue siendo fuerte, lo cual no es de sorprenderse ya que México es una nación que históricamente ha presentado un gran crecimiento en la población. Las fuerzas de oferta que conducen a los participantes del mercado hacia una redistribución del sector son de particular interés.

El perfil de la población de México es prometedor desde el punto de vista de la demanda de la vivienda. No solo el ingreso per capita es mayor que el que presentan otros países en vías de desarrollo con grandes poblaciones como Brasil, China e India, sino también la alta presencia de la juventud: 41%. Mientras que México representa el 1.6% de la población mundial, el 1.8% de la juventud mundial vive en el país. Hoy en día, estas cifras se traducen en más de 43 millones de mexicanos menores de 19 años.

En México, el porcentaje de individuos que posee una vivienda es de el 3% entre los 14 y 19 años de edad, pero es de el 30% entre los 25 y 29 años de edad. Esto quiere decir que casi un tercio de esos jóvenes que comienzan a ser adultos poseerán una vivienda dentro de un período de 10 años.

El gran número de adolescentes que entra en la edad adulta confirma la fuerte demanda de viviendas en medio del crecimiento desacelerado de la población. Hoy en día, el número de viviendas en México está creciendo a una velocidad de aproximadamente 3% por año, mientras que la población no había crecido a esa velocidad desde la década de los setenta. Durante la década pasada, más de 530,000 nuevas viviendas por año se sumaron al mercado. De acuerdo al Censo del 2000, México tuvo 21.9 millones de viviendas ese año, y se calcula que el estoque está creciendo a la misma velocidad que lo hace la cons-

Crédito Hipotecario

BBVA Bancomer

Lo veas por donde lo veas, Crédito Hipotecario Bancomer, el mejor

Ya no le des vueltas.

Visita tu sucursal Bancomer o Hipotecaria Nacional más cercana.

www.bancomer.com

Hipotecaria Nacional
Grupo Financiero BBVA Bancomer

adelante.

Porque es el único que te ofrece:

- Tasa de interés de menos del **1% mensual (fija anual del 11.75%, a 15 años)**
- Hasta **90% del Crédito o hasta el 95% con Apoyo INFONAVIT**
- Para personas físicas: asalariadas, independientes o con actividad empresarial
- Edad de **18 años en adelante**

Acude a tu Sucursal **Bancomer** más cercana, a cualquier oficina de **Hipotecaria Nacional** o llama al **01 800 122 6630** y pregunta por el **Crédito Hipotecario Bancomer; por mucho, el mejor del mercado.**

Crédito para comprar casa de nivel medio y residencial con valor desde **$500,000.00**

Sujeto a aprobación de crédito.

titución de las viviendas – aproximadamente el 3%, o un total de más de 750,000 viviendas por año.

Identificamos 10 tendencias que contribuirán a la delimitación del futuro de las viviendas mexicanas y que evaluaron su impacto en la inversión del sector[1]. Estas 10 tendencias sustentan una apuesta a largo plazo en lo que se refiere a las viviendas de México desde cuatro diferentes perspectivas: la demanda, la oferta, el marco institucional y las finanzas. De manera independiente, se espera que cada una de las tendencias tenga consecuencias poco alcanzables en el mercado de viviendas mexicanas; sin embargo, todas juntas, las tendencias muestran su utilidad como un medio para desarrollar estrategias específicas de inversión.

Tendencia #1: Las fuerzas demográficas sustentan la demanda.

Sin lugar a dudas México experimentará una gran constitución de viviendas en los años venideros. A pesar de que el crecimiento de la población ha bajado considerablemente en México, los efectos de una población todavía joven dirigirán la demanda durante por lo menos otras dos décadas.

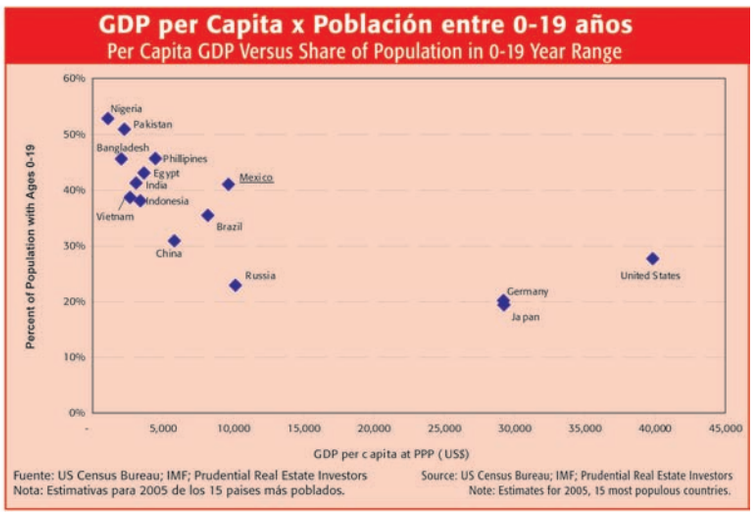
Se calcula que el déficit de las viviendas en México varíe de 4 millones a 6 millones de unidades. A pesar de que el déficit ejerce presión en el Mercado, la demanda actual es casi independiente en lo que se refiere a éste. Año con año, los hogares se constituyen conforme los adolescentes entran a la edad adulta, mientras que surgen los divorcios, mientras que la migración sirve para poblar en gran medida algunos estados y mientras las viviendas existentes se agotan. De manera adicional, mientras que las familias alcanzan mayores niveles de ingreso, éstas buscan una mejor calidad de vivienda. Ya que la creación de hogares es todavía bastante alta en México, la principal tarea del mercado consiste en atender a su demanda anual.

Si asumimos que el incremento en la cantidad de viviendas de México es igual al 98% del número neto de hogares constituidos en las siguientes décadas (lo cual coincide con las proyecciones oficiales), esto daría por resultado un promedio de 850,000 nuevas viviendas por año entre el 2005 y el 2020, después de esto el promedio de comenzará a disminuir.

Tendencia #2: Expansión de la base de compradores de viviendas

El sistema de financiamiento de viviendas en México se encuentra actualmente limitado por el hecho de que la mayor parte de la población (por ejemplo, los que trabajan de manera independiente y los que constituyen la economía informal) no califica para hipotecas. Infonavit y la SHF han desarrollado iniciativas para facilitar el financiamiento de hipotecas para este segmento de la población. Más recientemente, los proveedores de hipotecas del sector privado y las constructoras de viviendas también han lanzado programas dirigidos a este segmento.

El reto abarca la creación de incentives para los que se encuentran en la economía informal con el fin de que estos pertenezcan a la economía formal y perfeccionen las herramientas crediticias y las bases de datos que reconocen el ingreso no formal (pero comprobable) de los compradores potenciales de viviendas. El progreso en esto incluye la legislación de impuestos recientemente autorizada que hace que los intereses de la hipoteca sean deducibles, creando así un incentivo para los compradores potenciales de viviendas en lo que se refiere a declarar sus impuestos con el fin de obtener los beneficios. Asimismo, se realizaron esfuerzos para desarrollar bases de datos con el fin de monitorear la historia de los gastos y proporcionar a los prestamistas la información necesaria para autorizar el financiamiento para los segmentos de menor ingreso de la población.



Tendencia #3: Crecimiento de las Constructoras de Viviendas

Las constructoras mexicanas de viviendas desarrollan aproximadamente el 75% de todas las nuevas viviendas del mercado cada año. De igual manera, las 10 constructoras de viviendas más grandes son las responsables de casi el 30% de la producción total de viviendas, y ninguna posee participación en el mercado de más del 10%.

Dada la naturaleza local de los bienes inmuebles, no es de sorprenderse el hecho de encontrar que una gran parte de las constructoras primero se concentre en su región de origen. Las constructoras completamente nacionales son pocas; sin embargo, esto está cambiando con rapidez. Algunas constructoras han crecido considerablemente en las últimas décadas con la adquisición de competidores o al abrir subsidiarias fuera de sus mercados principales tradicionales.

Últimamente, las instituciones financieras han mostrado preferencias por trabajar con compañías más grandes y más sofisticadas. Esto ha llevado a las constructoras a enfatizar el crecimiento como un medio para accesar aún más al financiamiento. Las compañías más eficientes y con estados de cuenta más fuertes podrán acceder con más facilidad a las nuevas fuentes de capital a largo plazo, las cuales se presentan con mayor frecuencia en los mercados de capitales de México. Los mercados de capitales en México están creciendo (tanto en tamaño como en alcance), y son un incentivo poderoso para las constructoras en lo que se refiere al crecimiento de sus operaciones.

Tendencia #4: Las compañías más grandes se convierten en compañías públicas

Un resultado del crecimiento de las constructoras es su gran necesidad por capital. Por lo tanto, su acceso a los mercados de capitales se ha expandido con rapidez. Actualmente seis constructoras cotizan en la bolsa mexicana y un par de otras estudian IPOs. Las seis compañías tienen participación de mercado de aproximadamente el 23% de las viviendas vendidas por desarolladores, lo cual indica su potencial de crecimiento mientras que el mercado sigue consolidándose.

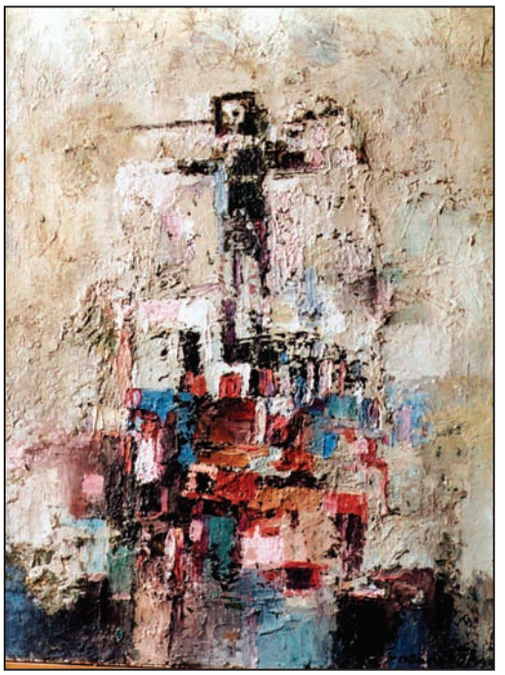
A pesar de toda la actividad IPO que se llevó a cabo desde el 2003 (tres constructoras se hicieron públicas en 12 meses), esta tendencia se acerca a su límite. De las 10 constructoras más grandes en el país, cinco son compañías públicas. No sólo el mercado accionario de México no se encuentra desarrollado lo suficiente para fondear de manera eficiente a las compañías pequeñas, sino que también el float accionario de las constructoras públicas es relativamente pequeño, y las emisiones secundarias potenciales de estas mismas compañías deberían saciar el apetito de las inversiones del mercado en el futuro cercano.

Tendencia #5: Un marco institucional más fuerte

Últimamente los legisladores aprobaron una nueva ley de viviendas que incrementa la transparencia en los procesos de autorización federal, estatal y local. Al mismo tiempo, un modo de pensar enfocado al mercado permitirá a las ciudades que ofrecen un marco más organizado (y transparente) para la planeación del uso de suelo calificar en lo que se refiere a mejores términos de financiamiento por parte de los proveedores de hipotecas. Los gobiernos también se verán recompensados al proporcionar incentivos para la producción de viviendas nuevas.

La industria de las viviendas tiene un gran interés en despolitizar el sector. Aunado a esto se encuentra el sistema financiero que más que un mero conducto de fondos es un conducto que moviliza los recursos, y da a los participantes la disciplina del mercado. En este aspecto, los grupos locales de la industria están ejerciendo presión para

Fuente legendaria. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.68 x 0.58 cm

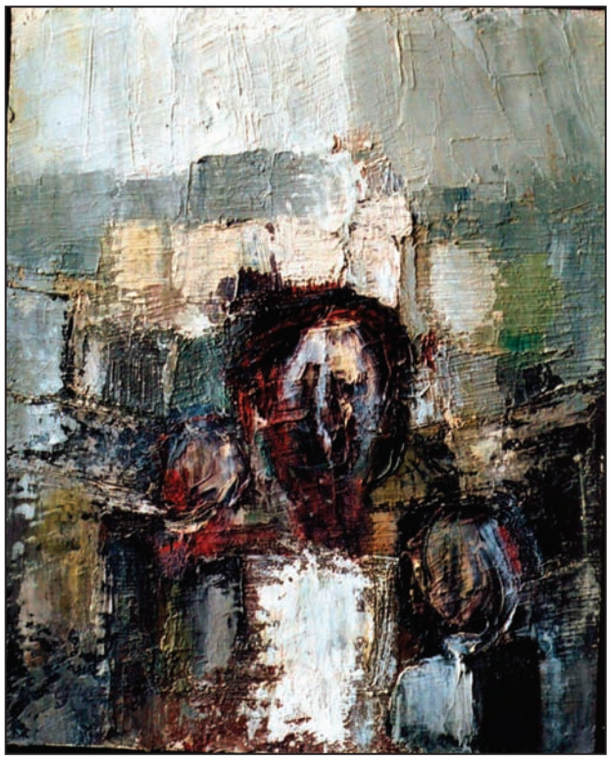


La visita del Ángel
mixta sobre tela
0.80 x 0.60 cm

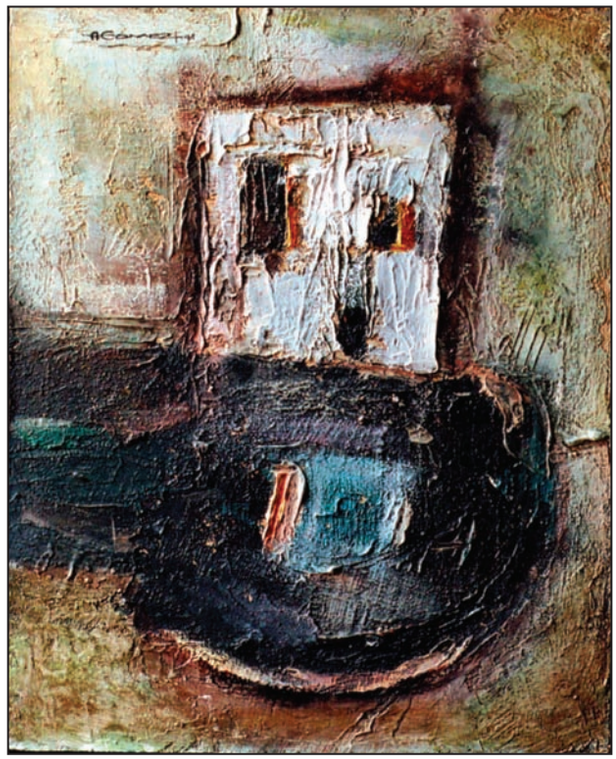
Armando Gómez Peña

Cabeza y caballito. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.60 x 0.40 cm

Danza con caballos. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.60 x 0.40 cm



Niña gritando. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.60 x 0.40 cm



Para el caminante. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.60 x 0.40 cm

Para emprender un viaje. Serie ritos
mixta sobre masonite
0.60 x 0.40 cm

Las obras que presento en esta selección son representativas de mi producción artística durante más de diez años de residencia en la ciudad de México, muchas de ellas forman parte de colecciones particulares y permanentes, las que de alguna manera integran el significativo mosaico de la pintura contemporánea cubana y latinoamericana en tierras aztecas.

El hecho de compartir mi actividad creativa con otros aspectos de la cultura como la museología y la restauración, me permite involucrar la obra individual con estas disciplinas que han sido complementos subyacentes a mi formación como artista. La necesidad de realizar este trabajo responde al aspecto organizativo, bajo el criterio de que, como creadores podemos contribuir a su conservación y ordenamiento sin mediatizar las vías por donde se desplazan los críticos, quienes son los encargados de establecer una comunicación entre creador y público: "El crítico habla al auditorio que tiene delante y señala las pinturas que tiene detrás. Es un vínculo necesariamente de comunicación entre el artista y el publico" (1) intercediendo con un discurso, a veces magnificador, otras detractor de la expresión personal del artista quien prefiere ser objeto de alguna valoración, antes de ser ignorado por la "crítica".

En esta oportunidad, me permito catalogar parte de mi trabajo con un poco de autoestima y gratitud, con los posibles recursos de justicia que a su beneficio pudiera aportar el autor.

Armando Gómez Peña

Dimas Efraín Juantorena
Art Dealer
01 (55) 5514-0311
celular: 044 55 5961-9733
dimasjuantorena@yahoo.es

Eduardo Lozano Rivero

Cuando se habla de un artista se define su técnica, se desglosa su estilo o se clasifica la corriente artística en la que se inserta su obra, todo sería así de sencillo, pero cuando se habla de Ernesto Lozano todo se complica, por que decir que su técnica es mixta no dimensiona la aventura plástica de los materiales que utiliza, afirmar que tiene un estilo libre no establece la generosidad y magnificencia de su estilo definido y reconocible en cualquier latitud y confirmar que es un artista Pop sería enclavar su arduo trabajo en una corriente ya añeja.

Ernesto Lozano con su obra pictórica basada en la corriente Pop, al rescate de los iconos mexicanos y universales, con el derroche de color, la magnificencia de sus imágenes y la diversidad de sus soportes, logra que en cada una de sus obras se reconozca al artista de su tiempo, evolucionado y recreador del nuevo Pop, evolucionado y recreador de la emoción que causa una imagen ya vista, evolucionado y recreador de la libertad, el contraste y la consistencia en su obra, evolucionado y recreador de su entorno sin cortapisas o falsas modestias, Ernesto Lozano un artista de añeja corriente, con evolucionada técnica y depurado sentido de libertad pictórica, un maestro de la recreación visual que emociona y remueve los sentidos, que rompe esquemas y construye el espíritu de ser artista.

Dimas Efraín Juantorena
Art Dealer
01 (55) 5514-0311
celular: 044 55 5961-9733
dimasjuantorena@yahoo.es

Debido al gran éxito alcanzado en su primera edición, donde participaron 720 diferentes empresas, por segundo año consecutivo se llevará a cabo el Segundo Congreso Dirección de Fuerza de Ventas. Una oportunidad única para que los directivos de las empresas incrementen sus ventas, capitalicen al máximo sus conocimientos en estrategias comerciales eficaces.

Este evento es organizado por Grupo Euro Business, una empresa con 7 años de experiencia, líder a nivel nacional en capacitación de ejecutivos de alto nivel enfocados al área de ventas. Adicionalmente de los cursos personalizados que diseña para las áreas de ventas de diversas empresas (In company), ha ganado reconocimiento por organizar el más importante congreso de su tipo, de acuerdo con la Directora General de Grupo Euro Business, la Lic. Rosie Juárez.

"El concepto de fuerza de ventas surgió a raíz de que, no obstante hay varias empresas dedicadas a la organización de este tipo de congresos en México, estaba muy descuidado el sector de ventas, y decidimos diseñar un congreso donde conjuntáramos a los directores comerciales para impulsar la eficiencia de esa importante área"

El evento, que en su segunda edición lleva el nombre de, Segundo Congreso de Dirección de Fuerza de Ventas, está dirigido en esta ocasión a directivos del área comercial, de empresas de cualquier giro y de cualquier tamaño, desde Pymes hasta Corporativos, de la talla de Grupo Modelo, Banamex, Televisa, Bimbo, Mundo Ejecutivo, Televisión Azteca, Hérdez, Met Life, entre otras, que por segundo año consecutivo asisten al evento motivados por los resultados obtenidos en el primer congreso.

Uno de los elementos que sustentan la importancia del evento consiste en la participación de expertos conferencistas de las ventas, además de exitosos empresarios con muchos años de experiencia en la consultoría de los principales corporativos internacionales, del nivel de de Coca-Cola y American Express, por mencionar algunos.

Estos expertos, procedentes de Europa, Estados Unidos, Canadá y México, compartirán su experiencia y valiosos conocimientos tropical izados al mercado mexicano, para que su aprovechamiento por parte de los asistentes sea 100% efectivo.

"Nuestra empresa se encarga de ponerlos al tanto de la economía mexicana actual para que se den una idea de cuál es nuestra situación económica, política y social, y adapten sus estrategias al mercado nacional", señala Rosie Juárez.

Entre los interesantes temas que este año se abordarán en el evento, destacan "Cómo mantener la lealtad del clientes, "Cómo venderle a los clientes de su competencia a través de la técnica de Wow Sone Graph", "Evolucione y venda mucho más a través del uso de la tecnología ¡Cómo el Internet cambia todo!", y "Aprenda estrategias, planeación y administración de las ventas con nuevas técnicas eficaces", entre otros.

