

# INMOBILIARE<sup>®</sup>

LATAM

## IQ REAL ESTATE

desarrollando nuevos proyectos: reales

*IQ REALESTATE Developing  
New Projects: Real*

## Perspectivas financieras en México

*Mexico's Financial Perspectives*

## Real Estate Business Summit: Construyendo y planeando hacia el futuro

*Building and planning the future*

## ESPECIAL DE PERSPECTIVAS 2015

*2015 Perspectives Special Issue*

ARQUITECTURA / VIVIENDA / FINANCIAMIENTO / CENTROS COMERCIALES / CORPORATIVO / INFRAESTRUCTURA

*Architecture / Housing / Financial / Shopping Centers / Corporate / Infrastructure*



AÑO 15 - NÚMERO 87  
\$90 PESOS

**GRUPO GP**®

It's all about

BUILDING THE PRESENT, PLANNING THE FUTURE

**GP** desarrollos\*

**GP** construcción\*

**GP** servicios\*  
Property Management

MEX: 01-800-3666-G<sub>2</sub>G<sub>2</sub>P<sub>7</sub> · USA: 1-844-4666-G<sub>2</sub>G<sub>2</sub>P<sub>7</sub>  
[grupogp.com.mx](http://grupogp.com.mx)

Customized

# Solutions



GP Desarrollos is Grupo GP's real estate branch. In recent years the regional socio-economic growth has generated the need for spaces that comply with upscale features, and consequently, GP Desarrollos conceives real estate projects on the following markets: Industrial, Retail, Commercial, Mix Use and Residential.

# Real leasing opportunities with Macquarie Mexican REIT

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

- portfolio consisting of 259 industrial and 8 retail/office properties located throughout Mexico<sup>1</sup>
- highly experienced professionals with deep market and technical expertise
- a stable leasing partner, with a long-term outlook.

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

#### Contact

**Industrial Leasing Inquiries**  
+52 81 8363 8399  
industrial.leasing@mmreit.mx

**Retail Leasing Inquiries**  
+52 55 9178 7700  
retail.leasing@mmreit.mx

<sup>1</sup>. As of March 27, 2014.

Before acting on any information, you should consider the appropriateness of it having regard to your particular objectives, financial situation and needs and you should seek independent advice. No information set out above constitutes advice, an advertisement, an invitation, an offer or a solicitation, to buy or sell any financial product or security or to engage in any investment activity, or an offer of any banking or financial service. Some products and/or services mentioned above may not be suitable for you and may not be available in all jurisdictions.

None of the entities noted in this advertisement is an authorized deposit-taking institution for the purposes of Banking Act 1959 (Commonwealth of Australia). The obligations of these entities do not represent deposits or other liabilities of Macquarie Bank Limited ABN 46 008 583 542 ("MBL"). MBL does not guarantee or otherwise provide assurance in respect of the obligations of these entities.

# EVERY CHALLENGE IS AN OPPORTUNITY:

## Taking Advantage of Real Estate Opportunities in Latin America.



At Prudential Real Estate Investors we have been investing on behalf of institutional clients since 1970 and in Latin America since 2002. We currently manage funds specializing in industrial, residential, and retail properties in Mexico, and we have transactions capabilities in Mexico, Brazil, Argentina, and Chile.

Today PREI® Latin America has over 45 investment professionals operating in three offices in Mexico City, Miami and Sao Paulo. Its gross assets under management in Latin America is of over \$3.7 billion and net asset value over \$2.5 billion as of March 31, 2013.

PREI believes that real estate is essentially a local business and local expertise, knowledge, contacts and experience can

only be gained by partnering with local joint venture partners and leveraging from them in Latin America. These relationships are crucial in that they help to identify proprietary investment opportunities in which PREI is viewed as a value-added investor that brings financial and real estate expertise as well as access to PREI's global resources. PREI's joint venture network, commitment to the region, and solid reputation has translated into a sustained investment flow into Mexican real estate. PREI Latin America maintains relationships with the leading developers, financial institutions, governments, business leaders, and brokers in all of the major Latin American countries.