El costo del congreso es de $11,800 pesos por persona, y también existen paquetes empresariales en donde se aplican descuentos especiales dependiendo del tamaño del grupo que lo solicite.

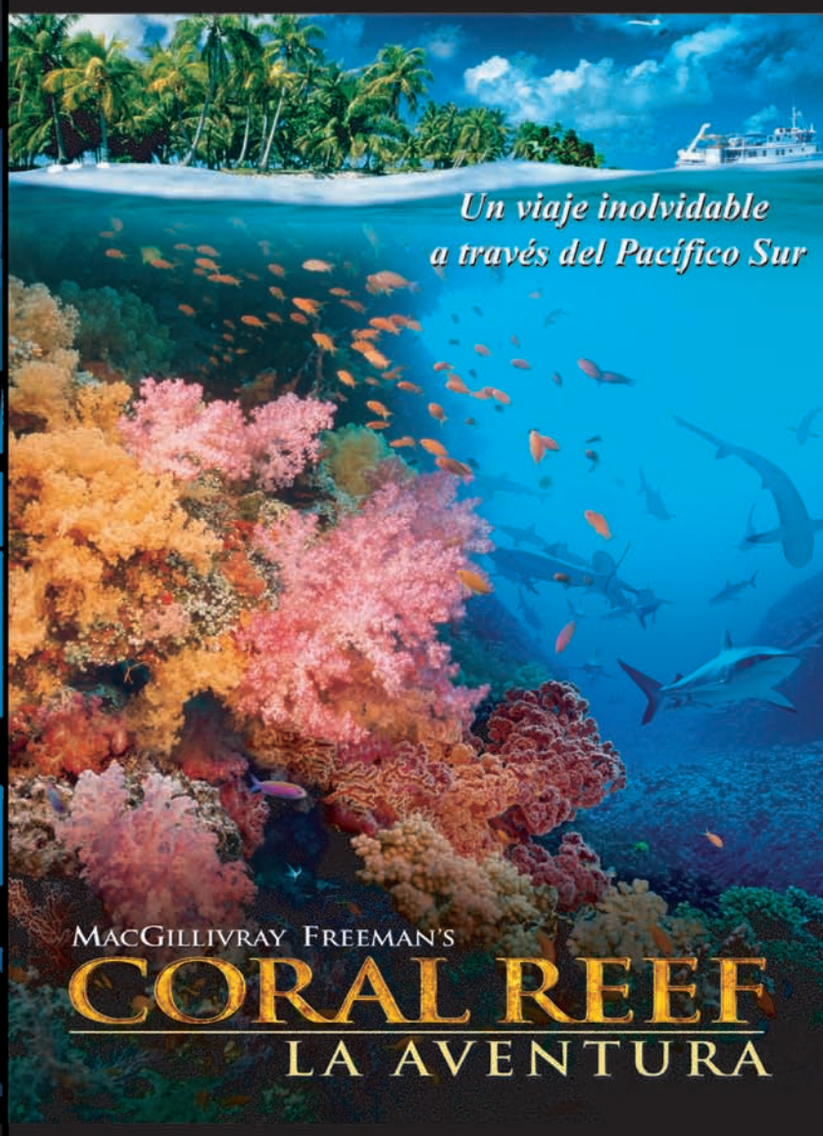
Directora General

De acuerdo con la directora de Grupo Euro Business, "el evento es una mezcla entre lo que es la alta dirección de ventas y la administración de ventas, así como también estamos tocando el tema de estrategia comercial, dentro de un congreso de nivel más alto en comparación con el anterior, y a petición de los asistentes del año pasado".
Además de las conferencias magistrales dictadas por los expertos, el programa contempla sesiones de evaluación que permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos. Adicionalmente, el evento cuenta con dos espectáculos que agregan frescura al evento, Desayuno, coffee break, comida tipo buffet y material de trabajo. Para finalizar, el congreso concluye con un cierre tipo graduación donde se otorga un diploma de reconocimiento.
Entre los patrocinadores del Segundo Congreso de Dirección de Fuerza de Ventas se encuentran importantes empresas como El Financiero, Mundo Ejecutivo, Radio Capital, ING, Editorial Mexicana de Impresos, Entregando Express, Canaco, ATM, Tips del Valle, entre algunas otras, quienes respaldan con su reconocida presencia en mercado la validez y mercado la validez y efectividad del evento.

El Segundo Congreso de Dirección de Fuerza de Ventas tendrá lugar los días 25 y 26 de octubre de este año, en el Hotel Presidente Intercontinental, ubicado en la zona hotelera de Polanco. Para mayor información llame al Tel: 52 33 21 33 al 39. Fax: extensión 101, o envíe un e-mail: info@expofuerzadeventas.com

MEGAPANTALLA IMAX®

de Papalote • Museo del Niño



Gracias a:

Banamex

Gracias a:

ADO®
¡SIEMPRE PRIMERA!

Para mayores informes consulta www.papalote.org.mx y / ó la cartelera.

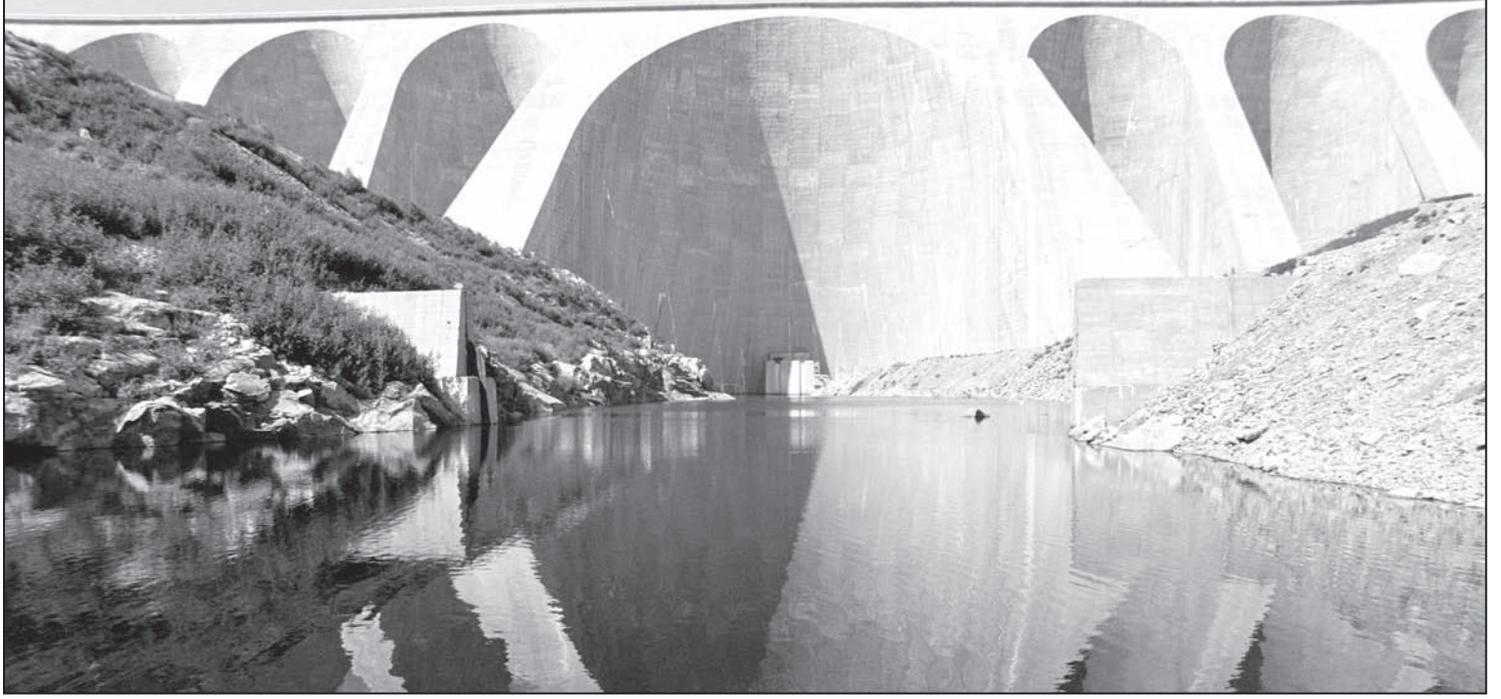
toco ¡uego y aprendo

2a. Sección del Bosque de Chapultepec Línea Papalote 5237•1773 www.papalote.org.mx Boletos en Taquilla o

Boletos en ticketmaster www.ticketmaster.com.mx 5325•9000 Reservaciones para grupos 5237•1799 Lada 01800•327•2727

Números en Concreto World Of Concrete México 2005

World Of Concrete México 2005: Numbers In Concrete



Concluyó con gran éxito la segunda edición de WORLD OF CONCRETE MÉXICO, la exhibición líder dentro de la industria de la construcción con concreto en México, organizada por Hnely Word, E.J. Krause de México y el Instituto Mexicano del Cemento y del Concreto (IMCYC).

El evento contó con una asistencia de 5,734 profesionales del ramo de la construcción, así como una participación de 209 empresas provenientes de 13 países; ocupando una superficie total de 5,200 m2 netos. La asistencia de profesionales fue principalmente nacional, pues alrededor del 95% de los participantes eran de origen nacional, principalmente del Distrito federal y el estado de México. Sin embargo hubo presencia extranjera de variadas nacionalidades y de todos los continentes.

El evento destacó por las demostraciones técnicas efectuadas dentro y fuera del Centro Banamex, recinto seleccionado por E.J. Krause para el montaje de WORLD OF CONCRETE 2005. Además hubo pabellones internacionales, de los cuales sobresalió el Pabellón Español, que ocupó una superficie total de 265 m2, y fue promovido por la Asociación Española de Fabricantes Exportadores de Maquinaria para Construcción, Obras Públicas y Minería (ANMOPYC).

WORLD OF CONCRETE MÉXICO 2005 es sin duda un evento de alcances multinacionales, muestra de ello es el interés que de manera reciente manifestó el US Department of Commerce de los Estados Unidos para promover un Pabellón de ese país durante la próxima edición del evento en México.

Cabe destacar que entre los asistentes se encontraban profesionales de distintos ramos del sector, se dieron cita principalmente arquitectos, ingenieros, contratistas comerciales, proveedores residenciales, desarrolladores de vivienda, productores de concreto, productores de bloques de concreto, distribuidores, inversionistas, ingenieros civiles, contratistas de concreto decorativo, autoridades gubernamentales, organizaciones estatales y agencias de gobierno

Es interesante hacer notar el valor comercial de la exposición; cerca de 90% de los asistentes posee facultad de recomendación en la compra final, o tienen injerencia en la decisión final de compra. Lo que demuestra que el evento es un verdadero foro de negocios.

De acuerdo a encuestas proporcionadas por lo organizadores, los productos que generaron mayor interés en el evento, destacaron: equipo (15.76%), materiales (14.32%), maquinaria (13.24%), herramientas (10.45%), productos y aditivos (11.64%), proyectos (8.18%), servicios (6.80%), software/hardware (5.76%), y tecnología (9.60%).

Otro de los aspectos destacables de esta exposición fue la organización de las conferencias, pues los temas fueron seleccionados por un Consejo Consultivo de alto nivel que identificó temas sobre la construcción con concreto que fueran de interés para todas las áreas de esa industria. El Programa contó con una asistencia total de 400 profesionales en las 30 conferencias impartidas por ponentes de gran calidad provenientes de Brasil, Estados Unidos y México.

WORLD OF CONCRETE MÉXICO no sólo es exitoso desde su concepción o por el poder de convocatoria y calidad de visitantes que tiene, recientemente recibió el reconocimiento Best International New Show (Mejor Nueva Exposición Internacional) por parte del Best New Show Award 2005 otorgado por la revista norteamericana Expo Magazine. Este premio Internacional le fue otorgado a la exhibición en su edición 2004

Es de esperar que sea merecedora de reconocimientos, en la superficie de 5,200 m^2 participan más de 200 empresas nacionales e internacionales, destacando productores de concreto, empresas cementeras, fabricantes de productos y aditivos para el concreto, maquinaria para producción, transporte y colocación de concreto, texturización de concreto, andamios, grúas, herramientas y tecnologías para reparación y demolición, así como productos para el creciente sector del concreto decorativo.

Algunos de las empresas que estuvieron

"NO TE VALLAS CON CUALQUIERA...

VALLARENT®

52 72 00 18

Y ACÉRCATE A VALLARENT"

VALLARENT

La razón para afirmar esto es muy sencilla, sólo nosotros contamos con las mejores ubicaciones en las mejores plazas y al mejor precio. Nuestra filosofía es consolidar una relación profesional y de servicio con cada uno de nuestros clientes, apoyándolos en el logro de sus objetivos comerciales. Permítanos contribuir con la labor de posicionar exitosamente su marca o empresa.

presentes fueron Cemex Concretos, Black & Decker, Cimbramex, Comex, Putzmeister, Scwhing, Kenworth, Villacero, Fester , Deacero, Degussa, Sherwin Williams, Andamios Atlas, Autodesk, Hilti Mexicana, Lacosa, Cementos Moctezuma, Diamond Products, JCB México, Michelin, Sika Mexicana, entre muchas otras.

Enhorabuena para E.J. Krause de México que una vez más concluye un evento con éxito, esperamos contar con eventos de esta calidad durante los siguientes años, es importante pasar las fronteras y demostrar las capacidades industriales que tiene México ante nuestros propios socios en el país como en el extranjero.

• WORLD OF CONCRETE México 2005 successfully concluded with 50,000 sq feet of exhibition space and attended by over 5,000 construction professionals.
• 209 exhibitors from 13 countries
• The US Department of Commerce declared its interest in promoting a North American Pavilion at the next event.

Mexico City, July 13, 2005 - Hanley Wood, EJ Krause de México and the Mexican Cement and Concrete Institution (IMCYC) announced the results of the second WORLD OF CONCRETE MÉXICO held June 16-18 at Centro Banamex in Mexico City, which was attended by over 5,000 construction professionals, and featured 209 exhibiting companies from 13 countries, in 50,000 sq feet of exhibition space.

The attendance profile included 95% Mexican professionals, mostly residing in Mexico City (53%); the State of Mexico (24%); and the remaining 23% from the rest of the Mexican Republic. The remaining 5% consisted of executives from Asia, Africa, Europe, Oceania and America.

The event also stood out for technical demonstrations conducted both inside and outside the Center, as well as for the international participation, the most notable was the Spanish Pavilion, promoted by the Spanish Association of Exporting Manufacturers of Machinery for Construction, Public Works and Mining (ANMOPYC).

For the second year running, "WORLD OF CONCRETE MÉXICO" positioned itself as the leading exhibition for the concrete construction industry in Latin America. Interest in the booming Mexican Construction market has spurred the US Department of Commerce to promote a North American Pavilion at the 2006 event, commented Paul St Amour, Director General of EJ Krause de México.

"This exhibition is without doubt, the most important Spanish-speaking event in the field, which strengthens professionals through the technologies presented on the exhibition floor and during the conferences, which have never before been seen in our country", assured Jorge Sánchez Laparade, President of the IMCYC.

The attendees included professionals from all facets of the industry, including commercial contractors, architects, engineers, residential suppliers, housing developers, concrete manufacturers, concrete block manufacturers, distributors, investors, civil engineers, decorative concrete contractors, government authorities, state organizations and government agencies and others. Of the total attendees, almost 90% recommend or influence the final purchase decision.

According to surveys, the products generating the most interest at exhibition included equipment (15.76%), materials (14.32%), machinery (13.24%), tools (10.45%), products and additives (11.64%), services (6.8%), hardware and software (5.76%) and technology (9.6%).

The Conference Program included topics on construction with concrete for all aspects of the industry. The 30 conferences were attended by more than 300 professionals and presented by top industry speakers from Brazil, the USA and Mexico.

WORLD OF CONCRETE México recently received the recognition of Best International New Show from the Best New Show Award 2005 granted by the North American Expo Magazine. This international prize was awarded at the 2004 exhibition. "We are proud of this recognition, and the results of the 2005 Show reflect our commitment to continue maintaining a competitive forum which provides benefit to the industry", commented Tom Cindric, Show Director, World of Concrete Mexico.

WORLD OF CONCRETE México 2005 offered products and services of 209 leading industry suppliers, both domestic and international, including concrete and cement manufacturers, additives manufacturers, material handling equipment, scaffolding, cranes, repair and demolition equipment and technology, as well as products for the growing decorative concrete sector.

Exhibitors included Schwing America, Putzmeister, Cemex Concretos, Black & Decker, Cimbramex, Comex, Kenworth, Villacero, Fester, Deacero, Degussa, Sherwin Williams, Andamios Atlas, Autodesk, Hilti Mexicana, Lacosa, Cementos Moctezuma, Diamond Products, JCB México, Michelin, and Sika Mexicana and many more.

WORLD OF CONCRETE MÉXICO is certified by the US Department of Commerce, and is also sponsored by the Mexican Premixed Concrete Industry Association (AMIC) as well as being sponsored by the National Cement Chamber (CANACEM), the Faculty of Architecture and the Engineering Institute of the National Autonomous University of Mexico and the National Prestressed and Prefabricated Concrete Industry Association (ANIPPAC).

visit: *www.worldofconcretemexico.com*

About Hanley-Wood Exhibitions and WORLD OF CONCRETE

Hanley Wood Exhibitions stages exhibitions in the residential/commercial, construction areas, including WORLD OF CONCRETE. It is a leader in the editorial sector with specialized magazines such as Multifamily Executive, Builder, Big Builder, Remodeling, Concrete Construction and Pool & Spa News. The company has great online presence including the web sites Builder Online, eplans.com and ebuild.com.

WORLD OF CONCRETE began in Houston, Texas on February 23, 1975. Today, the exhibition brings together more than 1500 exhibiting companies in exhibition halls of up to 64,700 m² in the United States of America. The WORLD OF CONCRETE seminar program has been rated as one of the most advanced an educational in the industry. *www.worldofconcrete.com*

About E.J. Krause de México

A company that develops international business forums in Mexico and that stages the most important annual events of the telecoms and technology, manufacturing, environmental, energy, food and beverage, concrete construction and nautical industry sectors. E.J. Krause de México forms part of the worldwide network of E.J. Krause & Associates, Inc., which is one of the largest commercial exhibition organizers in the United States of America. With a total of 12 international offices, EJK currently produces world leading events in different sectors in the United States, Asia, Latin America and Europe. *www.ejkrause.com.mx*

About to the Mexican Cement and Concrete Institute

The Institute is the image, voice and representation of the cement and concrete sector to society, national authorities and international entities and is dedicated to the promotion of the optimum application of cement and concrete in the industry. For more than 44 years, the Institute has always been concerned about placing the latest concrete design, management and laying technologies within the reach of the Mexican market, as well as publicizing the most recent national and international advances. *www.imcyc.com*

PRESS CONTACTS:

Mónica Avilés Unda / Rosa Ma. Lira
E.J. Krause de México
Edelman
Tel: 1087-1650 ext.1115
Tel: 5350-1523
maviles@ejkrause.com
rosa.lira@edelman.com

RABINO MOISES KAIMAN

EDUARDO LOZANO

EDUARDO LOZANO

EXCLUSIVE PHOTOGRAPHY

AVE. GOMEZ MORIN No. 911 PLAZA LAS PALMAS L-2 COL. DEL VALLE (81) 8335-3606 (81) 8335-3607
San Pedro Garza Garcia, N.L. MEXICO www.eduardolozano.com E-mail:edlozano@enlace.net

hacer que Infonavit sea menos vulnerable a la presión política y para convertirlo en una entidad independiente parecida al Banco de México.

Tendencia #6: Compartir más la información

Los participantes del mercado de México carecen de tradición en lo que se refiere al hecho de compartir la información, a pesar de que las instituciones, como los proveedores del financiamiento y las constructoras acumularon una riqueza de información durante los últimos años.

La implementación de una base de datos descentralizada mejoraría la precisión de las proyecciones del mercado y la eficiencia. Sin ésta, el sector seguirá apoyándose en los pronósticos imprecisos, lo cual genera el riesgo de caer en el desequilibrio y en la sobre oferta. Para el público en general, esto es una herramienta invaluable para acompañar la producción de viviendas, ventas y costos locales en detalle. Ésta también será una herramienta para comprender los patrones de pago durante los términos de la hipoteca, lo cual por consiguiente disminuiría el spread de riesgos por default y ayudaría a disminuir las tasas de la hipoteca.