**Together, WE CAN MEET THE CHALLENGES.**

[www.prei.prudential.com](http://www.prei.prudential.com)  
[contactlatinamerica@prudential.com](mailto:contactlatinamerica@prudential.com)



# Prudential

Bring Your Challenges<sup>SM</sup>

Mexico City:  
Andres Bello 10, 11th floor Col. Polanco  
11560 Mexico D.F.  
(52) 55 5093 2770

São Paulo:  
Av. São Gabriel 477, 7º andar. Itaim Bibi  
São Paulo, Brazil Cep: 01435001  
(55) 11 3598 0250

APARTMENTS | CONDOS | HOUSING | IMPROVED LAND | INDUSTRIAL | RETAIL



**American Industries**  
Contact: Mario Marquez  
mmarquez@aiig.com  
Tel: +52 (614) 439 36 36



**BTS Development**  
Contact: David Ruiz  
druiz@btsd.com.mx  
Tel: +52 (55) 5280-5050



**Amistad**  
Contact: Claudio F. Ramon  
cframon@amistadm.com  
Tel: +52 (844) 416 4040



**Grupo O'Donnell**  
Contact: David O'Donnell  
david@odonnell.com.mx  
Tel: +52 (55) 5281 3600



**Real Estate Management  
and Services Group**  
Contact: Pablo Culebro  
pculebro@rmsg.com.mx  
Tel: +52 (614) 432 0950



**Prudential**  
Bring Your Challenges<sup>SM</sup>



# IMPULSANDO —EL FUTURO INDUSTRIAL Y LOGÍSTICO —DE MÉXICO

T. +52 (55) 50 81 14 73  
info@artha.com.mx  
www.artha.com.mx







## **Platah**

Parque Industrial con rápido acceso a las principales cadenas del país, optimizando costos de logística y producción.

---



## **Centro Logístico Jalisco**

Un proyecto de infraestructura industrial que logrará consolidar el papel de Jalisco en la Industria Nacional.

---



## **Arco 57**

Centro de distribución y exportación, ubicado en el nodo logístico del país.

---



## **Logistik San Luis Potosí**

Un cluster automotriz en el norte de México, consolidado en un parque dotado de extraordinarias amenidades.

---



## **Parque Industrial León-Bajío**

Una nueva visión de manufactura sustentable y privilegiadas áreas verdes, en un parque vinculado a León por transporte público de primer nivel.

# Carta Editorial

## Editor's Letter

### Estimados amigos:

Terminamos el año de una manera muy dinámica en el desarrollo de negocios, con una buena perspectiva de desarrollo para el 2015.

El desarrollo de negocios comerciales, industriales, residenciales y hoteleros, así como el negocio de venta al detalle (*Retail*) esperan un repunte importante dada la aprobación de las reformas de nuestro país.

El clima de negocios es estable y tan optimista, que no se basa en las mismas reformas que mencioné, sino en el mecanismo de inversión y desarrollo que ha madurado en comparación con años anteriores. Nuestro país se encuentra ante el reto de mantener la estabilidad económica alcanzada, amenazada ésta, por los últimos acontecimientos de violencia que han acarreado un problema social importante ante el presente gobierno.

El mercado inmobiliario no se muestra indiferente ante estos hechos, y muestra un repudio generalizado junto a la sociedad mexicana, pero debemos de seguir trabajando como siempre para el desarrollo y éxito de este país. Por tal motivo, en *Inmobiliare Magazine* seguimos impulsando nuestros eventos en México y el extranjero, con el propósito de traer más negocios de inversión y desarrollo a la comunidad inmobiliaria.