Otro factor que está cambiando la transparencia general del sector es el creciente número de constructoras públicas. Estas compañías deben cumplir requerimientos más estrictos en lo que se refiere al informe de las finanzas y de las operaciones, ya que estas compañías presentan sus registros a inversionistas y analistas. Esto no es solo saludable en lo que respecta a los procedimientos internos, sino que también permite que se comparta la información y que se delimiten los parámetros del mercado, lo cual es de vital importancia para su eficiencia.

Tendencia #7: Mayor especialización de las instituciones financieras

Esperamos que los participantes del marco financiero de México se vuelvan más especializados. Un ejemplo de esto es el cambio de rol de la compañía nacional de hipotecas SHF, la cual ha sido una fuente de financiamiento de hipotecas, de manera directa y a través de intermediarios financieros. Recientemente se le permitió buscar fondos en mercados de capitales. A la larga, SHF cambiará su enfoque: de ser un proveedor de financiamiento de hipotecas se convertirá en un garantizador de riesgos de default de MBS. Un mercado funcional para MBS depende de participantes muy especializados. Por lo tanto, esperamos ver participantes más enfocados en todos los niveles, así como un mercado cada vez más eficiente.

Tendencia #8: Financiamiento para la clase media

El Mercado para las viviendas cotizadas por arriba de los $50,000 se encuentra en expansión. El desarrollo de la economía de México, junto con los cambios demográficos ya mencionados, ha incluido a más viviendas en este nivel. Y el aumento de los préstamos por parte de los bancos comerciales servirá de motor para incluir a la clase media en el mercado.

Se espera que el crecimiento unitario de las ventas se concentre en los segmentos medios y en los más elevados, en donde los bancos comerciales ahora centran sus esfuerzos de préstamos de hipotecas. Las hipotecas emitidas por bancos casi desaparecen del mercado al principio de 1996, pero lentamente volvieron a surgir después de 2002. Probablemente el número de hipotecas emitidas por el banco se duplicará en los próximos dos años, alcanzando más de 50,000 por año para el 2006.

Tendencia #9: Fuentes diversificadas de recursos

Un entorno de tasas de interés más bajas tiene implicaciones más fuertes para el desarrollo económico de un país acostumbrado a un alto costo de capital. Un crédito más accesible se refiere a que las compañías tienen mejores alternativas para la producción, mientras que los consumidores solicitan más préstamos.

La industria de los fondos de pensión experimentó un rápido crecimiento desde su inicio y las Afores se convirtieron en participantes importantes en los mercados de capital de México. Inicialmente, las inversiones de las Afores se limitaron a los bonos del gobierno, lo cual aún representan aproximadamente el 90% de sus portafolios. Los cambios recientes a las regulaciones de la inversión de las Afores ahora les permiten invertir en bonos de empresas mexicanas cotizados en pesos o en algunas monedas extranjeras, así como en algunos derivados financieros. Como resultado, las Afores ya son compradoras clave de MBS en México y deberán seguir siéndolo.

Las instituciones internacionales, las cuales son proveedores potenciales de capital y deuda, también están invirtiendo en el sector mientras la economía estable hace más atractivas las inversiones en peso para los inversionistas extranjeros.

Tendencia #10: Bursatilización de hipotecas

El desarrollo sustentable del mercado de MBS solo será posible a través de la creación correspondiente de un mercado secundario para estos valores. La legislación únicamente permite a las Afores invertir en bonos "investment grade". No es de sorprenderse que los MBS emitido en México durante los últimos meses incluyan características de mejora del crédito para hacerlos más atractivos para estas instituciones, las cuales son los principales compradores de estos valores.

Un mercado de MBS bien sustentado requiere de la liquidez que proviene del comercio secundario. El mercado de las viviendas en México aún tiene un largo camino por recorrer antes de alcanzar este nivel de eficiencia. Se alcanzará el desarrollo solo cuando exista la demanda suficiente para dichos instrumentos. Pero los principales componentes ya se encuentran en su lugar: un mercado maduro de viviendas sustentado por una demanda consistente; constructoras eficientes y con experiencia; proveedores de hipotecas altamente sofisticados; un creciente grupo de inversionistas institucionales; un mercado de capitales en desarrollo; y un marco institucional que asegure la conservación del sistema.

Conclusión

Las tendencias mencionadas en este informe ayudarán a definir el futuro cercano del sector de viviendas. Por lo general, todas ellas indican movimientos positivos que afectan las estrategias de la inversión. Por supuesto, siempre existe el riesgo de que algunas (o incluso la mayoría) de estas tendencias sean de corta duración o de que no tengan el impacto esperado. Por lo tanto volvemos a enfatizar los hechos fundamentales que sustentaron el mercado durante los últimos años.

Las tendencias demográficas del país muestran un promedio elevado en lo que se refiere al aumento en el numero de hogares en los años próximos, mientras la estabilización económica está permitiendo a más familias el hecho de considerar comprar una casa nueva por primera vez. México se jacta de contar con un conjunto de constructoras que han desarrollado la capacidad de unir de una manera eficiente a los compradores de viviendas con las fuentes públicas o privadas

Pronóstico de Demanda por Vivienda
New Housing Demand Forecast

	Hogares *Total Households*	Crecimiento Anual *Annual Growth*	Nuevos Hogares por Año *Increase in Households per year*	Nuevas Viviendas por Año *New Homes Needed*
1990	16,202,845			
1995	19,848,319	4.1%	729,095	714,513
2000	22,640,391	2.7%	558,414	547,246
2005e	26,695,810	3.4%	811,084	794,862
2010e	30,998,714	3.0%	860,581	843,369
2015e	35,418,133	2.7%	883,884	866,206
2020e	39,745,480	2.3%	865,469	848,160

Fuentes: INEGI; CONAPO; Prudential Real Estate Investor
Sources: INEGI; CONAPO; Prudential Real Estate Investors

Evitándonos
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

Javier Ixcoatl Valencia

El Deseo
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

La niña del acordeón
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

Sevillana
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

La gitana
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

Sólo un sueño
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

El ángel
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

Esperanza
esmalte sobre cartón
125 x 90 cm

¿Ya agendaste el 23 de septiembre?

No dejes pasar la oportunidad.

GRAN FORO INMOBILIARIO 2005

Los mejores conferencistas, más de 800 profesionales inmobiliarios, reunidos en un sólo lugar, presentando temas de vanguardia, como:

- **Benchmarks 2005: Publicidad**
- **Cómo vender más y mejor**
- **Inteligencia emocional**
- **Liderazgo y estilos de alta dirección**
- **Tecnología inmobiliaria**
- **Cambios de usos de suelo**
- **Y muchos más**

¡REGÍSTRATE YA!

comentarios@granforoinmobiliario.com

AMPI Cd. de México

metros cubicos .com

PRE-REGISTRO

Tenemos paquetes que se adaptan a tus necesidades.

PAQUETES SIN COMIDA*

Paquete	Asistentes por empresa	Antes del 31 de julio	Agosto	Septiembre
1	1	$1,000.00	$1,150.00	$1,250.00
2	3-5	$900.00	$1,050.00	$1,150.00
3	6-10	$800.00	$950.00	$1,050.00
4	más de 11	$700.00	$850.00	$950.00

PAQUETES CON COMIDA*

Paquete	Asistentes por empresa	Antes del 31 de julio	Agosto	Septiembre
1	1	$1,325.00	$1,475.00	$1,575.00
2	3-5	$1,225.00	$1,375.00	$1,475.00
3	6-10	$1,125.00	$1,275.00	$1,375.00
4	más de 11	$1,025.00	$1,175.00	$1,275.00

* Precio por persona. No incluye IVA

*Llena el formato anexo y envíalo por fax al 01 (55) 3096 1000 ext. 145 o al 01(55) 5207 1524

FAVOR DE LLENAR CON LETRA DE MOLDE

Nombre: _____

Empresa: _____

Dirección de la empresa: _____

Colonia / Delegación: _____

Ciudad: _____ C.P.: _____ Edo.: _____

Teléfono(s): _____ Fax: _____

E-mail: _____

Paquete: ☐ Sin comida ☐ Con comida ☐

de financiamiento de hipotecas del país. Esta participación activa de proveedores de hipotecas es primordial para el éxito del sector. El país se encuentra en el proceso de establecer las bases institucionales que permitirán el crecimiento en el sector. Mientras el sector se separa cada vez más de la influencia política a corto plazo, finalmente se están logrando crear e implementar estrategias a largo plazo.

1- La siguiente discusión se describe a detalle en una investigación de Prudential Real Estate Investors titulada "Ten Trends in Mexican Housing", de noviembre del 2004. El informe se puede obtener en la siguiente dirección: www.prudential.com\prei.

The Mexican housing sector is currently one of the country's most dynamic, in that its growth has outpaced that of the rest of the economy in recent years. Demand for housing in Mexico remains strong, which is no surprise in a nation with historically high population growth. Noteworthy are the supply forces that are propelling market participants toward a comprehensive rearrangement of the sector.

The profile of Mexico's population is promising from a housing demand standpoint. Not only is income per capita higher than that of other populous developing countries, such as Brazil, China and India, but the share of youth is also high at 41%. While Mexico accounts for 1.6% of the world's population, 1.8% of the world's youth live in the country. Today, these figures translate into more than 43 million Mexicans under the age of 19.

In Mexico, 3% of the individuals who head a household are between 14 and 19 years of age, but 30% are between ages 25 and 29. This means that almost one-third of those entering adulthood will head a household within a 10-year period.

The increased number of adolescents turning adult age confirms the strong demand for housing amid decelerating population growth. Today, the number of households in Mexico is growing at a rate close to 3% per year, while the population has not grown at such a pace since the 1970s. During the past decade, more than 530,000 new homes per year were added to the market. According to the 2000 Census, Mexico had 21.9 million houses that year, and it is estimated that the stock is now growing at the same rate as new household formation – about 3%, or more than 750,000 houses per year on average.

We have identified 10 trends that will help to shape the future of Mexican housing and have assessed their impact on investment in the sector[1]. These 10 trends support a long-term bet on Mexican housing from four different perspectives: demand, supply, institutional framework and financing. Independently, each of the trends is expected to have far-reaching consequences on the Mexican housing market; woven together, however, the trends can prove useful as a means to develop specific investment strategies.

Trend #1: Demographic forces support demand

Mexico will undoubtedly experience strong household formation rates for years to come. Although population growth has slowed considerably in Mexico, the effects of a still-young population should drive demand for at least two more decades.

Mexico's housing deficit is estimated to range from 4 million to 6 million units. Although the deficit does put pressure on the market, actual demand is, in fact, almost independent of it. Year after year, households are formed as adolescents enter the early-adult ages, divorce rises, migration waves increasingly populate some states and existing homes wear out.

Additionally, as households reach higher income levels, they seek better-quality housing. Because household formation is still quite high in Mexico, the market's main task lies in meeting this annual demand.

If we assume that the increase in Mexico's housing stock would equal 98% of the net number of households formed in the next decades (which is in line with official projections), it would entail an average of 850,000 new homes per year between 2005 and 2020, after which point the rate of household formation will start to slow.

Mexico's housing finance system is currently limited by the fact that most of the population (e.g., the self-employed and those that comprise the informal economy) does not qualify for a mortgage. Infonavit and SHF have put in place initiatives to make mortgage financing available to this segment of the population. More recently, private-sector mortgage providers and homebuilders have also launched programs aimed at this segment.

The challenge includes creating incentives for those in the informal economy to join the formal economy and improving credit underwriting tools and databases that recognize potential homebuyers' unreported (but verifiable) income. Progress on this front includes recently approved tax legislation that makes mortgage interest deductible, thereby creating an incentive for potential homebuyers to file tax returns to obtain the benefit. In addition, efforts have been made to develop databases that monitor spending history and provide lenders with the information needed to approve financing for the lower-income segments of the population.

Trend #3: Growth of homebuilders

Mexican homebuilders develop about 75% of all new homes added to the market each year. Together, the 10 largest players are responsible for close to 30% of total housing production, and none has a market share of more than 10%.

Given the local nature of real estate, it is not surprising to find that a large share of homebuilders have concentrated first on their region of origin. True national players are rare, but this is rapidly changing. Some homebuilders have grown considerably in the last decades by merging and acquiring former competitors or through opening subsidiaries outside their traditional core markets.

Lately, financial institutions have shown a preference for working with larger and more sophisticated companies. This is leading homebuilders to emphasize growth as a means to more readily access financing. Going forward, larger, more efficient companies with stronger balance sheets will be better suited to access new sources of long-term capital that are becoming increasingly available in Mexico's capital markets. Mexico's growing capital markets (both in size and scope) are proving to be a powerful incentive for homebuilders to grow their operations.

Trend #4: Larger companies going public

One result of homebuilders' growth is their increased need for equity capital. Accordingly, their access to the equity capital markets has been expanding rapidly. Six homebuilders are currently listed on the Mexican stock exchange and a couple of others are mulling IPOs. The six publicly traded companies have a joint market share of about 23% of the homes sold by developers, which indicates their growth potential as the market continues to consolidate.

Despite all of the IPO activity since 2003 (three homebuilders went public in 12 months), this trend is nearing its limit. Of the 10 largest homebuilders in the country, five are public companies. Not only is Mexico's stock market not developed enough to efficiently raise capital for smaller companies, the float of public homebuilders' stock is relatively thin, and potential secondary offerings from these same companies should satiate the market's investment appetite in the near future.

Trend #5: Stronger institutional framework

Legislators recently approved a new housing

Encuentra la respuesta integral para tus proyectos de vida en la compra, venta y renta de casas, terrenos, edificios, bodegas y locales, con toda la experiencia, profesionalismo y seguridad que tú te mereces.

Promueve la venta de tu inmueble.

Encuentra el espacio que necesitas.

Obtén fácilmente un Crédito Hipotecario Banorte.

Llámanos, tenemos el inmueble que necesitas y si no lo tenemos, lo conseguimos.

www.inmueblesbanorte.com.mx

BANORTEL

México D.F.	(55) 51 40 56 00
Monterrey	(81) 81 56 96 00
Guadalajara	(33) 36 69 90 00
Resto del país	01 800 BANORTE
	01 800 2266783

Selecciona la opción 52

RESPUESTA INMOBILIARIA INTEGRAL

Inmuebles BANORTE

law that increases transparency in the approval processes at the federal, state and local levels. At the same time, a market-driven mindset will allow cities that offer a more organized (and transparent) framework for land-use planning to qualify for better financing terms from mortgage providers. Governments will also be rewarded for providing incentives for new housing production.

The housing industry has a strong interest in depoliticizing the sector. Central to this is a financial system that is much more than a mere conduit of funds, but rather one that mobilizes and allocates resources, as well as disciplines market participants. In that spirit, local industry groups are lobbying to make Infonavit less vulnerable to political pressure and to convert it into an independent entity much like the central bank.

Trend #6: Greater information sharing

Mexican market participants lack a history of information sharing despite the fact that institutions, such as financing providers and homebuilders, have gathered a wealth of information over the past few years.

The implementation of a centralized database would improve the precision of market projections and efficiency across the board. Without it, the sector will continue to rely on imprecise forecasts, which generate the risk of imbalance and oversupply. For the public in general, it should prove an invaluable tool for tracking housing production, sales and prices at the local level. It will also be a tool for understanding payment patterns during mortgage terms, which in turn will lower default-risk spreads and eventually help lower mortgage rates.

Another factor that is changing the overall transparency of the sector is the growing number of public homebuilders. These companies are expected to meet much stricter requirements regarding financial and operations reporting, as they open their books to the scrutiny of investors and analysts. This is not only healthy in terms of streamlining internal procedures, but it also permits information sharing and market benchmarking, which is crucial to the efficiency of the market.

Trend #7: Increased specialization of financial institutions

We expect participants in Mexico's financing framework to become increasingly specialized. One such example is the changing role of the national mortgage company SHF, which until recently was a source of mortgage financing, both directly and via financial intermediaries. Recently it was allowed to raise funds in capital markets. Over the long run, SHF will shift its focus from being a provider of mortgage financing to becoming a provider of default insurance for MBS pools.

A smoothly functioning market for MBS depends on very specialized players, including originators, conduits and servicers. We expect, therefore, to see more focused participants on all levels, as well as an increasingly efficient market.

Trend #8: Financing for the middle class

The market for homes priced above $50,000 is expanding. The development of the Mexican economy, along with the demographic changes discussed earlier, has been bringing more households into this tier. And the resumption of lending by commercial banks will serve as an engine for bringing the middle class into the market.

Unit sales growth is expected to concentrate in the middle- and higher-income segments, where commercial banks now focus their mortgage lending efforts. Mortgages issued by banks almost disappeared from the market beginning in 1996, but slowly began to re-emerge after 2002. The number of bank-issued mortgages will likely more than double in the next two years, reaching over 50,000 per year by 2006.

Trend #9: Diversified pool of funds

A lower-interest-rate environment has powerful implications for the economic development of a country accustomed to a high cost of capital. More affordable credit means that companies have better alternatives for financing production, while consumers borrow more, provided that sufficient sources of funds are available in the marketplace.

The pension fund industry has experienced rapid growth since its inception, and Afores have become important participants in Mexico's capital markets. Initially, Afores' investments were limited to local government securities, which still account for about 90% of their holdings. Recent changes to Afores' investment regulations now allow them to invest in Mexican public and corporate bonds quoted in pesos or certain foreign currencies, as well as in derivatives. As a result, Afores are now a key purchaser of MBS issued in the Mexican market and should continue to be so.

International institutions, which are potential providers of both equity and debt capital, are also investing in the sector as the stable economy makes peso investments more attractive to foreign investors.

Trend #10: Mortgage securitization

Sustainable development of the MBS market will only be possible with the corresponding creation of a secondary market for these securities. Legislation only allows Afores to invest in investment-grade bonds. Not surprisingly, MBS issued in Mexico over the last few months include credit-enhancement features to make them more appealing to these institutions, which are the major purchasers of these securities.

A well-oiled MBS market calls for the liquidity that comes from secondary trading. Mexico's housing market still has a long way to go before it reaches this level of efficiency. Further development will only be achieved when sufficient demand exists for such instruments. But the main components are already in place: a mature housing market backed by consistent demand; skilled and efficient homebuilders; increasingly sophisticated mortgage providers; a growing pool of institutional investors; a developing capital market; and an institutional framework that ensures the system will be maintained.

Conclusion

The trends noted in this report will help to shape the near future of the housing sector. Generally, they all indicate positive movements that can affect investment strategies. Of course, the risk always exists that some (or even most) of these trends are either short-lived or don't have the expected impact. We thus reemphasize the fundamental facts that have supported the market over the past few years.

The country's demographic trends indicate strong household formation rates in the years to come, while economic stabilization is allowing more families to consider purchasing a new home for the first time. Mexico boasts an assortment of homebuilders that have developed the capacity to efficiently link potential homebuyers with the country's public or private mortgage financing sources. This active participation of mortgage providers is paramount to the sector's success. The country is in the process of establishing institutional foundations that will allow sustainable growth in the sector. As the sector becomes increasingly detached from short-term political influence, it is finally becoming possible to devise and implement long-term strategies.

1- The following discussion is described in detail in a Prudential Real Estate Investors research report entitled "Ten Trends in Mexican Housing," November 2004. The report can be downloaded at www.prudential.com/prei.

La *firma* que genera *valor.....*

Generamos

Desarrollamos

Administramos

Comercializamos

Proyectos Inmobiliarios

en la zona

Noreste de México

Ofrecemos a nuestros clientes la más alta calidad y confianza

en cada uno de nuestros proyectos.

PME Promotora MARTEL s.a. de c.v.

Oficina Central
Av. Humberto Junco Voight # 2307
Torre 1 Penthouse, Valle Oriente
San Pedro Garza García, N.L.
C.P. 66290, México
Arq. Gerardo Alvarez
Télefono 8363-0586
galvarez@promotoramartel.com

Por: **Guillermo Almazo**
Publisher. Inmobiliare Magazine
guillermo@inmobiliare.com

Panel de Vivienda y Desarrollo Urbano

Monterrey Nuevo León

Housing and Urban Development Panel.

Fotografías Eduardo Lozano

Rodrigo de Leon de Canadevi, Jose Maria Garza Treviño de Garza Ponce, Alberto de la Garza de Internacional de Inversiones, Jorge Longoria Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología de Monterrey

Urban Land Institute, Inmobiliare.
Asistentes:
Alicia Guajardo
Presidente Ejecutiva de Neocity
John Newcomb
Presidente de KMD
Eugene Towle
Presidente de Softec
Jorge Longoria
Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología de Monterrey
Rodrigo de León
Presidente de Canadevi Monterrey
Jose María Garza Treviño
Presidente de Grupo Garza Ponce
Alberto de la Garza Evia
Presidente de Internacional de Inversiones
Eduardo Mellado
Socio Director de Grupo Delphi
Roberto Russildi
Director General de Grupo Javer
Victor Mohamar
Vicepresidente de Davisa
Dieter Lorenzen
Presidente de Grupo Loma
Guillermo Almazo
Presidente de Inmobiliare Magazine.

El desarrollo de vivienda que tenemos en la actualidad en el norte del país es un tema el cual tiene que ser analizado por los actores mismos que representan y regulan el mercado de vivienda en México. Actualmente vemos un crecimiento acelerado en viviendas de todo tipo, el gobierno federal ha implementado un agresivo programa de vivienda el cual ha sido punta de lanza en la promoción del presente sexenio. Esto trae como consecuencia una generación importante de negocios inmobiliarios los cuales trataremos de analizar a continuación.

Crecimiento de las ciudades en el norte del país

El crecimiento de este sector tiene que ser analizado primero por una planeacion correcta de urbanismo en base a un desarrollo sustentable.

Sobre este concepto John Newcomb Presidente del Urband Land Institute México explica un poco del origen de este organismo en la época de los 30s y explica .- Durante la época de la depresión en Estados Unidos un grupo de desarrolladores se juntaron para hablar de cómo podían causar políticas de desarrollo responsable de la tierra.
Estos principios de responsabilidad son las bases para poder analizar el crecimiento y sobre todo el aprovechamiento de la tierra en cualquier ciudad.

Eugene Towle Presidente de Softec comenta : Uno de los factores que se tienen que analizar es el crecimiento de las ciudades, el crecimiento de la vivienda en México a aumentado un 50 % registrando 4500 proyectos activos hechos por desarrolladores en el ultimo año. Existe en la actualidad el fenómeno del nuevo desarrollador, el empresario que cierra su empresa para convertirse en inmobiliario, dejando sin empleo al posible comprador de vivienda.

Esto trae como pregunta obligada ¿Si estamos haciendo lo suficiente como país? para generar la tierra urbana servida a la velocidad que la industria la requiera.

Alicia Guajardo Presidente Ejecutivo de la Empresa Neocity comenta.- El caso de Monterrey como zona metropolitana comprende una extensión de 20 Km. x 20 Km. Se tienen 57mil hectáreas de tierra urbana, la quinta parte de es área urbana son baldíos, respondiendo la pregunta la tierra urbana de acuerdo a la demanda, creo que si estamos sirviendo una serie de territorio en base a estructura pero muchos de ellos no se están compensando hacia el interior hacia al

interior generando muchos baldíos.

Últimamente vemos un posicionamiento de un producto vertical , a faltado a mi manera de ver una actitud en el desarrollar productos mas mixtos siguiendo el modelo Europeo de ciudades compactas por ejemplo, el tener comercio en la planta baja y la vivienda en la parte superior de la misma con una serie de equipamientos que generen una calidad de vida.

Considero que a veces la ley con la normatividad queda un poco corta sin ser una verdadera ley promotora del desarrollo, vienen proyectos que están en un sistema de progreso superior y se quieren vender como desarrollador pero esto no es posible por falta de modelos de desarrollo.

El Arquitecto Jorge Longoria Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología de Monterrey aclara.- en cuanto a la tierra servida sentimos que como autoridades no se esta haciendo lo suficiente para aprovechar los espacios y terminar con los grandes huecos que hay en la ciudad. Estos huecos se generan porque el propietario de esta tierra no tiene interés en desarrollarlo, esperando este que le llegue la urbanización y los servicios sin costo alguno. Esto esta obligando a que la ciudad tenga un crecimiento central muy expansivo dando como consecuencia que los planos de desarrollo urbano dejen de ser útiles. Hoy nos encontramos en la practica, donde la ciudad va a tener un crecimiento en el momento que el desarrollador tenga la sabia intención de poder aportar su capital para el desarrollo de la ciudad. Hoy en Monterrey estamos viviendo una practica indiscriminada de la toma de dediciones , la pugna cotidiana por el desarrollo viene a quitarnos un tiempo que debería de aplicarse para la planeacion el lugar de la toma de decisión . La ciudad como funcional deja de serlo en la medida que el desarrollador no tenga la intención de hacer un uso mas mixto en su planeacion. En la actualidad existen desarrolladores que tienen una enorme urgencia por darle vuelta a la tierra recuperando el capital ; la forma de hacer esto es haciendo lo que hoy demanda la gente . esto es que el lote urbano que la gente pueda adquirir como primera o segunda inversión se pueda adoptar rápidamente a esta oferta.

Concluye la calidad de la vida como funcional en la ciudad la estamos perdiendo en la medida que no hagamos conciencia que la ciudad es un ente vivo demandante , que requiere gente mas conciente para que los desarrollos sean funcionales y que la tierra le sirva al que va a vivir en ella.

Expectativas de retorno y racionalizacion de la industria

Eugene Towle Presidente de Softec comenta .- sobre el retorno que busca el desarrollador cualquier inversionista en un negocio de capital tiene la presión de sus inversionistas de darle vuelta rápido a su capital y de volverlo rápido al máximo rendimiento posible, hemos visto recientemente los rendimientos que dan los desarrollos mexicanos del orden de un retorno sobre capital de un 20 y 30 % promedio en general, no es atractivo para un inversionista americano donde por ejemplo en San Diego se tiene el 60 % del retorno. Nosotros hemos pugnado durante años con los funcionarios que han pasado por INFINAVIT, FOVI, SOCIEDAD HIPOTECARIA FEDERAL donde hace 4 años estaba prohibido hacer casas diferentes, en INFONAVIT esta prohibido hacer casas que tengan un uso diferente a habitacional, en este escenario donde estamos saliendo de unos modelos de vivienda controlados , uno de los retos que tenemos tanto como las autoridades de las ciudades como los desarrolladores es como racionalizamos a la industria. Comenta es increíble para mi transitar por avenidas espectaculares donde tienes camellones de 10m de ancho y todas las casas que dan a la avenida por diseño son frontones. La pregunta es ¿Como hacer como autoridades para presionar y racionalizar el mercado?

Jorge Longoria Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología de Monterrey responde .- De acuerdo a la ley del estado de Nuevo león te indica que hasta 30 metros cuadrados de tu propiedad puede ser compatible con uso complementario.

Resulta en el caso de INFONAVIT que tienes 35 metros cuadrados, la gente que llega a ocupar esta vivienda es gente subempleada y tiene la intención de poner un comercio en casa, esto estropea la intención de un buen desarrollador de hacer una vivienda mas limpia por culpa del comercio que ahí se ejerce siendo esto permitido por la ley , esto es causa de no tener un diseño integral planeado.

Para Sergio de León Presidente de Canadevi Monterrey..- el desarrollo de la vivienda en nuestro país se debe a la combinación de varios factores :

El primero es que en México se tiene una estabilidad económica que no se había conocido en México, por primera vez nos llegamos a acostumbrar a inflaciones de un digito que nunca habíamos visto. Particularmente Monterrey es el estado que desplaza mas créditos a nivel nacional, todo esto a traído una cantidad impresionante de inversionistas a la región, en el año 2003 había 70 compañías en el estado registradas en el INFONAVIT trabajando un crédito para la construcción de una vivienda , actualmente hoy día hay 170 compañías. En los últimos 5 años se ha construido el 50% de la vivienda que se construyo en la historia de INFONAVIT. Esto explica la velocidad a que esta el mercado de inversión inmobiliaria de vivienda en México, a esto le sumamos la participación que por primera ocasión después de 10 años toma otra vez la banca privada en el ofrecimiento de diferentes planes de crédito. Tenemos el resultado de esta combinación de factores primero económicos y públicos , reconociendo la función del gobierno federal que ha venido implementando cambios importantes desde la identificación de una oficina nacional de vivienda y la creación de un banco nacional de vivienda. Hoy en día la vivienda se convierte en una opción de inversión comparado al rendimiento del 4% anual que ofrecen los bancos, Uno tiene la oportunidad de ganar el doble invirtiendo con un desarrollador serio y un buen proyecto obteniendo excelentes resultados. Existen también desarrolladores que no son tan serios, los cuales construyen cualquier proyecto descuidando la planeacion urbana que requiere cada ciudad.

John Newcomb Presidente del Urband Land Institute en México comenta.- el exceso de proyectos de vivienda que se tienen en nuestro país se debe a que no existe un producto de vivienda muy sofisticado, el desarrollador de alguna forma no esta siendo selectivo, buscando solo la venta del producto para recuperar su inversión.

Puntos de comparacion y causas del mercado de vivienda actual

José Maria Garza Treviño Presidente de Grupo Garza Ponce comenta: Primero hay que analizar las causas antes que las consecuencias del desarrollo de vivienda en México y aclara no hay punto de comparación con los Estados Unidos.

Roberto Russildi
Director General de Grupo Javer

1ero El dinero que existe para este tema, es un dinero muy institucional con muchas reglas.

2do La pirámide poblacional es diferente en Estados Unidos a la que se tiene en México, mientras el fondo de la pirámide económica sea equiparable al producto que tienes que ofrecer como desarrollador, este tiene que estar a la misma proporción. Si el .01% tiene capacidad económica para casas de x tamaño al mercado le tienes que ofrecer lo mismo de las casas que construyas.

3ero el desarrollo vertical en México es un desarrollo muy costoso por los cobros

que realizan municipios y desarrollo urbano entre otros.

Tenemos un problema que se basa en nuestra estructura que se basa en la no creación de centros urbanos, en Monterrey se tienen las colonias de los ricos y las colonias de los pobres esto como consecuencia misma de los mercados. El ingreso que se le de a cada persona es un factor importantísimo para generar el que puedan pagar el producto siendo estas personas las que manejan el mercado.

Los municipios que hoy día son los que reciben mas problemas no tienen ninguna herramienta de control hablando de incentivos. Como conclusión creo que se tienen como causas al mercado y una inequidad fiscal.

Víctor Mohamar Director de Constructora Davisa comenta hay que tomar en cuenta que nos encontramos en un momento donde las tasas de interés bancarios están en un nivel muy bajo , esto trae como consecuencia que cualquier persona quiera estar

Victor Mohamar Vicepresidente de Davisa
Dieter Lorenzen Presidente de Grupo Loma

en el negocio de vivienda creándose una guerra por el control de los créditos . Considero que hay soluciones muy concretas que pueden ayudarnos en la practica a poder organizar mas este crecimiento. El hablar de subsidios con autoridades se busca y puede ser muy interesante, si te vas a la practica puede llegar a desgastarte por no haber una estructura organizada de cómo manejar los subsidios. Una de las soluciones es detallar la normatividad, con esto es posible llegar a un crecimiento un poco mas ordenado en cuanto a los desarrollos mixtos en prohibir o delimitar viviendas o comercios por parte de las autoridades. Otra solución importante es que los desarrolladores se certifiquen para poder otorgar créditos de esta forma se pueden depurar la cantidad de desarrolladores y constructoras.

Resurgimiento de la vivienda economica

José Maria Garza Treviño presidente de Grupo Garza Ponce comenta: creo que en este momento el mercado de vivienda de interés social es un mercado que va a la baja. El tema de Infonavit es el que ha generado parte de este problema, sin embargo tiene 2 mercados que es el de la vivienda económica y el de la vivienda dirigida a un mercado un poco mas alto. Esto trae como consecuencia que el desarrollador este mas concentrado en la parte alta que es donde va a obtener un poco mas de margen, si se sigue con esta tendencia se puede llegar un punto donde ya no se tengan clientes en el sector económico.

Rodrigo de León Presidente de CANADEVI Monterrey comenta el caso de la vivienda económica.- es un producto del cual se vienen atendiendo los casos desde hace 2 años donde no existía este tipo de vivienda en Nuevo León. En este año a diferencia de los anteriores el 30 % de la vivienda que se construye es de tipo económica. Creciendo el interés por parte de Infonavit en este segmento.

Para mi el mercado de la vivienda económica va a la alta, esto es consecuencia de ser un mercado que no se atendió por periodo de 10 años, hoy día es impresionante la demanda que se tiene en Infonavit en el norte del país.

Factor demanda

Para Eduardo Mellado Director General de Grupo Delphi el tema de la demanda es muy importante para analizar.

Ésta viene de dos orígenes , la primera es la demanda de una vivienda nueva la cual esta compuesta por personas que acaban de casarse o alcanzando una edad para adquirir una nueva casa y la demanda atrasada que se genera cuando no había créditos, yo pienso que hoy se han estado construyendo muchísimas mas casas que las que pide la demanda nueva.

Eugene Towle Presidente de Softec comenta: por primera vez en la historia del país se están otorgando créditos a vivienda usada barata, nosotros como desarrolladores estamos acostumbrados a un mercado de primeros compradores, ahora lo que estamos empezando a ver es que el Infonavit otorga un crédito a una persona para que adquiera una casa usada. Este comprador normalmente se basa en variables como lo son la ubicación, en el caso de Monterrey son la cercanía al trabajo y a la familia. Con el paso del tiempo se empieza a dar una rotación donde las personas empiezan a demandar una mejor vivienda en la misma ubicación. Este fenómeno se puede observar prácticamente en todo el país.

En este tipo de actividades son las que Urband Land Institute ha hecho hincapié para tener un desarrollo urbano sustentable.

Crecimiento económico de México

Alberto de la Garza Evia Presidente de Internacional de Inversiones comenta, tenemos que estar preparados con la pregunta ¿Que podemos esperar del crecimiento económico de México para analizar la demanda? Si podemos descifrar esto podemos analizar los cambios de preferencia de la gente así como las costumbres al momento de escoger una vivienda.

Esto impacta de manera increíble en lo que es el mercado inmobiliario en México.Un detonante importante en el sector de vivienda son las tasas de interés , creo que en este tema falta mucho por hacer, si ahora tenemos una tasa de interés del 11.9 al 15 % en vivienda con una inflación del 3.5 al 4 % y si esperamos que esta inflación baje el año siguiente, se tienen 10 puntos porcentuales de margen. Con estos márgenes la inversión por parte de otros países esta asegurada.

Eugene Towle Presidente de Softec: comenta en el desarrollo económico de México depende mucho del desarrollo que se tengan en las ciudades. Este fenómeno tiene que ser analizado por la salida y entrada de mercancías y personas así como el desarrollo de infraestructuras de cada una. Aquellas ciudades de México que tengan estos conceptos básicos son las que van a salir adelante.

José Maria Garza Treviño Presidente de Grupo Garza Ponce comenta este fenómeno se contrapone a la realidad hoy día los estados como Nuevo León generan mucho mas ingresos al gobierno federal que otros estados. Yo siento que en este momento tenemos 3 Méxicos, el del norte, centro y el sur del pais. Es importante que las tres regiones generen primero ingresos para los estados y con esto generar un crecimiento en cada uno, de lo contrario volvemos a la desigualdad que existe en la repartición de ingresos para cada estado.

Conclusión

Con este panel tratamos de dar un panorama sobre los factores que rodean al desarrollo de vivienda en nuestro país, en este podemos concluir que hace falta una planeacion urbana en cada ciudad, las autoridades de nuestro país tienen como prioridad las necesidades urgentes de la población, debiendo atender también las necesidades importantes de cada ciudad. Con este ejercicio tratamos de crear conciencia a todos los involucrados en este negocio, en nosotros esta el crear un equilibrio de ideas para construir un mercado de acuerdo a las necesidades que exige este sector. Por parte de las autoridades se deben de crear paquetes fiscales así como generar nuevos empleos para continuar en una tendencia favorable en el futuro del mercado de vivienda en México.

The development of housing that we are currently experiencing in the north of the country is a topic that must be analyzed by the actors who represent and regulate Mexico's housing market. Currently we see an accelerated growth in al types of housing. The federal government has implemented an aggressive housing program which has been a launching point in the promo-

EL GRANERO GRILL
RESTAURANTBAR
DESDE 1977 ®

WITH ENGLISH SPEAKING WAITERS.

A la Vanguardia en Cocina Internacional

En El Granero, usted se sentirá en un ambiente amable y acogedor en donde le brindaremos desde los más sencillos hasta los más sofisticados platillos de la cocina internacional acompañados de las mejores bebidas.

Usted encontrará también una exquisita y gran variedad de postres, además le ofrecemos de cortesía una bebida de nieve de vainilla y amareto.

En el Lounge Bar El Granero, usted disfrutará de un elegante y confortable piano-bar con lo mejor de nuestra cava internacional o de sus bebidas favoritas.

Calzada del Valle 333 Ote. Colonia del Valle Monterrey, N.L.
Tel:(81)1257.3950 elgranero.com.mx

tion of the current six year term. This brings as a consequence an important generation of real estate business which we will try to analyze next.

Growth Of The Cities In The North Of The Country.

This sector's growth must first be analyzed by correct urbanism planning based on sustainable development.

On this note, John Newcomb, President of the Urband Land Institute México explained a little about the origin of this organization in the 30s. "During the depression in the United States a group of developers got together to talk about how they could bring about responsible land development policies.

These principles of responsibility are the bases to be able to analyze growth and above all, the exploitation of the land in any city."

Eugene Towle, President of Softec states "One of the factors that must be analyzed is that the growth of housing in Mexico has been 50%, recording 4500 active projects made by developers last year. Currently there is a new developer phenomenon, the businessman who closes his company in order to convert himself into a real estate agent, leaving possible housing purchasers without a job."

This brings with it the obligatory question: Are we doing enough as a country in order to generate useful urban land at the speed the industry requires?

Alicia Guajardo, Executive President of Neocity comments "The case of Monterrey as a metropolitan area makes up an extension of 20 Km. x 20 Km. There are 57 thousand hectares of urban land, a fifth of this urban area is waste land, responding to the question urban land according to demand, I believe that we are serving a series of territories based on structure but many of them are not being compensated toward the interior generating a lot of waste land."

Finally, we see positioning of a vertical product has lacked a lot, in my point of view, in developing more mixed products following the European model of compact cities for example, having a business on the bottom floor and a house on the second floor with a series of equipment that generates a good quality of life.

I think that at times the law comes up a little short without being a true development promotion law. Projects come that are in a superior system of progress and the developer wants to sell them but this is not possible because of the lack of development models.

Architect Jorge Longoria, Secretary of Monterrey's Urban Development and Ecology states "in regards to useful land we feel that as authorities not enough is being done to take advantage of the spaces and to finish with the great gaps in the city. These gaps are generated because the owner of this land does not have any interest in developing, hoping that urbanization and services arrive at no cost. This obligates the city to have a very expansive central growth and as a consequence urban development plans stop being useful. Today, in practice, we have the wise intention of being able to contribute capital for the development of the city. Today in Monterrey we are experiencing an indiscriminate practice of decision making, the daily struggle for development comes to take time away from us that should be applied to plan the place of decision making. The city stops being functional in that the developer does not have intention of having a more mixed use in their planning. Currently there are developers that have an enormous urgency to turn around land recovering capital; the way to do this is by doing what people demand today. This is that the urban lot that people can acquire as a first or second investment can be rapidly adopted to this supply."

He concludes that we are losing the functional quality of life in the city in that we are not conscious that the city is a living, demanding entity that requires more conscious people so that the developments are functional and the land serves what is going to live there.

Return expectations and rationalization of the industry

Eugene Towle, President of Softec comments "in regards to the return the developer is looking for, any investor in a capital business has pressure from investors to turn their capital around quickly and return it quickly at the maximum possible return. We have recently seen the returns that Mexican developers give to the order of a return over capital of 20 and 30 % on average in general. It is not attractive for an America investor where for example in San Diego they'll have a 60% return. We have struggled with INFONAVIT, FOVI, SOCIEDAD HIPOTECARIA FEDERAL officials for years and four years ago it was prohibited to build different houses. In INFONAVIT it is prohibited to build houses that have a use other than that of habitational. In this scenario where we are coming out of some controlled housing models, one of the challenges we as developers and city authorities have is how we rationalize the industry." He comments "it's incredible for me to go down spectacular avenues where you have 10m wide traffic islands and all of the houses are of fronton design. The question is: What can authorities do to put pressure on and rationalize the market?"