Nos viene un 2015 de crecimiento y de reflexión, para poder asimilar lo acontecido en 2014. El hecho de que el mercado adaptara los nuevos mecanismos de inversión y se generaran más relaciones de comunicación entre las partes, son sin duda fenómenos de análisis que deben servir para un crecimiento sustentable en el sector el año entrante. Por lo que no deseando menos que prosperidad y éxitos para el año venidero, a nombre de todo nuestro equipo les hago llegar una calurosa felicitación y nuestros mejores deseos para 2015.

### Dear friends:

We finish the current year in a dynamic way concerning business development and a good perspective of development for 2015.

Development of commercial, industrial, residential and hotel businesses, as well as the Retail business are waiting for an important rise due to the reforms approved in our country.

The business atmosphere is stable and so optimistic, that is not based on the reforms I mentioned before, but on the investment and development mechanism that has evolved compared with the last years. Our country has the big challenge of keeping the economic stability reached, menaced by the last violence events that have carried an important social problem for the current government.

The real estate market is not indifferent to these events, and shows a general repudiation jointly to the Mexican society, but we must continue working, as we have always done, for the development and success of this country. That is why, at *Inmobiliare Magazine* we continue driving our events in Mexico and abroad, focused on bringing more investment and development businesses to the real estate community.

A 2015 of growth and reflection is coming, so that we can take in what has happened in 2014. The market adapted new investment mechanisms and more relationships of communication were generated among the parts, some analysis phenomenon that must help to get a sustainable growth in the sector for the coming year. So, I wish you more than prosperity and success in the year to come and, from all our team, happiness and the best for 2015.

**Guillermo Almazo Garza**  
Publisher & CEO

[www.inmobiliare.com](http://www.inmobiliare.com)



[www.b2bmedia.mx](http://www.b2bmedia.mx)

COMPARTÉ  
ESTA  
REVISTA



**INMOBILIARE**  
LATAM

**inbound**  
**logistics**  
LATAM

**Real Estate**  
**BUSINESS**  
**SUMMIT**

**Saborearte**  
LA PASIÓN DE POCOS CONECTADOS

**E** **SECURITY**

**B2B REAL ESTATE**  
**PLANNER**

**ilimite**

**immobilis**  
REPRESENTACIÓN DE BIENES

Distribuido en locales cerrados por: Pernas y Cía. Poniente 134 N° 650 Col. Industrial Vallejo Del. Azcapotzalco México, D.F. Imprenta: Prerensa Digital. Caravaggio n° 30, Col. Mixcoac, México D.F. Editada por Editorial Mexicana de Impresos; Oaxaca 86-402, Colonia Roma, C.P. 06700; México D.F. Número 86 año 14. Publicación bimestral Octubre - Noviembre 2014. Registro de marca número 289202/2014 ante el IMPI. Número de reserva al título en derechos de autor: 04-2011-030811041900-102. Certificado de licitud de título y de contenido 15147. **TIRAJE CERTIFICADO DE 24,650 EJEMPLARES EN PROMEDIO.** "Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector folio 00265-RHY emitido por y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB." Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito de los editores. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

Certificado por:



**INMOBILIARE**  
LATAM

**Publisher** Guillermo Almazo Garza  
[guillermo@inmobiliare.com](mailto:guillermo@inmobiliare.com)  
**Editor in Chief** Erico García García  
[erico@inmobiliare.com](mailto:erico@inmobiliare.com)  
**Sales & Marketing Director** Emiliano García  
García  
[emiliano@inmobiliare.com](mailto:emiliano@inmobiliare.com)

### CONSEJO EDITORIAL

Germán Ahumada Alduncin • Héctor Ibarzabal  
Augusto Arellano • Sergio Argüelles  
Juan Pablo Arroyuelo • Jorge Ávalos  
Pedro Azcué • Yamal Chamoun  
Alberto De la Garza Evia • Adrián García Iza  
Miguel Torres • José Ma. Garza Treviño  
Eduardo Güémez • Luis Gutiérrez  
Victor Lachica • Javier Llacá  
Gonzalo Montaña • Javier Barrios  
Rafael Posada Cueto • Jaime Lara  
Blanca Rodríguez • Alejandro Sepúlveda  
Silvano Solís • Eugene Towle  
Humberto Treviño • Roberto Ordorica