Jorge Longoria, Secretary of Monterrey's Urban Development and Ecology responds "According to State of Nuevo Leon law up to 30 square meters of your property can be compatible with complementary use.

The result in the case of INFONAVIT is that you have 35 square meters, the people who come to occupy this house are sub-employed and have the intention of starting a business at home, this spoils the intention of a good developer of building a cleaner house because of the business that is there as permitted by law, this is caused by not having planned an integral design.

For Sergio de León, President of Canadevi Monterrey "the development of housing in our country is due to the combination of various factors:

The first is that there is an economic stability in Mexico that has never been known before. For the first time we are beginning to get used to single digit inflation which we had never seen. Monterrey in particular is the state that grants more loans at a national level, all of this has brought an impressive number of investors to the region. In 2003 we had 70 companies in the region registered INFONAVIT working on a loan for the construction of a house, currently there are 170 companies. In the last 5 years, 50% of all of the housing that has been constructed in the history of INFONAVIT was constructed. This explains the rate where the housing real estate market is at in Mexico. To this we add the participation of private banks for the first time after 10 years, to the offer of different credit plans. We have the result of this combination of factors, first economic and public, recognizing the function of the federal government that has been implementing important changes since the identification of a national housing office and the creation of a national housing bank. Nowadays housing is converted into an investment option compared to the 4% annual return offered by banks. One has the opportunity to gain double investing with a serious developer and a good project obtaining excellent results. There are also developers who are not so serious, who build any project not worrying about the urban planning required by the city.

John Newcomb, President of the Urband Land Institute en México comments "the excess of housing projects that we have in our country is due to the fact that there is not a very sophisticated housing product. In some way the developer is not being selective, only looking for the sale of the product in order to recover their investment.

Points of comparson and causes of the current housing market

José Maria Garza Treviño, President of Grupo Garza Ponce states "First the causes must be analyzed before the consequences of housing development in Mexico and made clear that there is no point of comparison with the United States.

1st- The money for this topic is very institutional with many rules.

2nd- The population pyramid in the United States is different to that of Mexico, meanwhile the depth of the economic pyramid is the same as the products that you, as developer, must offers, it must be in the same proportion. If .01% have the economic capacity for houses of X size, you have to offer the market the same of the houses that you build.

3rd- Vertical development in Mexico is a very expensive development because of the charges made by municipalities and urban development among others.

We have a problem that is based on our structure and the fact that there is no creation of urban centers. In Monterrey there are rich and poor neighborhoods as a consequence of the markets. The income given to each person is a very important factor in order to generate something that can pay for the product as these are the people who manage the market.

The municipalities that get more problems nowadays don't have any tools of control, talking of incentives. In conclusion I believe that they are causes of the market's situation and fiscal inequality."

Víctor Mohamar, Director of Constructora Davisa states "it must be taken into account that we find ourselves in a moment where bank interest rates are at a very low level. As a consequence anyone who wants to be in the housing business is creating a war for the control of the credits. I think there are very concrete solutions that can help us to organize this

growth more. Talking about subsidiaries with authorities is sought after and can be very interesting. If you are practical you may exhaust yourself for not having an organized structure of how to manage the subsidiaries. One of the solutions is to detail regulation, with this it is possible to have a slightly more ordered growth in regards to mixed developments in prohibiting or delimiting houses or businesses on behalf of the authorities. Another important solution is that the developers be certified to grant credits, in this way the number of developers and builders can be minimized.

Resurgence of economic housing.

José Maria Garza Treviño, President of Grupo Garza Ponce comments "I believe that at the moment the state subsidized housing market is a market on the decline. The topic of Infonavit is that is has generated part of this problem. However, there are two markets, that of economic housing and housing directed at a slightly higher market. As a consequence the developer concentrates more on the high part which is where they are going to obtain a bit more of a margin. If this trend continues we may arrive at a point where there are no customers in the economic sector.

Rodrigo de León, President of CANADEVI Monterrey talks about economic housing "it is a product that has been attending to cases for two years, where this type of housing didn't use to exist in Nuevo León. This year, unlike previous years, 30% of all houses built are of the economic type, increasing interest on behalf of Infonavit in this segment.

For me, economic housing is on the rise, this is a consequence of being a market that has not been attended for a period of 10 years. Today, the demand Infonavit has in the north of the country is impressive.

Demand factor

For Eduardo Mellado, General Director of Grupo Delphi, the topic of demand is very important to analyze.

It comes from two origins. The first is the demand for a new home which is made up of people who have just gotten married or are reaching the age of acquiring a new home and the delayed demand that was generated when there were no credits. I think that today many more houses are being built that what the new demand asks for.

Eugene Towle, President of Softec states "for the first time in the history of the country loans are being granted for cheap used houses. We, as developers, are used to a market of first buyers. Now what we are starting to see is that Infonavit granted a loan to a person so that they could buy a used house. This purchaser is normally based on variables like location, in Monterrey's case they are proximity to work and family. With the passage of time a rotation is beginning where people begin to demand a better house in the same location. This phenomenon can be observed in practically the whole country

These are the types of activities that the Urband Land Institute has emphasized in order to have sustainable urban development.

Mexico's economic growth

Alberto de la Garza Evia, President of Internacional de Inversiones comments "we have to be prepared with the question, what can we expect from Mexico's economic growth in order to analyze demand? If we can decipher this we can analyze the preference changes of the people as well as habits at the moment of buying a house.

This impacts incredibly on the real estate market in Mexico. An important detonator in the housing sector is the interest rates. I believe there is a lot to be done on this topic. We now have an interest rate from 11.9 to 15 % in housing with a fluctuation of 3.5 to 4 % and we hope that inflation goes down next year, there are 10 percentage points of a margin. With these margins investment from other countries is assured.

Eugene Towle, President of Softec comments "Mexico's economic development depends a lot on development in the cities. This phenomenon must be analyzed by the entrance and exit of merchandise and people as well as the development of each of their infrastructures. Those Mexican cities that have these basic concepts are those that are going to get ahead.

José Maria Garza Treviño, President of Grupo Garza Ponce states "this phenomenon contradicts the reality of states like Nuevo León, they generate much more income for the federal government than other states. I feel that we have three Mexicos at the moment, that of the north, central and south of the country. It is important that the three regions generate incomes for the states and with this, generate growth in each one. If not we will return to the inequality that exists in the sharing of incomes for each state.

Conclusion

With this panel we tried to give an overview of the factors that surround housing development in our country. We can conclude that urban planning in each city is lacking, the authorities in our country have the urgent needs of the population as a priority, while also having to attend to each city's important needs. With this exercise we tried to create a conscience for all of those involved in this business. In us there is a balance of ideas in order to build a market according to the needs demanded by the sector. The authorities must create fiscal packages as well as generating new jobs in order to continue a favorable trend in Mexico's future housing market.

Alicia Guajardo Presidente Ejecutiva de Neocity; *Eduardo Mellado* Socio Director de Grupo Delphi; *John Newcomb* Presidente de KMD; *Eugene Towle* Presidente de Softec

AD&P transforma nuevamente la imagen de Grupo Financiero Banorte

AD&P transforms GRUPO FINANCIERO BANORTE Once again!

GRUPO FINANCIERO BANORTE, contrata nuevamente a la firma especializada en Diseño y Planeación: AD&P, para desarrollar su segundo Proyecto Corporativo más importante en su historia y continuar con el proceso de evolución iniciado en el 2001.

Fotografía Selma Fernández

Arq. José Peña
CEO AD&P
josepena@adyp.com.mx

Vista del nuevo "Corporativo Santa Fe"

El inicio de la evolución:

A finales del año 2001, junto con la compra de uno de los Bancos Mexicanos más importantes que operaban en nuestro País hasta hace unos años (Bancrecer), GRUPO FINANCIERO BANORTE, dio inicio a un importante proceso de Evolución, Globalización, Modernización, Consolidación y un cambio total de imagen para sus clientes y empleados.

Para iniciar con este proceso de evolución, GRUPO FINANCIERO BANORTE da el primer paso en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, en donde tiene sus orígenes y decide llevar a cabo su primer proyecto de consolidación a gran escala y su primer gran proyecto de Oficinas Corporativas, adquiriendo para estos fines, un Edificio anteriormente ocupado por Bancrecer, en Avenida Revolución, al Sur de la Ciudad.

En este ambicioso proyecto de consolidación de más de 20,000 M2. de oficinas, se con juntaron las actividades de siete diferentes direcciones del Grupo Financiero (seis diferentes edificios ubicados en la Ciudad de Monterrey), dentro de un gran espacio para más de 1,300 empleados y más de 600 visitantes que se reciben diariamente.

Para llevar a cabo un proyecto de esta magnitud, se requería de una firma con comprobada experiencia, especializada en las áreas de Diseño y Planeación, por lo que GRUPO FINANCIERO BANORTE, decidió contratar los servicios de la firma de Arquitectura y Diseño : AD&P.

El reto principal de este proyecto, además de la creación de la nueva imagen, fue el proponer y crear nuevos "espacios de trabajo", más eficientes, mejor equipados y mejor comunicados, que permitieran al Banco optimizar sus espacios y sus operaciones.

Dentro de los resultados más importantes que se obtuvieron en este proyecto, además del cambio total de imagen, fue el reducir en un 35% el requerimiento de espacios de oficinas con las que el Grupo Financiero contaba para su operación en la Ciudad de Monterrey, con sus consecuentes ahorros en

espacio, transportación, seguridad, vigilancia, papelería, comunicación, etc.

Uno de los elementos de Diseño claves en este Proyecto Corporativo, propuestos por AD&P, fue la creación de lo que se denominó "El Pueblito Banorte", un espacio de aproximadamente 1,000 m², ubicado en la Planta Baja de la Torre, con dos funciones muy importantes:

1) Un espacio que hace las veces de un "gran pulmón", el cual permite tomar grandes afluencias de gente (capacitación, presentaciones, visitas, etc.), sin afectar la vida cotidiana del edificio. Este espacio cuenta con salas de juntas, área de mesas, snack, banco, agencia de viajes, salón multiusos (auditorio, capacitación, comedor, etc.).

2) Un espacio de interacción y comunicación continua para todos los nuevos habitantes de la Torre, en donde con el transcurso del tiempo, todo el personal del Grupo Financiero, se integrara en un solo edificio y en un "solo Banco".

Hoy en día, la imagen actual de GRUPO FINANCIERO BANORTE en su Corporativo Monterrey, es totalmente moderna y dinámica, el personal trabaja y opera en espacios cuidadosamente planeados, modernos y eficientes. De acuerdo a directivos del Banco, la motivación, desempeño y producción que tiene el personal que habita actualmente la nueva Torre Corporativa, es totalmente positiva

El segundo gran paso : Santa Fe, Ciudad de México

A finales del pasado año 2004, después de una exhaustiva evaluación y análisis del mercado inmobiliario en la Ciudad de México, apoyados por una firma internacional, GRUPO FINANCIERO BANORTE, realiza la compra de un Inmueble que cuenta con más de 22,000 m². de oficinas, ubicado en el área de Santa Fe, en la Ciudad de México, con la intención de continuar con el proceso iniciado en el 2001.

En Enero del presente año, GRUPO FINANCIERO BANORTE, da inicio a su segundo proyecto corporativo más importante en su historia, con su nuevo proyecto : "Corporativo México".

Gracias al extraordinario resultado obtenido en el proyecto Corporativo Monterrey y a las innovadoras y acertadas propuestas presentadas para este nuevo proyecto, GRUPO FINANCIERO BANORTE, decide nuevamente contratar los servicios especializados de AD&P, con la intención de "replicar" los conceptos aplicados en el Corporativo Monterrey y de continuar con el proceso de evolución, iniciado tres años antes.

Este nuevo Edificio, al igual que el Corporativo Monterrey, dará cabida a alrededor de 1,300 personas que trabajan actualmente en el Grupo Financiero y consolidará también, diferentes Inmuebles e instalaciones con los que GRUPO FINANCIERO BANORTE, cuenta actualmente en la Ciudad de México, incluido su "Edificio Insignia", ubicado en Paseo de la Reforma frente al Ángel de la Independencia.

A pesar de que este nuevo proyecto se concibió como una "réplica" de los conceptos y diseños planteados en el Corporativo Monterrey, este nuevo Corporativo representó nuevos y diferentes retos para AD&P, ya que las áreas de Presidencia y Dirección General del Grupo, junto con sus diferentes áreas de soporte, operarán de manera más importante en estas nuevas instalaciones.

Las nuevas oficinas Corporativas México de GRUPO FINANCIERO BANORTE contendrán también, un mayor número de espacios comunes y de servicios como son: Sala de consejo, Auditorio, comedores ejecutivos, comedor para empleados, servicio médico y una sucursal bancaria, con capacidad para atender a todo el personal.

Como punto fundamental para este nuevo proyecto corporativo, GRUPO FINANCIERO BANORTE, solicitó a AD&P, el mantener como elemento central de contacto con sus clientes y empleados, el espacio de comunicación e interacción continua (propuesto originalmente para Monterrey), el cual estará ubicado en el mezanine del nuevo edificio. Este espacio contará también con salas de juntas, área de mesas, snack y salones multiusos.

Actualmente este gran proyecto se encuentra en desarrollo y construcción, el total del personal del Grupo Financiero, incluidas sus áreas de Presidencia y Dirección General, estarán totalmente adecuadas y terminadas en los primeros días de Diciembre del presente año.

AD&P es una firma especializada en Planeación y Diseño Corporativo, cuenta con oficinas en la Ciudad de México y Monterrey y es dirigida por el Arquitecto José Peña Jurado, el cual cuenta con 22 años de experiencia en el ramo y es uno de los importantes participantes en México, en el campo del Diseño y Planeación de proyectos corporativos.

Imagen oficinas Corporativo Monterrey

Antecedentes de AD&P:

José C. Peña Jurado, inicia su práctica profesional en el año de 1983 con la firma DEGW (firma pionera en México en estudios de planeación y diseño), con base en Londres, Inglaterra. En Enero de 1992 inicia su propia firma de Diseño y Planeación: DESARROLLO BASE, en 1997 crea GRUPO AD+D y en el 2003 cambia su nombre a AD&P, enfocado siempre en los mismos objetivos : Entender las necesidades de sus Clientes, brindar el mejor servicio y desarrollar mejores proyectos que su competencia.

Filosofía de AD&P:

Nuestra filosofía de negocios, se centra en enfocarnos en los objetivos corporativos de nuestros clientes, diseñar espacios de trabajo eficientes y ofrecer un valor agregado a través de nuestros proyectos, proponiendo soluciones creativas y ordenadas que nos permitan cumplir con tiempos y presupuestos determinados. Nuestros Clientes buscan

nuestros servicios porque requieren Transformar, Optimizar y Modernizar" su realidad.

Valor agregado de AD&P:
El servicio personal y la sensibilidad a las necesidades reales de nuestros clientes, es lo que nos ha permitido crecer y mantenernos como participantes importantes en el exigente mercado corporativo Mexicano.

Los futuros retos de AD&P:
Con la intención de poder atender de manera más eficiente a nuestros clientes, próximamente estaremos abriendo nuevas oficinas en otrasplazas dentro del País.

Algunos de los Clientes de AD&P:
American Express, Avantel, Bacardi y Compañía, Colgate – Palmolive, Disney Consumer Products, Effem México, Farmacias Benavides, Grupo Financiero Banorte, Hersheys, HSBC, Mancera Ernst & Young, Microsoft, Nextel, Pepsico, Praxair, Pfizer Consumer Health, Procter & Gamble México, Seguros Monterrey / New York Life, Whirlpool, entre otros.

AD&P, "Transformamos la realidad de nuestros clientes"

AD&P
Arquitectura, Diseño Y Planeación, S.a. De C.v.

Oficinas en México:
Copérnico 148 – B, Colonia Anzures,
México, D.F. 11590
Teléfonos : (0155) 5250.8419 y 5250.8206

Oficinas en Monterrey:
Río Moctezuma No. 110 – local 7, Colonia
del Valle, Garza García N.L. 66220
Teléfonos : (0181) 8356.6980 y 8356.6984

josepena@adyp.com.mx
www.adyp.com.mx

GRUPO FINANCIERO BANORTE hires AD&P again, the firm which specializes in planning and design, to develop its second most important corporate project in their history and to continue with the evolution process which started in 2001.

The beginning of evolution:
At the end of the year 2001, along with the purchase of one of the most important Mexican banks that operated in our country until recent years (Bancrecer), an important process of evolution, globalization, modernization and consolidation started, in addition to a total change of image for its clients and employees.

To start this process of evolution, GRUPO FINANCIERO BANORTE took the first step in the city of Monterrey, Nuevo León, where it has its roots, and decided to carry out its first large scale consolidation project and its first large Head Quarters project, acquiring a building formerly occupied by Bancrecer for this purpose, in Avenida Revolución in the south of the city.

De izquierda a derecha: *Imagen oficinas Corporativo Monterrey. Propuesta acceso Dirección General México. Propuesta recepción y lounge Presidencia México*

In this ambitious consolidation project of more than 20,000 square feet of offices, the activities of seven different Grupo Financiero managements (six different buildings located in the city of Monterrey), are brought together within a large space for more than 1,300 employees and more than 600 visitors who are received daily.

To carry out a project of such magnitude, a firm with proven experience was required, one which specialized in the areas of design and planning. Because of that GRUPO FINANCIERO BANORTE decided to hire the services of the architecture and design firm AD&P.

The main challenge of this project, besides the creation of a new image, was to propose and create new "work spaces", more efficient, better equipped and better communicated, that allowed the bank to optimize its spaces and operations.

One of the most important results obtained from this project, besides the total change of image, was reducing the requirement of office spaces that GRUPO FINANCIERO BANORTE had for its operation in the city of Monterrey to 35%, with its resulting savings of space, transportation, security, vigilance, stationery, communication, etc.

One of the key design elements in this head quarters project , proposed by AD&P, was the creation of what was called "The Little Banorte Village", a space of approximately 1,000 square meters, located on the lower level of the tower, with two vital functions:

1) A space that works as a "large lung", which is able to take great masses of people (training, presentations, visits, etc.), without affecting the daily life of the building. This space has meeting rooms, table area, snacks, bank, travel agency, multiple use room (auditorium, training, dining room, etc.).

2) A space of continuous interaction and communication for all the new inhabitants of the tower, where as time passes, all the personnel of Grupo Financiero, will be integrated in one building and one bank only.

Today, the current image of GRUPO FINANCIERO BANORTE in its Monterrey Corporate Office is totally modern and dynamic. The personnel work and operate in modern, efficient and carefully planed spaces. According to directors of the bank, the motivation, performance and production of the personnel who inhabit the tower, is totally positive.

The Second Great Step: Santa Fe, Mexico City
At the end of the year 2004, after an exhaustive evaluation and analysis of the real estate market in Mexico City, and supported by an international firm, GRUPO FINANCIERO BANORTE purchased a building that has more than 22,000 square feet of offices, located in the area of Santa Fe, in Mexico City, with the intention of continuing the process started in 2001.

In January of this year, GRUPO FINANCIERO BANORTE started its second most important corporate project in its history, with its new project: Mexico Corporate Offices.

Due to the extraordinary results achieved in the Monterrey Corporate Offices project and the innovative and accurate proposals presen-

ted for this new project, GRUPO FINANCIERO BANORTE, decided to hire the specialized services of AD&P again, with the intention of "copying" the concepts applied in the Monterrey Corporate Offices and continuing with the evolution process which began three years before.

This new building, like the Monterrey Corporate Offices, will hold approximately 1,300 people who currently work in Grupo Financiero and will also consolidate different buildings and premises that GRUPO FINANCIERO BANORTE currently owns in Mexico City, including its Banner Building, located in Paseo de la Reforma in front of the Angel of Independence.

Although this new project was conceived as a replica of the concepts and designs proposed for Monterrey Corporate Offices, these new corporate offices represented new and different challenges for AD&P because the President's and General Director areas of the Group, along with their different supporting areas, will operate in a more important manner in these facilities.