**Jefe de Redacción** Adriana Leal  
[adriana.leal@inmobiliare.com](mailto:adriana.leal@inmobiliare.com)  
**Coordinadora Editorial** Catalina Martínez  
[catalina.martinez@inmobiliare.com](mailto:catalina.martinez@inmobiliare.com)

**Dirección Diseño Editorial** Vincent Velasco  
[vincent.velasco@inmobiliare.com](mailto:vincent.velasco@inmobiliare.com)  
**Diseño Digital** Miriam Polo  
[miriam.polo@inmobiliare.com](mailto:miriam.polo@inmobiliare.com)

**Traducción**  
Ma. De los Ángeles Hernández  
Carlota Orellana

**Fotografía**  
Federico de Jesús Sánchez  
Laura Menchaca

**B2B MEDIA MX**  
**Group Publisher** Erico García García  
[erico@b2bmedia.mx](mailto:erico@b2bmedia.mx)  
**Publisher Inbound Logistics**  
Guillermo Almazo Garza  
[guillermo@b2bmedia.mx](mailto:guillermo@b2bmedia.mx)  
**Digital Group Publisher**  
Emiliano García García  
[emiliano@b2bmedia.mx](mailto:emiliano@b2bmedia.mx)  
**Publisher Saborearte** Karla Senties Silva  
[karla@b2bmedia.mx](mailto:karla@b2bmedia.mx)

**Coordinadora de Circulación y Administración**  
Yesenia Fernández  
[yesenia.fernandez@inmobiliare.com](mailto:yesenia.fernandez@inmobiliare.com)  
**Asistente General** Lilia Benitez  
[lilia.benitez@inmobiliare.com](mailto:lilia.benitez@inmobiliare.com)

**Logística**  
David Hernández  
Leonel Velázquez  
José Luis Medina

**PUBLICIDAD**  
[contacto@inmobiliare.com](mailto:contacto@inmobiliare.com)  
**Coordinador de Ventas y Marketing**  
Audrey Bonilla  
[audrey.bonilla@inmobiliare.com](mailto:audrey.bonilla@inmobiliare.com)

**Ejecutivo de Ventas México**  
Carlos Caicedo  
[carlos.caicedo@inmobiliare.com](mailto:carlos.caicedo@inmobiliare.com)  
**Ejecutivo de Ventas Nacionales**  
María José Guara  
[mariajose.guara@inmobiliare.com](mailto:mariajose.guara@inmobiliare.com)  
**Ejecutivo de Ventas Monterrey**  
Cordelia Fariás  
[cordelia.farias@inmobiliare.com](mailto:cordelia.farias@inmobiliare.com)

**CONTACTO**  
México +52(55) 5514 7914 +52(55) 5514 2077  
Monterrey +52(81) 8000 7150

[www.b2bmedia.mx](http://www.b2bmedia.mx)

# Need **SPACE?**

We have distribution space **of all sizes** throughout our portfolio. If you have a requirement, *we should talk.*



Prologis Park Tres Rios: Mexico City, Mexico

## YOUR LOCAL PARTNER TO GLOBAL TRADE.

Prologis is the leading owner, operator and developer of industrial logistics real estate with approximately 585 million square feet (54.3 million square meters) owned and under management in 21 countries on four continents.