The new Mexico City Corporate Offices of GRUPO FINANCIERO BANORTE will also have a larger number of services and communal spaces, such as: counseling room, auditorium, executive dining rooms, personnel dining room, medical service, and a branch of the bank with the capacity to serve all personnel.

As a key point for this new corporate project, GRUPO FINANCIERO BANORTE, requested AD&P to keep, as a central element of contact with its clients and employees, the space of communication and continuous interaction (originally proposed for Monterrey), which will be located in the mezzanine of the new building. This space will also have a meeting room, table area, snacks and multiple use rooms.

This great project is currently under development and construction. All Grupo Financiero personnel, including the areas of Presidency and General Direction, will be totally adapted and finished by the first days of December this year.

About AD&P

AD&P is a firm specialized in the planning and design of corporate offices, it has offices in Mexico City and Monterrey and is lead by José Peña Jurado who has 22 years of experience in the business and is one of the most important participants in the field of design and planning of corporate projects in Mexico.

Background of AD&P

José C. Peña Jurado, started his professional practice in 1983 with the firm DEGW (pioneering firm in design and planning studies in Mexico), based in London, England. In January 1992 he started his own design and planning firm: Desarrollo Base. In 1987 he created Grupo AD+D and in 2003 he changed the name to AD&P, always focusing on the same objectives: understanding the needs of his clients, giving the best service, and developing better projects than his competitors.

Philosophy of AD&P

Our business philosophy, is to focus on the corporative objectives of our clients, to design efficient work spaces and to offer an added value through our projects, proposing creative and organized solutions that allow us to comply with predetermined times and budgets. Our clients look for our services because they want to transform, change, and optimize their reality.

Added Value of AD&P

The personal service and the sensitivity for the real needs of our clients is what has allowed us to grow and continue to be on top as important participants in the demanding Mexican corporate market.

The Future Challenges of AD&P

We are working on the consolidation of our office in Monterrey and on a strategic alliance that gives us global presence, we will be opening offices in the rest of the country very soon.

Some AD&P clients

American Express, Avantel, Bacardi y Compañía, Colgate-Palmolive, Efffem Mexico, Farmacias Benavides, Grupo Financiero Banorte, Hersheys, HSBC, Mancera Ernst & Young, Microsoft, Nextel, Pepsico, Praxair, Pfizer Consumer Health, Procter & Gamble Mexico, Seguros Monterrey / New York Life, Whirlpool, among others...

AD&P, we transform the reality of our clients!

AD&P
Arquitectura, Diseño y Planeación, S.A. de C.V.

Mexico City Offices:
Cópernico 148 – B, Colonia Anzures, México, D.F. 11590
Telephone numbers: (0155) 5250.8419 and 5250.8206

Monterrey Offices:
Río Moctezuma No. 110 – Local 7, Colonia del Valle, Garza García, N.L. 66220
Telephone numbers: (0181) 8356.6980 and 8356.6984

josepena@adyp.com.mx
www.adyp.com.mx

Vanguardia mundial en elevación, con más de 10 años en México

Elevadores, montacargas, escaleras eléctricas, aeropasillos. Equipo nuevo y Modernizaciones

ThyssenKrupp Elevadores

México, D.F.
Av. Paseo de las Palmas 239
5to. Piso, Col. Lomas de Chapultepec
C.P. 11000, México, D.F.
Tel. 55.40.27.71 Fax. 55.40.50.37

Monterrey, N.L.
Priv. San Ignacio 105,
Col. Santa. Maria, C.P. 64650
Monterrey, Nuevo León,
Tel. 83.35.45.21 Fax. 83.35.44.02

Guadalajara, Jal.
Av. Niños Héroes 2826, Int. 5,
Col. Jardines del Bosque, C.P. 44520
Guadalajara, Jalisco.
Tel. 31.22.55.85 Fax. 31.23.06.17

Tijuana, B.C.
Calle 11ava. Plutarco Elias Calles N° 8751-B
Zona Centro C.P. 2200
Tijuana, Baja California
Tel.: 01 (664) 684-73-60, 684-73-55
Fax: 01 (664) 684-72-61

Cancún, Q.R.
Av. Acanceh Mz. 3 Smz. 15-A
Plaza San Ángel Inn Local 11 C.P. 75507
Cancún, Quintana Roo.
Tel: 01 (998) 884-68-22 y 884-11-34

www.thyssenkrupp.com
www.thyssenkrupp-elevator.com

Davisa

Proyectos urbanos de alta calidad
High Quality Urban Projects

Fotografía Francisco Lubbert

De derecha a izquierda:
Don Victor Mohamar Abugaber
President
Ing. Victor Mohamar Servin
Vicepresident Low-income housing & Industrial Developments
Lic. Alberto Mohamar Servin
Vicepresdient Residential Developments

Davisa es una empresa que inicia sus operaciones en Saltillo, Coahuila en el año de 1980, con la filosofía de de ofrecer proyectos urbanos de alta calidad.

A través de los años se ha consolidado como uno de los grupos desarrolladores inmobiliarios más importantes en el norte del país dentro de 4 importantes divisiones:

1) Parques Industriales.
2) Construcción de naves industriales llave en mano para renta y venta.
3) Construcción y promoción de vivienda de interés social, medio y residencial.
4) Fraccionamientos residenciales.

Davisa ha desarrollado los proyectos inmobiliarios más innovadores de clase mundial, manteniéndose siempre a la vanguardia y respondiendo a las necesidades del mercado de manera inmediata, esto ha hecho que sea uno de los líderes que impulsan el crecimiento organizado de la ciudad, siempre con un gran sentido de responsabilidad social.

Todos los proyectos de Davisa están enfocados a la satisfacción del cliente, se ha logrado superar las expectativas de sus clientes en todos los sentidos, ésta ha sido la razón principal de su rápido y sostenido crecimiento. Para todo el equipo de colaboradores de Davisa, la calidad, el servicio y la mejora continua son los valores que rigen sus actividades del día a día.

Atrayendo inversionistas a la región

La división de Parques Industriales desde sus inicios ha impulsado fuertemente la atracción de inversionistas en la Región. Sus parques industriales están estratégicamente localizados para facilitar a las empresas una operación de lo más eficiente, con accesos a carreteras internacionales, junto a comunidades de vivienda para los trabajadores, universidades tecnológicas y centros recreativos. Cuentan con toda la infraestructura y equipamiento necesarios en capacidades importantes, satisfaciendo de esta forma a los clientes más exigentes, que por lo general son empresas trasnacionales.

Esta división se caracteriza por:

- Los parques industriales cuentan con terrenos 100% urbanizados con todos los servicios y sus capacidades garantizadas según las necesidades del cliente.
- Existe un equipo de planta que administra y da mantenimiento puntual al parque industrial, contando también con seguridad interna.
- Una de sus ventajas competitivas son las amplias capacidades disponibles de servicios y la versatilidad de la infraestructura de sus parques, principalmente en lo que se refiere a energía eléctrica, telecomunicaciones, gas natural, sistema de espuelas de ferrocarril, sistema de pozos profundos de agua, etcétera.
- La proyección de sus parques industriales es tener 15 millones de pies cuadrados de edificios tanto en venta como en renta.

Algunos de sus parques más representativos son: ***El Parque Industrial Santa María*** al norte de la ciudad de Saltillo, cercano al aeropuerto Internacional de Ramos Arizpe.

Davisa ha desarrollado los proyectos inmobiliarios más innovadores de clase mundial, manteniéndose siempre a la vanguardia y respondiendo a las necesidades del mercado de manera inmediata.

Es un desarrollo de más de 600 Hectáreas, ubicado sobre la Autopista Monterrey-Saltillo en el Km.19, considerado como uno de los desarrollos más importantes y equipados del norte de México. El Parque Industrial Santa María es un desarrollo integral que cuenta con infraestructura importante, como una subestación de 400 MegaWatt, espuelas de ferrocarril, 8 pozos de agua, red de gas natural, central de telecomunicaciones, así como una comunidad de 3,500 viviendas y un campo de golf ejecutivo de 9 hoyos iluminado, haciéndolo único en su clase. Empresas de Calidad Mundial son sus clientes: Magna, General Electric, Shiloh, TWB, Camisa, Whirlpool, solo por nombrar algunas.

También podemos nombrar el ***Parque Industrial Santa Mónica*** que se encuentra localizado a un lado de la planta de ensamble de Daimler Chrysler en Derramadero, Saltillo. Este es un desarrollo de 150 hectáreas donde se alojan empresas como Lear Corporation y Exel Logistics. El Parque Industrial Santa Mónica ofrece una excelente opción para los proveedores automotrices, así también para quienes busquen estar más cercanos al corredor que conecta al centro y sur de México.

Creativos en la construcción de edificios

Otra fuerte rama de Davisa es el servicio de construcción de edificios industriales "llave en mano" para renta y/o venta para empresas internacionales y nacionales de manufactura, distribución e inversionistas inmobiliarios. Su fórmula de éxito en ésta división principalmente radica en dos cosas fáciles de decir, pero difíciles de llevar a cabo y son: la comprensión exacta de las necesidades del cliente y el cumplimiento cabal del proyecto en tiempos, calidad y presupuesto.

Por lo tanto, cuenta con un equipo de profesionales con habilidades integrales para todas las disciplinas del diseño y construcción industrial. Las construcciones son edificadas bajo un esquema de máxima innovación y eficacia. Gracias a su proyección de negociación y a su relación a largo plazo con proveedores, han logrado acuerdos comerciales que les permiten cotizar un edificio industrial a un precio altamente eficiente. Adicionalmente tienen como filosofía manejar únicamente sistemas y marca reconocidas mundialmente, para así cumplir con la política de calidad de la empresa.

En esta división Davisa puede particpar de varias formas: 1) como contratistas generales, construyendo expansiones y nuevas plantas industriales en propiedades del cliente dentro y fuera de sus parques industriales y 2) como inversionistas, construyendo e invirtiendo en el edificio llave en mano para ser rentado en diferentes plazos, bajo el esquema de "triple net".

Brindar una vivienda digna, gran responsabilidad de Davisa

En la división de construcción y promoción de vivienda de interés social, medio y residencial se tiene una visión muy clara de que la necesidad de contar con una vivienda digna es una de las principales demandas que la sociedad reclama.

En Davisa, han aprendido que la atención a cada detalle es lo que marca la diferencia, por lo tanto, creen firmemente que "dar algo más" es la única manera de poder empatar la visión de vivienda de sus clientes con su ideología empresarial. Así las cosas, utilizan sistemas de construcción altamente eficientes y materiales de alta calidad desde los cimientos hasta la última capa de pintura.

Dentro del segmento de vivienda económica y de interés social el enfoque de la empresa es desarrollar proyectos de gran extensión a largo plazo, estos proyectos ofrecen entornos urbanos armónicos que elevan la calidad de vida de sus habitantes, cuentan con áreas comerciales y de esparcimiento deportivo, social y educativo, volviéndose prácticamente pequeñas ciudades planeadas; tal es el caso de ***Ciudad Mirasierra***, un desarrollo que albergará 15,000 viviendas, actualmente hay 5,000 habitadas. ***Lomas del Refugio*** y ***Villas de Santa María*** son desarrollos de 3,000 y 4,000 viviendas respectivamente que se construyen bajo el mismo criterio.

En lo que se refiere al segmento de vivienda media Davisa construye en los mejores sectores de la ciudad de Saltillo, fraccionamientos privados lotificados en cerradas de 10 a 12 casas con identidad propia, ofreciendo diseños arquitectónicos de primer mundo se han logrado posicionar fuertemente en el mercado de vivienda de $350 mil hasta 3 millones de pesos: ***Real del Sol, Villa Vergel, El Rosario, Villas de San Patricio*** y ***Privadas de Luxemburgo***, son algunos ejemplos de este segmento.

Para el segmento residencial, sus fraccionamientos, tales como ***Nogalar del Campestre, Villas de San Miguel, San Patricio Plus*** y ***Los Reales*** se distinguen por su excelente ubicación, contando con todos los servicios subterráneos, arquitectura urbana y paisajismo inmejorable, están totalmente bardeados para la total seguridad y tranquilidad. En estos proyectos se desarrollan lotes urbanizados desde 200 mt^2 hasta 1,500 mt^2. Los fraccionamientos residenciales, ofrecen una excelente alternativa para quien desea comprar terreno únicamente o construir de inmediato, además representan una gran inversión a futuro por el alto grado de plusvalía que tienen y que generan a largo plazo.

Qué ofrece esta división:

- Davisa desarrolla y promueve vivienda desde los $165,000 pesos hasta los $3,000,000
- En el área de interés social, ofrecen desarrollos integrales de hasta 15,000 viviendas con áreas instaladas para equipamiento educativo, recreativo y comercial, sus desarrollos se ubican en los puntos estratégicos de crecimiento de la ciudad. Ofrecen una amplia gama de modelos de vivienda dentro de este segmento, estas viviendas son fondeadas a sus clientes tanto por el Infonavit como por el Fovisssste, en Davisa cuentan con el equipo de gestión para tramitar dichos créditos de una forma rápida y eficiente.
- En el área de interés medio y residencial ofrecen proyectos privados con seguridad, instalaciones subterráneas, áreas verdes instaladas y localizadas en zonas de gran plusvalía. Las viviendas se construyen en cerradas con un estilo arquitectónico diferente. Brindan toda la asesoría para que sus clientes puedan comparar las diferentes opciones de créditos hipotecarios que ofrecen los principales bancos y Sofoles.

Finalmente, en Davisa son expertos profesionales de cada uno de los segmentos que conforman al grupo desarrollador, su forma de trabajo se basa en una dinámica que in-

tegra las ideas de todos sus colaboradores, desde el personal de campo hasta la dirección, con un objetivo claro, satisfacción total a sus clientes.

El objetivo a corto plazo de Davisa es expandir sus desarrollos inmobiliarios hacia otras ciudades similares a Saltillo, construyendo con la misma filosofía que los ha llevado al éxito.

Davisa has developed the most innovative world-class real estate projects by continuing to be at the forefront and responding to the needs of the market immediately.

Davisa is a company that started its operations in Saltillo, Coahuila in 1980, with the philosophy of offering high quality urban projects.
Through the years it has become one of the most important real estate developers in the north of the country in four important divisions:

1) Industrial parks.
2) Building industrial premises ready for rent or sale.
3) Building and promotion of state subsidized, average and residential housing.
4) Residential developments.

Davisa has developed the most innovative world-class real estate projects, continuing to be at the forefront and responding to the needs of the market immediately. This has made it become one of the leaders which promotes organized growth in the city, always with a great sense of social responsibility.

All of Davisa's projects are focused on the satisfaction of the client. It has succeeded in surpassing client expectations in all senses, which has been the main reason for its fast and sustained growth. For all of the team of collaborators from Davisa, quality, service and continuous improvement are the values that rule their daily activities.

Attracting investors to the region

From its beginning, the Industrial Parks Division has strongly promoted the attraction of investors to the region. Its industrial are parks strategically located to give the companies one of the most efficient operations, with access to international highways, next to housing communities for the workers, technological universities and amusement parks. They have all the necessary infrastructure and equipment in large capacities, satisfying the most demanding clients, which are generally transnational companies.

This division is characterized because:

- The industrial parks have 100% urbanized lands with all the services and guaranteed capacities according to the needs of the client.
- There is an on site team that manages and gives punctual maintenance to the industrial park, there is also internal security.
- Some of the competitive advantages are the wide capacities of services available and the versatility of the infrastructure in its parks, mainly referring to electrical power, telecommunications, natural gas, railway systems, system of deep water wells, etc.
- The plan for its industrial parks is to have 15 million square feet of buildings for rent as well as for sale.

Some of its most representative parks are:

Ofrecemos **Soluciones** con los más altos estándares de **Calidad**

EXPERIENCIA 25 aniversario SOLIDEZ

.: COMERCIAL . INDUSTRIAL . VIVIENDA

DAVISA

Desarrolladora inmobiliaria

+ **Construyendo Proyectos**
que marcan la Diferencia

MEXICO .:
01 (844) 416.8000
US .:
1 888 479.3734
www.davisa.com

Parque Industrial Santa María in the north of the city of Saltillo, near the Ramos Arispe International Airport. It is a development of more than 600 hectares, located over the Monterrey-Saltillo Highway at kilometer 19. It is considered to be one of the most important and better equipped developments in the north of Mexico. **Parque Industrial Santa Maria** is an integral development that has important infrastructure, such as: a 400 megawatt sub-station, railway system, 8 water wells, natural gas system, telecommunications center and also a community of 3,500 houses and an executive nine hole golf course with lighting, making it unique in its kind. World-class companies are its clients: Magna, General Electric, Shiloh, TWB, Camisa, Whirlpool, only to mention a few.

We can also mention Parque Industrial Santa Mónica which is located next to the Daimler Chrysler assembly plant in Derramadero, Saltillo. This is a development of 150 hectares where companies such as Lear Corporation and Excel Logistics are situated. Parque Industrial Santa Mónica offers an excellent option for car industry suppliers, as well as for the ones who are looking to be closer to the corridor that connects the central and southern parts of Mexico.

Creative in the construction of buildings

Another strong branch of Davisa is the service of building "turnkey" industrial premises for rent and/or sale to international and national manufacturing, distribution and real estate investing companies. Its formula for success in this division mainly lies in two things that are easy to say, but difficult to carry out and they are: the exact comprehension of the client's needs and the exact accomplishment of the project on time, of quality and in budget.

Therefore, it has a team of professionals with integral abilities for all disciplines of design and industrial construction. The buildings are constructed under a scheme of maximum innovation and efficiency. Thanks to its projection of negotiation and its long-term relationship with suppliers, it has achieved commercial agreements that allow it to quote an industrial building at a highly efficient price. Additionally they have the philosophy of only managing systems and brands that are known worldwide, in order to comply with the quality policy of the company.

In this division, Davisa can participate in different ways: 1) as general contractors, building expansions and new industrial plants on the client's properties inside and outside its industrial parks, and 2) as investors, building and investing in the turnkey building to be rented on different dates, under the "triple net" scheme.

Giving appropriate housing, Davisa's great responsibility

In the division of construction and promotion of state subsidized, average and residential housing, there is a clear vision that the necessity of having an appropriate house is one of the main requests that society claims.

In Davisa, they have learnt that every single detail is what makes the difference. Therefore, they firmly believe that "giving something extra" is the only way to match the vision of their clients' house with their business ideology. They use highly efficient construction systems and high quality materials from the bottom to the last layer of paint.

With economic and state subsidized housing, the approach of the company is to develop long term and large extension projects. These projects offer urban environments that raise the quality of life of its inhabitants. They have commercial and sports areas, social and educational areas, they are practically becoming little planned cities. Such is the case of Ciudad Mirasierra, a development that will hold 15,000 houses, there are currently 5,000 inhabited houses. Lomas del Refugio and Villas de Santa María are developments of 3,000 and 4,000 houses respectively, which are built under the same criteria.

Regarding the average housing segment, Davisa builds private developments of 10 to 12 houses with their own identity in closed streets, in the best sectors of the city of Saltillo. Offering first world architectural designs, they have succeeded in being highly placed in the house market from $350 thousand to $3 million pesos: Real del Sol, Villa Vergel, El Rosario, Villas de San Patricio and Privadas de Luxemburgo, are some examples of this segment.

In the residential segment, its developments, such as Nogalar del Campestre, Villas de San Miguel, San Patricio Plus and Los Reales are distinguished for their excellent location, having all the underground services, urban architecture, and unbeatable landscaping, they are totally fenced for total security and tranquility. In these projects 200 to 1,500 square meter urbanized lots are developed. The residential developments, offer an excellent alternative to those who want to buy the land only or build up immediately. Plus, they represent a great investment for the future due to the high grade of added value they have and generate in the long term.

What does this division offer?

- Davisa develops and promotes housing from $165,000 thousand pesos up to $3,000.000.
- In the area of state subsidized housing, they offer integral developments of up to 15,000 houses with areas for educational, recreational, and commercial equipment. Its developments are located in strategic points of growth of the city. It offers a wide variety of house models in this segment, these houses are financed to their clients through Infonavit and Fovissste. In Davisa there is a management team to process such loans quickly and efficiently.
- In the area of average and residential interest, they offer private projects with security, underground installations and green areas located in great added value zones. The houses are built in private streets with a different architectural style. In Davisa they give all the advice so their clients can compare the different mortgage options that the main banks and SOFLES offer.
- Finally, in Davisa they are professional experts in each of the segments that make up the development group. Their way of working is based on a dynamic that integrates the ideas of its collaborators, from the people in the field to management, with a clear objective: total satisfaction to their clients.

The short-term objective of Davisa is to expand its real estate developments to other cities similar to Saltillo, building with the same philosophy that has taken them to success.

Mexico : Property Development, Investment, & Finance

ULI Mexico Sponsors

Principal Sponsors
KMD
Scotiabank Inverlat

Senior Sponsors
Greenberg Traurig LLP
Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP

Leadership Sponsors
Beck Internacional de México
HOK
Stewart Title Guaranty de México

Sponsors
FAS Construction Management
Prudential Real Estate Investors
Rockwood México

Alliances
ADI - Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios
Inmobiliare Magazine

September 28 - 30, 2005
Grand Coral Beach Hotel
Cancun, Quintana Roo
Mexico

Urban Land Institute

ULI Mexico
2005 Schedule of Events

Breakfast meetings:
2nd Wednesday of every month
April to November

Christmas Cocktail
December 7th

Contact: ULI Mexico - Alejandra Villarroel - Coordinator - 011.52.55.50.81.14.60 - avillarroel@uli.org

Delphi

Desarrolladores Inmobiliarios

Fotografía Selma Fernández

Ing. Eduardo Mellado Flores y
Lic. Benjamín Diaz Name
Socios y Directores de Grupo Delphi

Calidad y rentabilidad en bienes raíces

Quality and profitability in real estate

Si hay una compañía al norte de México que se respeta por su calidad y servicio y además, le brinda a sus clientes una excelente rentabilidad, esa es Grupo Delphi.

Con más de una década de labores en el Desarrollo Inmobiliario, en Delphi han sabido con el tiempo y la experiencia obtenida, brindar a sus clientes e inversionistas las más seguras y mejores opciones de inversión. Este excelente servicio se debe a la continua exploración e identificación de las necesidades del mercado, por lo tanto, desarrollan proyectos de inversión acordes a la demanda, de tal forma que se genera garantía total en los proyectos.

La línea de productos de Grupo Delphi se extiende a edificios de oficinas, bodegas, plazas comerciales, hoteles, departamentos y fraccionamientos residenciales. Sin excepción, cada proyecto de Delphi se enfoca en la localización estratégica, atención al detalle y respeto a las realidades del mercado.

La amplia experiencia que tiene la compañía en diversos giros y servicios inmobiliarios, le permite a sus inversionistas enfocarse en asuntos de inversión, mientras que Delphi se concentra en los detalles del desarrollo.

En el área residencial, han plasmado en sus desarrollos habitacionales valores que sobrepasan por mucho los de proyectos convencionales, ofreciendo elegancia, privacidad, seguridad, exclusividad y plusvalía, lo que hace incrementar la calidad de vida de las familias.

Por otra parte, Delphi ha desarrollado exitosas Plazas Comerciales y Hoteles con la mejor ubicación y diseño arquitectónico, con gran funcionalidad y sirviendo a mercados con demanda creciente.

En cuanto a oficinas se refiere, Delphi ha promo-

vido un número importante de Edificios AA y AAA, en las principales ciudades del norte del país, ofreciendo siempre funcionalidad, distinción y calidad.

En el área industrial, ha desarrollado naves y bodegas industriales acompañadas de espacios para oficinas, dando valor agregado a este tipo de proyectos, al facilitar procesos logísticos y de servicios integrales.

turados, con reglas claras, con "candados" pre-establecidos y predeterminando los productos a desarrollar y/o invertir.

Delphi ofrece a inversionistas privados e institucionales una gran variedad de oportunidades de inversión. Por lo tanto, esta diversidad le permite al inversionista seleccionar proyectos acorde a sus preferencias.

Así las cosas, existen varios esquemas por medio de los cuales los inversionistas participan en los proyectos de Delphi. Veamos:

- Invirtiendo en una propiedad específica del proyecto.
- Tomando un porcentaje accionario en la empresa utilizada para desarrollar el proyecto.
- Invirtiendo el 100% de un proyecto.
- Participando en fondos de inversión inmobiliaria.

Grupo Delphi cuenta en la actualidad con más de 120 inversionistas, por lo tanto, no cabe la menor duda, que seguridad y confianza son sinónimos de una inversión efectuada con Delphi, al ser una empresa que minimiza los riesgos de proyecto y los riesgos de mercado, la inversión tiene una rentabilidad garantizada.

Finalmente, el Desarrollo de un proyecto inmobiliario es un proceso complejo y demandante que requiere experiencia y profesionalismo. Delphi protege los intereses de los inversionistas entregando los proyectos a tiempo, en presupuesto y con la calidad esperada.

Para contactar a Delphi Desarrolladores Inmobiliarios, comunicarse a:
Plaza Delphi Suite 401
Blvd. Antonio L. Rodríguez # 3058
Col. Santa María Monterrey – Nuevo León
C.P. 64650
Tel/Fax: (0181) 8335-5502
www-grupo-delphi.com.mx

Algo de historia

Para hablar del camino que Delphi ha transitado a través de ya más de 15 años, debemos comenzar detallando lo que era la empresa en su primera etapa, es decir entre 1990 y 1994. Veamos. Por una parte desarrollaban proyectos inmobiliarios asociados con dueños de terrenos, invitando a inversionistas para completar el capital requerido. Durante esta primera etapa, la expansión y solidez de Delphi fue muy grande en ciudades como Tijuana, Hermosillo y Saltillo, en donde en la actualidad conserva dichas sucursales.

En su segunda etapa comprendida entre 1995 y 1997, época en que se desarrollaron pocos proyectos, la empresa se convirtió en una reconocida compañía de consultores Inmobiliarios, dando servicio a Bancos, Empresas y Gobiernos municipales y estatales.

Después en lo que podríamos llamar un último período comprendido entre 1998 y 2005, Delphi complementó su portafolio de servicios con la creación de Fondos Inmobiliarios, con esquemas muy bien estruc-

Proyectos principales 1990 - 1994

Proyecto	Ciudad	Giro	Inversion MM Dls	
Santa María Plaza	Ciudad Guadalupe - Nuevo León	Centro Comercial	$9.0	1990
Plaza Fundadores	Saltillo - Coahuila	Centro Comercial	$3.6	1991
Las Quintas Plaza	Parral - Chihuahua	Mercado	$1.6	1991
Plaza "El Dorado"	Ciudad Obregón	Oficinas y locales	$2.0	1992
Torre Saltillo	Saltillo - Coahuila	Edificio Oficinas	$6.2	1993
Fracc. Las Palmas	Ciudad Obregón	Vivienda	$9.0	1993
Mercajeme	Ciudad Obregón	Mercado	$7.6	1993
Costco	Hermosillo - Sonora	Tienda de descuento.	$9.0	1994
Cinemark-10	Hermosillo - Sonora	Cines y área comercial	$8.0	1994

If there is a company in the north of Mexico respected for its quality and service, which also provides its clients excellent profitability, it is Grupo Delphi.

With more than a decade working in Real Estate Development, Delphi has learnt over time and from experience obtained, to provide their customers and investors with the most secure and best investment options. This excellent service comes from continuous exploration and identification of the needs of the market. Therefore, they develop investment projects according to demand in such a way that there is a complete guarantee for all projects.

Grupo Delphi's line of products extends to office buildings, warehouses, shopping centers, hotels, apartments and residential neighborhoods. Without exception, each Delphi project is focused on strategic location, attention to detail and respect for the realities of the market.

The extensive experience the company has in diverse lines of business and real estate services, allows investors to focus on investment issues while Delphi concentrates on development details.

In the residential area, they have captured values in their habitable developments which exceed conventional projects by far, offering elegance, privacy, security, exclusivity and added value, which increases the quality of life of families.

On the other hand, Delphi has developed successful shopping centers and hotels with the best location and architectural design, with great functionality, serving markets with growing demand.

Proyectos principales 1998 - 2005				
Proyecto	Ciudad	Giro	Inversion MM Dls	
Titanium	Apodaca - Nuevo León	Bodegas	$1.1	1998
Torre Mirador	Monterrey - Nuevo León	Edificio Oficinas	$3.2	1999
Fiesta Inn	Hermosillo - Sonora	Hotel	$14.0	2000
Plaza Diamante	Garza García	Edificio Oficinas	$5.0	2000
Alianza Parque de Negocios	Apodaca - Nuevo León	Oficinas y Conjunto Comercial	$5.2	2000
Plaza Delphi	Monterrey - Nuevo León	Edificios Oficinas	$3.5	2001
Sierra Valle	Monterrey - Nuevo León	Deptos.Residencial	$10.6	2002
Balcones de la Loma	Monterrey - Nuevo León	Departamentos Residenciales	$7.0	2003
El Sabino	Monterrey - Nuevo León	Vivienda Residencial	$10.3	2003
Valle del Seminario	Garza García	Vivienda Residencial	$31.4	2003
Villas La Rioja	Monterrey - Nuevo León	Vivienda Residencial	$12	2004
Colinas de San Angel	Tijuana - Baja California	Vivienda Residencial	$30	2004
La Escondida	Chihuahua - Chihuahua	Vivienda Residencial	$15	2005
Plaza La Rioja	Monterrey - Nuevo León	Plaza Comercial	$15	2005

In regards to offices, Delphi has promoted a significant number of AA and AAA buildings in the major cities in the north of the country, offering simple functionality, distinction and quality.

In the industrial area, it has developed warehouses and industrial warehouses accompanied by office spaces, giving added value to these types of projects while facilitating logistics projects and integral services.

A bit of history

In order to talk about the path that Delphi has traveled down for over more than 15 years, we must begin by detailing what the company was in its first stage, between 1990 and 1994. Let's see. They developed real estate projects associated with land owners, inviting investors in order to complete the capital required. During this first stage, Delphi's expansion and solidity was strong in cities like Tijuana, Hermosillo and Saltillo, where there are still branches today.

In its second stage between 1995 and 1997, a time in which few projects were developed, the company was transformed into a recognized real estate consultancy company, providing services to banks, companies and state and municipal governments.

Later, in what we could call the final period between 1998 and 2005, Delphi complemented its service portfolio with the creation of Real Estate Funds with very well structured schemes, clear rules, pre-established "locks" and by predetermining products to develop and/or invest in.

Delphi offers private and institutional investors a great variety of investment opportunities. Therefore, this diversity allows the investor to select projects according to their preferences.

There are various schemes through which investors participate in Delphi projects.

- Investing in a specific property.
- Taking a shareholder percentage in the company used to develop the project.
- Investing 100% in the project.
- Participating in real estate investment funds.

Grupo Delphi currently has more than 120 investors. Therefore, there is no room for doubt that security and confidence are synonyms for a Delphi investment. Because it is a company which minimizes the risk of the project and the market, the investment has a guaranteed profitability.

Finally, the development of a real estate project is a complex and demanding process that requires experience and professionalism. Delphi protects the interests of investors delivering projects on time, within budget and with the quality expected.

Contact Delphi Desarrolladores Inmobiliarios at:
Plaza Delphi Suite 401
Blvd. Antonio L. Rodríguez # 3058
Col. Santa María Monterrey – Nuevo León
C.P. 64650
Ph/Fax: (0181) 8335-5502
www-grupo-delphi.com.mx

DELPHI

DESARROLLADORES
INMOBILIARIOS

Blvd. Antonio L. Rodríguez # 3058 Col. Santa María
Monterrey - Nuevo León
Tel/Fax: (0181)8335-5502
www.grupo-delphi.com.mx

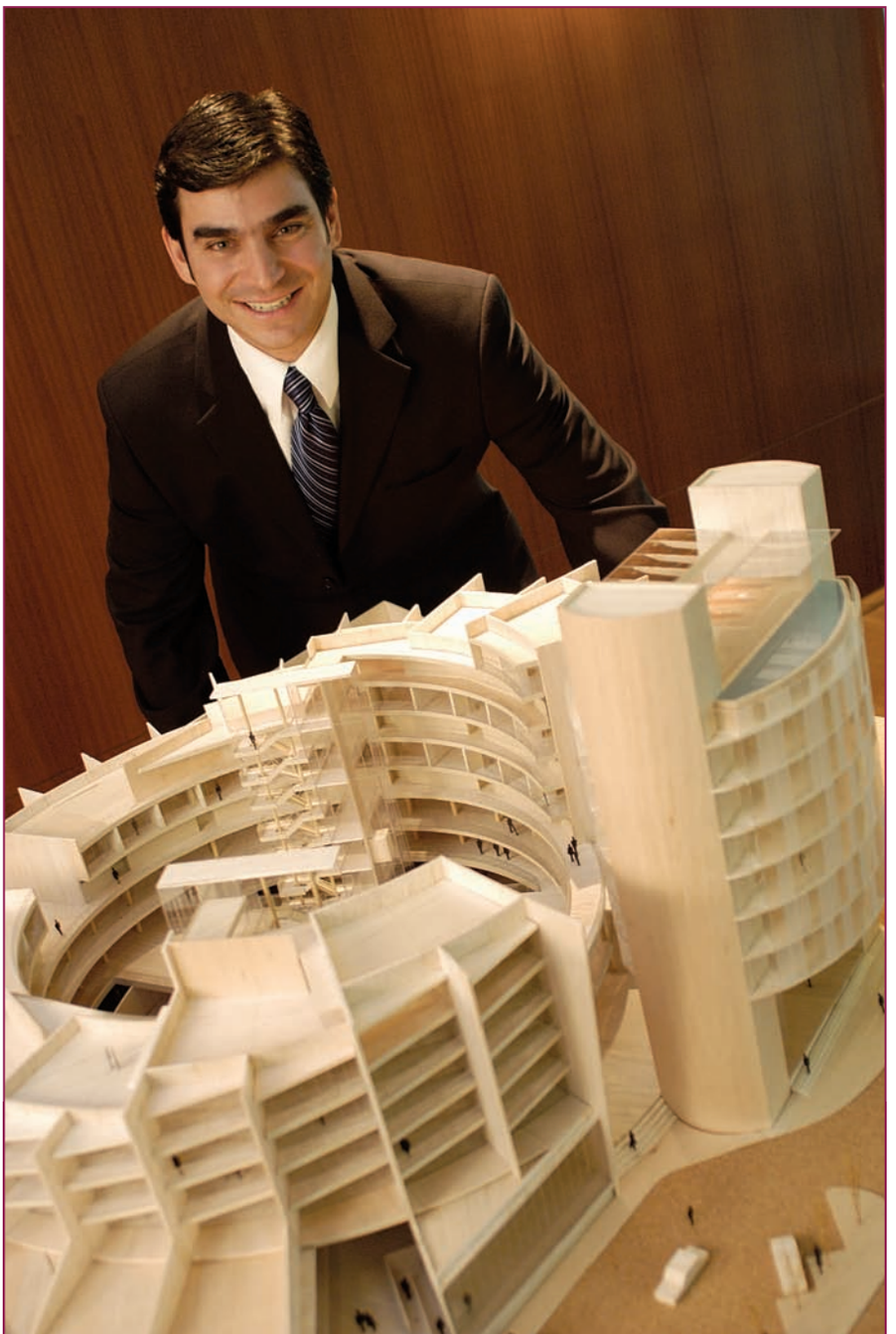
Oficinas en: Ciudad Juárez, Reynosa y Tijuana

■ Innovación Inmobiliaria ■

O-Dos Vasconcelos

Mezcla de armonía y diseño

Mix of harmony and design



Fotografía Selma Fernández

Sr. Hernán Martínez
Director General Promotora Martel

Materiales como el concreto y cristal, grandiosos recorridos de áreas verdes dentro de la plaza y el paisaje de la Sierra Madre, se mezclan y hacen de O-Dos Vasconcelos toda una majestuosidad.

Promotora Martel es una empresa que se ha dedicado a crear, desarrollar y comercializar proyectos Inmobiliarios.

A lo largo de toda su historia, Martel se ha convertido en una empresa vanguardista y emprendedora y además, gracias a sus proyectos innovadores se ha ido afianzando como una de las compañías más importantes en el noreste de México.

Un claro ejemplo de su liderazgo es el nuevo proyecto "O-DosVasconcelos", un desarrollo donde los usos de suelo que propone el Municipio de San Pedro Garza García se han aprovechado al maximo.

La edificación se construirá en el corazón de la colonia del Valle, en el Sector Fátima. Tiene la particularidad de combinar un hotel boutique como es el Habita, junto con una plaza gastronómica con restaurantes de una calidad indiscutible. Como es el caso del Ingeniero Manuel Zavala quien ya nos sorprendió con sus restaurantes Pangea y Catarina y también el Licenciado Jorge Ureña, con sus ya famosos Tanaka y Kampai, pues bien, cada uno de ellos montará en esta plaza, restaurantes de la calidad y servicio como los ya nombrados y que sin duda son de los más visitados en Monterrey.

Por otra parte, se analiza además la posibilidad de traer uno de los mejores establecimientos en gastronomía de la Ciudad de México.

Además de esta combinación de servicios, se piensa complementar la plaza con un gimnasio, un café de prestigio, además de una librería, una estética y un Spa.

Algunas cifras de O-DosVasconcelos

Para complementar el desarrollo, se tendrán a la venta 40 departamentos tipo lofts de 145 m2, con accesos totalmente separados a los servicios de la plaza, pero enlazándose maravillósamente en un proyecto arquitectónico excelentemente logrado por el despacho Landa García Landa.

El desarrollo cuenta con una área total de aproximadamente 35 mil metros cuadrados de construcción y con 480 cajones de

estacionamientos, con una vialidad cómoda y recorridos de muy poca distancia hacia los puntos de destino.

Más proyectos de Martel

La promotora desarrolla bienes inmuebles en distintos ramos, como es el industrial con tres parques ubicados en Reynosa, Apodaca y Santa Catarina.

Ha desarrollado también edificios de oficinas, como es el caso de Torres Martel, además de centros comerciales, desarrollos campestres y residenciales en la zona de San Pedro Garza García.

Algunos proyectos residenciales son los siguientes:

Residencial San José

Es una privada de 14 casas ubicadas en el casco de San Pedro García. Cuenta con todos los servicios subterráneos y caseta de vigilancia. Las casas son de 270 metros cuadrados de construcción, con amplios espacios. Su arquitectura mexicana contemporánea y la gran calidad de sus acabados, hacen de esta privada un sitio sumamente recomendable por su seguridad, confort y plusvalía.

Privada Real San Agustín

Es una privada de 27 casas, se encuentra en el área de San Agustín a espaldas del Club Campestre de Monterrey, con una vista impactante a la Sierra Madre, además de una ubicación muy cercana de los mejores centros comerciales de la zona. Cuenta con todos los servicios subterráneos, caseta de vigilancia para control de accesos, además de áreas verdes y recreativas. Las casas contarán con 360 metros cuadrados de construcción con un estilo contemporáneo y un diseño funcional, donde los espacios están diseñados para el tipo de familia de hoy día.

Así las cosas, el secreto del éxito de Promotora Martel es el aventurarse a desarrollar proyectos innovadores, que puedan dar al usuario final una gran plusvalía con el paso del tiempo y dejar una huella como proyecto.

Para contactar a Promotora Martel comunicarse con:

Arq. Gerardo Alvarez
Teléfono Oficina. 0181 – 8363 8586
e-mail. galvarez@promotomartel.com

Materials like concrete and glass, grandiose green areas within the plaza and the Sierra Madre landscape, join together and make O-Dos Vasconcelos completely majestic.

Promotora Martel is a company that has dedicated itself to creating, developing and marketing real estate projects.

Along its history, Martel converted itself into a leading and enterprising company and, thanks to its innovative projects, it has also been strengthening itself as one of the most important companies in the north east of Mexico.

A clear example of its leadership is the new "O-DosVasconcelos" project. It is a project where maximum advantage has been taken of the land uses proposed by the San Pedro Garza García Municipality.

The building will be constructed in the heart of the Valle neighborhood, in the Fátima sector. It has the peculiarity of combining a boutique hotel, such as the Habita, together with a food plaza with restaurants of an indisputable quality. Such is the case of Manuel Zavala who already surprised us with his restaurants Pangea and Catarina and also Jorge Ureña, with his now famous Tanaka and Kampai. Each of them will be part of this plaza, bringing quality restaurants and service like those already mentioned and that, without doubt, are the most visited in Monterrey.

Furthermore, the possibility of bringing one of the best gastronomic establishments in Mexico City is being analyzed.

In addition to this combination of services, complementing this plaza with a gym, prestige café, book shop, hair stylist and spa is also being considered.

Some O-DosVasconcelos figures

In order to complement the development, 40 loft-type apartments of 145 square meters each will be up for sale, with totally separate access from that of the plaza but marvelously linking together in an architectural project excellently accomplished by the Landa García Landa office.

The development has a total area of approximately 35 thousand square meters of construction, 480 parking spaces, comfortable roadways and routes a very short distance away from destination points.

More Martel projects

The promoter develops properties in different industries, like the industrial one, with three parks located in Reynosa, Apodaca and Santa Catarina.

It has also developed office buildings like Torres Martel, in addition to shopping centers, rural developments and residential developments in the San Pedro Garza García area.

Some residential projects follow:

Residencial San Jose

It is a private community of 14 houses located in the center of San Pedro García. It has all underground services and a surveillance booth. The houses are 270 square meters with ample spaces. Its modern Mexican architecture and excellent quality finishes make this community an extremely recommendable place because of its security, comfort and added value.

Privada Real San Agustín

It is a private community of 27 houses in the San Agustín area behind the Club Campestre de Monterrey. It has an impressive view of the Sierra Madre in addition to being very close to the best shopping centers in the area. It has all underground services, surveillance booth for control of access as well as green and recreation areas. The houses will have 360 square meters of construction with a modern style and functional design, with spaces designed for the modern family.

The secret of Promotora Martel's success is daring to develop innovative projects that can give the final user great added value over the passage of time and leaving a mark with their project.

Contact Promotora Martel through:

Gerardo Alvarez (Architect)
Office telephone: 0181 – 8363 8586
e–mail: galvarez@promotomartel.com

Por: **Carlos A. Caicedo Zapata**
Director de Nuevos Negocios

u-calli

Bienes raíces con calidad

Quality real estate

Un sin número de reconocimientos, buen servicio y calidad en sus desarrollos, hacen de u-calli una empresa en continuo crecimiento.

Fotografía Selma Fernández

Ing. Antonio Elosúa González
Director General de u-calli

La historia de u-calli se remonta hace ya 30 años, cuando a través de su marca *Llave de Oro*, comenzaba a entregar casas con estándares de calidad muy altos. Aun hoy en día U-calli conserva varios de esos primeros clientes quienes a pesar de las décadas están totalmente satisfechos.

U-calli es alta tecnología inmobiliaria y esta vocación y servicio únicos, nacieron sin duda, de la poca satisfacción en necesidades de vivienda que ha sufrido México. Antonio Elosúa, Director General de u-calli comenta: "Hemos sentido la gran responsabilidad social de que nuestros proyectos formen parte de una mejor ciudad buscando satisfacer las necesecidades de clientes que son cada vez más exigentes y sofisticados, dándoles una seguridad en su inversión patrimonial y una gran plusvalía a sus propiedades, u-calli desde que nació ha ofrecido viviendas de calidad."

Y es que el reconocimiento que la empresa se ha ganado, se fundamenta no solo en su excelente servicio, sin también en la calidad y buen diseño de sus inmuebles. U-calli ha recibido importantes reconocimientos, como por ejemplo, el premio "Hacer Ciudad" que confiere la Coordinación del Gran Proyecto Valle Oriente y además, recientemente la Sociedad de Urbanismo los reconoció por los esfuerzos realizados en materia de protección a la Flora y Fauna y el paisajismo de sus proyectos.

Éxito y expansión, un repunte sin precedentes

u-calli ha logrado un nivel de expansión amplio que ha llevado a la empresa a participar en todos los segmentos de negocio que pueda generar tanto la venta como la renta de inmuebles de tipo residencial, residencial turístico, comercial, industrial, oficinas en fin.

En este año, u-calli comenzó a desarrollar su quinto edificio Corporativo con la construcción de Torre Uno, un edificio inteligente dentro del Parque Corporativo Valle Oriente, con más de 20,000 mts cuadrados de construcción. "Esta edificación albergará más corporaciones regiomontanas, que han decidido mudarse a este parque, el cual se ha consolidado como el más moderno y atractivo en la Ciudad de Monterrey", comenta Antonio Elosúa.

"Después del éxito comercial de Galerías Valle Oriente y Plaza Cumbres que desarrollamos con Inversiones de Grupo Lamosa, Liverpool y Cinepolis en Valle Oriente y de Lamosa y Cinepolis en Cumbres, u-calli está evaluando diversos proyectos comerciales fuera de Monterrey para atender otras ciudades que requieren de proyectos comerciales. Buscaremos entonces trabajar en conjunto con socios e inversionistas locales", indica Elosua.

Por otra parte, u-calli ha comenzado su participación en el creciente mercado de residencias turísticas, un segmento inmobiliario que ha estado dominado en la actualidad por la inversión extranjera y cuyas tasas esperadas de rendimiento para dichos proyectos, son muy inferiores a las esperadas por el inversionista mexicano. Por lo tanto, u-calli en opinión de su director busca ser muy selectivo en los proyectos en los que piensa participar, en este sector residencial turístico.

Así las cosas, u-calli tiene una expansión interesante, lo que los ha llevado a convertirse en una de las empresas líderes en bienes raíces al norte de México y precisamente, dicha expansión y buen servicio, lo ven sus clientes reflejado en las inversiones e inmuebles adquiridos. Hay que mencionar que u-calli les da varios plus a estos. Veamos.

Por una parte, sus clientes, adquieren seguridad basada en proyectos rentables, que generan un bienestar a la comunidad, además, su experiencia en temas como procesos de planeación y diseño son una garantía. Finalmente, en u-calli antes de iniciar un proyecto, tienen expectativas claras y certeras que garantizarán el éxito del mismo.

u-calli, alta tecnología inmobiliaria

Apostarle al capital humano y a la creatividad para hacer negocios es uno de los principales objetivos de la empresa y precisamente eso los ha llevado a diversificar. Hoy u-calli es una empresa que no depende de los ciclos económicos de la vivienda y solamente un 30% de sus proyectos son de vivienda.

Para aquellas personas que van a realizar una inversión tan importante como lo es un bien raíz, solo me queda aconsejarle contactar a los profesionales de u-calli. Tenga en cuenta que al usted ser su cliente tendrá la seguridad que el proyecto ha sido construido con la más alta tecnología inmobiliaria, partiendo de estudios muy profesionales, de tipo geológico, hidráulico y de vialidad entre otros.

Finalmente Antonio Elosúa Director Ge-

neral de u-calli expresa: "A nuestros clientes, les comento que pueden tener la seguridad de que su patrimonio tendrá una plusvalía importante, ya que nosotros solo participamos en proyectos de alto valor agregado urbanísticamente, de calidad, con todas las licencias y la seguridad jurídica en orden."

Sin duda, un inmueble de u-calli es su mejor inversión.

Informes para contactar a U-calli:
Teléfono: (52 0181) 8124 5454
Fax: (52 0181) 8338 0018
Web page: **www.ucalli.com.mx**
E-mail: info@ucalli.com.mx

An endless number of acknowledgements, good service and quality in its developments make u-calli a continuously growing company.

U-calli's history goes back over 30 years, when through its brand *Llave de Oro*, it began to deliver houses of very high quality. Even today u-calli still has some of these first customers who, despite the decades, are totally satisfied.

u-calli is high real estate technology and this vocation and unique services were born, without doubt, from the poor satisfaction of housing needs that Mexico has suffered. Antonio Elosua, General Director of u-calli stated: "We have felt the great social responsibility which is that our projects form part of a better city, looking to satisfy the needs of customers who are more and more demanding and sophisticated, giving them security in their investment and great added value to their properties. u-calli has offered quality housing since it began."

The recognition the company has gained is based not only on excellent service, but also on the quality and good design of its properties. u-calli has received important acknowledgements such as the "Hacer Ciudad" prize given by the Coordinación del Gran Proyecto Valle Oriente (Great Valle Oriente Project Coordination) and also recently, the Sociedad de Urbanismo (Urbanism Society) recognized them for their efforts towards the protection of their projects' flora and fauna and landscapes.

Success and expansion, a recovery without precedent

u-calli has achieved a wide level of expansion that has taken the company to participate in all business sectors that can generate both the sale and rent of residential, tourist, commercial, industrial and office properties.

This year u-calli began to develop its fifth corporate building with the construction of Torre Uno, an intelligent building in Parque Corporativo Valle Oriente, with more than 20,000 square meters of construction. "This building will house more corporations from the Monterrey area that have decided to move to this park, which will consolidate it as the most modern and attractive in the city of Monterrey", said Antonio Elosua.

"After the commercial success of Galerías Valle Oriente and Plaza Cumbres, which we developed with investments from Grupo Lamosa, Liverpool and Cinepolis in Valle Oriente and from Lamosa and Cinepolis in Cumbres, u-calli is evaluating diverse commercial projects outside Monterrey in order to attend to other cities that require commercial projects. We will look to work together with local associates and investors", points out Elosua.

On the other hand, u-calli has begun its participation in the growing market of tourist residences, a real estate sector that has been dominated by foreign investment and whose expected rates of return for said projects are inferior to those expected by Mexican investors. Therefore, u-calli, in the opinion of its Director, is looking to be very selective in regards to the projects in which it is thinking of participating in this residential tourist sector.

u-calli has an interesting expansion which has converted them into one of the leading real estate companies in the north of Mexico. It is precisely this expansion and good service their customers see reflected in their investments and properties acquired. It must be mentioned that u-calli gives you much more than that.

Their customers get security based on profitable projects that generate well-being in the community. In addition, their experience in topics such as planning and design processes are a guarantee. Finally, before beginning a project, u-calli has clear and certain expectations that guarantee success.

u-calli, high real estate technology

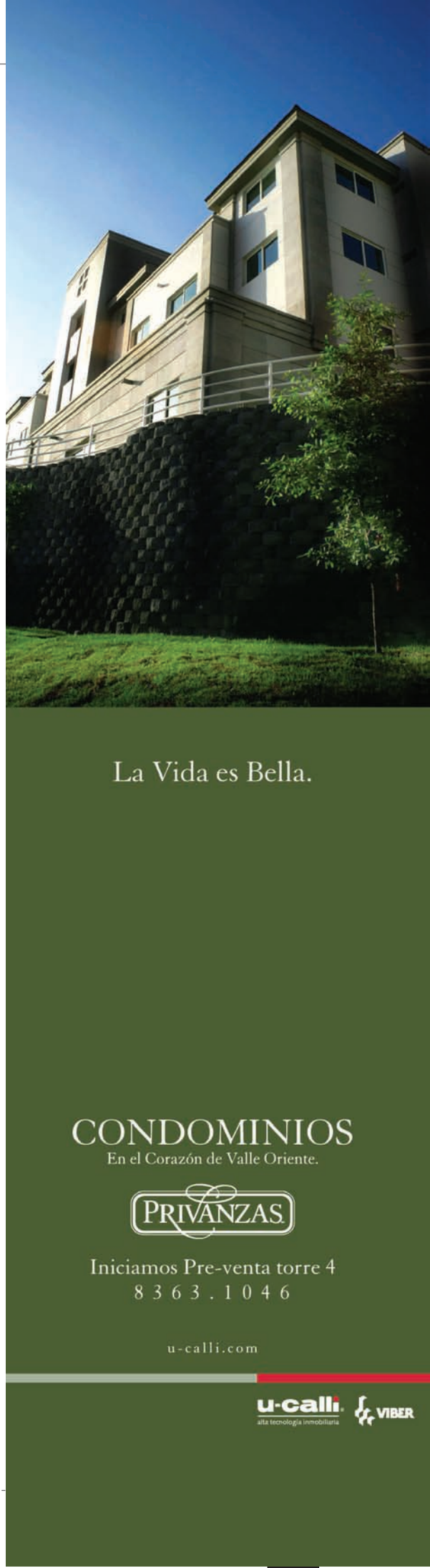
Betting on human capital and creativity in order to do business is one of the company's main objectives and is precisely what has caused them to diversify. Today u-calli is a company that doesn't depend on the economic cycles of housing and only 30% of its projects are related to housing.

For those people who are going to make an important investment like that of a real estate investment, the only thing left for me to do is to advise you to contact the professionals at u-calli. Take into account that you, as the customer, will have the security that the project will have been constructed with the highest real estate technology, coming from very professional geological, hydraulic and road services studies among others.

Finally, Antonio Elosua, General Director of u-calli, says: "I tell our customers that they can have the security that their property will have a significant added value since we only participate in projects of high urban added value and quality, with all of the legal licenses and security in order."

Without doubt, a u-calli property is your best investment.

For information contact U-Calli:
Telephone: (52 0181) 8124 5454
Fax: (52 0181) 8338 0018
web page: **www.ucalli.com.mx**
e-mail: info@ucalli.com.mx



Por **Hector Rojas Carreto y**
Leonel Alvarez Balderas
VESSTA Geomercadotecnia

Geomarketing

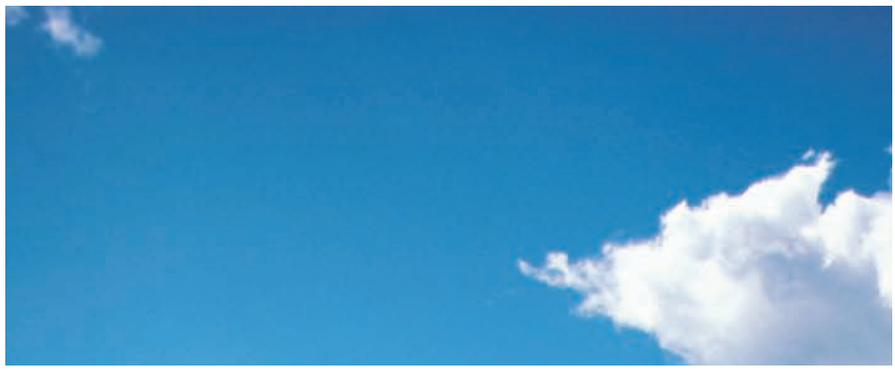
Aprovechamiento para la toma de decisiones

Geomarketing. Exploitation for decision making

Los estudios en México en materia urbana han venido a la alza. Segmentar física y metodológicamente a las principales ciudades del país, para desmembrar y conocer los componentes y factores que convergen en un mismo espacio metropolitano, resaltan un nuevo y extenso campo para la aplicación de nuevas disciplinas de estudio.

Pero ¿Cómo abordar a una entidad geográfica de manera integral para conocer los elementos que la conforman y como interactúan? ¿Cuáles son los resultados de esas interacciones? ¿Cómo estos se pueden aprovechar para la toma de decisiones? En la Zona Metropolitana de la Ciudad de México hemos sido participes en los últimos años de un detonador inmobiliario, que ha venido a transformar los espacios de una ciudad que ha apostado muy conscientemente por el crecimiento vertical, para solventar la demanda de una alta plantilla poblacional. Algo que, nos hace pensar más a fondo en una revalorización del espacio urbano.

Sujetas a la dinámica actual de cambio en un mundo donde las barreras se disipan cada vez más, surgen nuevas disciplinas híbridas que contemplan aportes determinados en la solución de problemáticas específicas desde un enfoque multidisciplinario.



El Geomarketing, integrador de la geografía y el marketing en una incorporación de elementos, métodos y análisis, aplica información geográfica a la investigación de mercados, dando como resultado una valiosa y potente herramienta que pone al descubierto los pros y los contras de aquellas localizaciones sobre las que se tienen que dirigir las necesidades del cliente.

La funcionalidad de la información

En materia de investigación la obtención de la información radica ya en un proceso cotidiano, más bien el saber ¿cómo? utilizar dicha información debe ser la desembocadura del esfuerzo, es decir ahora el poder de decisión no se concentra en aquellos que poseen la información sino más bien en como se digiere para conseguir mejores resultados. Para tal cuestión el geomarketing propone alcances extensos y crea una red de datos que integra información funcional a detalle, por cliente y/o producto, misma que obtiene un carácter interno y esencial que al ser representada cartográficamente aumenta el poder de visión, resaltando la utilidad y certeza de lo datos.

Sustentar preguntas como ¿cuántas unidades en promedio son vendidas al mes en toda la delegación? ¿Cuál es el promedio del precio por m2 de la zona que quiero desarrollar? ¿Cuántos cajones de estacionamiento debo construir por cada departamento en mi desarrollo? ¿Qué distinguiría a mi desarrollo de los demás en cuanto a los acabados? por solo citar algunas de interrogaciones, éstas conforman situaciones de abordamiento propicio para métodos de localización como: estrategias multiunitarias, de expansión o simplemente analizar la ubicación exacta de la competencia por medio de aplicación de áreas de influencia con distancias radiales o lineales, son claros ejemplos de la utilización de una nueva gama de herramientas que inician su desarrollo fortaleciendo el carácter planificador de la ciudad que determina una mejor calidad de vida de sus habitantes.

Studies regarding urban matters have become popular in Mexico. Breaking up the main cities of the country physically and methodologically in order to dismember and find out about the components and factors that converge in the same metropolitan space, emphasize a new and extensive field for the application of new disciplines of study.

But, how can a geographical entity be approached integrally in order to find out about the elements that it is made up of and how they interact? What are the results of those interactions? How can these be used in decision making? In the metropolitan area of Mexico City we have become participants in a real estate detonator, which has come to transform the spaces of a city that has very consciously bet on vertical growth in order to resolve the demand of a high population pattern. Something that makes us think more deeply about the revaluing of urban space.

Tied to the current dynamic of change in a world where barriers are disappearing more and more every day, new hybrid disciplines arise that look at determined contributions to the solutions of specific problems from a multidisciplinary point of view. Geomarketing, an integrator of geography and marketing with an incorporation of elements, methods and analysis, applies geographical information in the investigation of markets, giving a valuable and potent tool as a result, which displays the pros and cons of those locations on which the necessities of the client have to be focused.

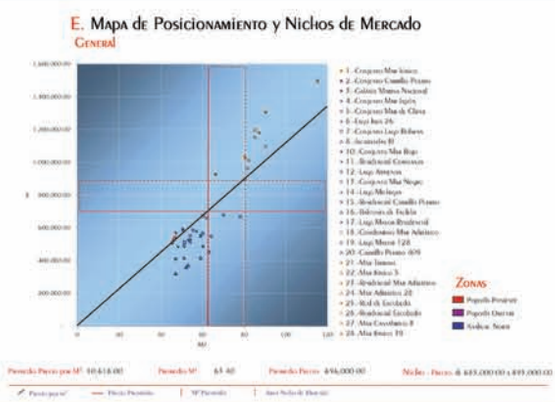
The functionality of the information

In matters of investigation, the obtaining of information already lies in a daily process, knowing how to use such information should actually be the outcome of the effort, which means that the power of decision is not centered on who possesses information but on how it is processed in order to obtain better results. For that issue Geomarketing proposes a far reach and creates a network of data that integrates detailed functional information, by client and/or product. It gets an internal and essential character that increases the power of vision when cartographically presented, emphasizing the usefulness and certainty of the data.

Maintaining questions such as: how many units are sold on average in the municipal district? What is the average price per square meter of the area that I want to develop? How many parking spaces should I build for each one of the apartments in my development? What would make my apartments different from the others in terms of finishing? These are just some of the questions. These make up favorable situations for localization methods such as: multi-unitary or expansion strategies, or simply analyzing the exact location of the competitors through the application of areas of influence with radial or lineal distances. They are clear examples of the use of a new range of tools that start their development by strengthening the planning of the city which determines a better quality of life for its inhabitants.

VESSTA
GEOMERCADOTECNIA

"INVESTIGACIÓN PARA MEJORES RESULTADOS"



INVESTIGACIONES Y ANÁLISIS EN MATERIA DE:
- COMPETENCIA INMOBILIARIA
- CONSUMIDOR DE BIENES RAÍCES
- SEGMENTACIÓN *NUEVO
- GEOESTADÍSTICA *NUEVO
- FODA INMOBILIARIO FUERZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS *NUEVO

AV. MORELOS 30-510
COL. CENTRO HISTÓRICO
C.P. 06010
MÉXICO, D.F.
TEL. 55.10.13.26
VESSTA_MKT@YAHOO.COM.MX