Prologis – Mexico  
Av. Prolongación  
Paseo de la Reforma 1236 Piso 9  
Desarrollo Santa Fe  
Mexico City, Mexico 05348  
Main: +52 55 1105 2900  
mexavailability@prologis.com

Prologis – Brazil  
Av. Pres. Juscelino Kubitschek  
1455 – 12º andar  
Itaim Bibi, São Paulo, Brasil 04543-011  
Main: +55 11 3018 6900  
www.prologis.com



## NOTICIAS / NEWS

10 Noticias

## ARQUITECTURA / ARCHITECTURE

16 Diseño Sustentable / Sustainable Design  
El valor del diseño arquitectónico en el desarrollo inmobiliario

*The Value of Architectural Design in Real Estate*

22 Estrategia Comercial  
5 amenidades disruptivas en proyectos de vivienda

26 Urbanismo / Urbanism  
Captura de valor, un círculo virtuoso para la ciudad

*Value Capture, a virtuous circle for the city*

## VIVIENDA / HOUSING

30 Tendencias de Vivienda  
Perspectivas económicas e inmobiliarias para 2015 en México y Colombia

34 Perspectivas Vivienda / Housing Perspectives  
Fortalecimiento del sector vivienda

*The Housing Sector Strengthen*

38 Reporte Softec / Softec Report  
Perspectiva de vivienda 2015

*Housing Perspective 2015*

44 Financiamiento  
El mercado de vivienda en México

48 Perspectivas Hoteleras / Hotel Perspectives  
Crecimiento hotelero en México

*Hotel Expansion in Mexico*

54 Promo Inmobiliare  
Gomez Vazquez International, una visión innovadora de la arquitectura en Latinoamérica

*New Projects Change Urban Landscape*

58 Promo Inmobiliare  
Innovación en sistemas constructivos

62 Promo Inmobiliare  
Evoluciona el marketing inmobiliario

*Real Estate Marketing Evolves*

64 Cumbre Inmobiliaria  
Reurbanización de Monterrey, un modelo a seguir

## FINANCIERA / FINANCE

70 Perspectivas Financieras / Financial Perspectives  
Surgirán las grandes empresas en México

*Great Firms will Emerge in Mexico*

72 Promo Inmobiliare  
FIBRA Macquarie México: diversificado y posicionado para el crecimiento

*FIBRA Macquarie Mexico: Diversified and Positioned for Growth*

76 Perspectivas 2015 / 2015 Perspectives  
Los nuevos aires de PREI México  
New Winds for PREI Mexico

80 Financiamiento / Financing  
Otorgará GE Capital más financiamiento en 2015

*GE Capital will Grant More Financing in 2015*

84 **EN PORTADA / ON COVER**  
IQ REALESTATE desarrollando nuevos proyectos: reales

*IQ REALESTATE Developing New Projects: Real*

## CENTROS COMERCIALES / SHOPPING CENTER

102 Centros Comerciales  
Breve panorama de la oferta de centros comerciales en Latinoamérica

108 Retail  
Perspectivas 2015 para centros comerciales en Latinoamérica

## CORPORATIVO / CORPORATE

122 Oficinas / Offices  
El mercado de oficinas en México rumbo al 2015

*The Office Market in Mexico Heading to 2015*

126 Mercado de oficinas / Office Market  
Se desarrollan nuevas zonas para el mercado de oficinas

*New Areas for the Office Market are Developed*

130 Promo Inmobiliare  
¿Qué es Cactus Verde?

## INFRAESTRUCTURA / INFRASTRUCTURE

132 Infraestructura / Infrastructure  
Expectativas para el desarrollo de infraestructura en México para el 2015

*Expectations for Infrastructure Development in Mexico for 2015*

136 Del Experto  
Energía en el "Real Estate Business Summit de Monterrey"

140 Construcción Sustentable / Sustainable Construction  
10 Tendencias de sustentabilidad para bienes raíces en 2015

*A 2015 Sustainability Outlook for Global Real Estate*

146 Sustentabilidad  
Primer campus sustentable en México

150 ProMéxico  
México: Encendiendo al mundo

## VIDA Y ESTILO / LIFE & STYLE

156 Life & Style Inmobiliare



Visítanos en [inmobiliare.com](http://inmobiliare.com)

ALIANZAS:



# LA PRIMERA COMUNIDAD PLANEADA DEL SURESTE



10 ha de lagos

Más de 5 km de vías verdes

11 ha de áreas verdes

**125** hectáreas urbanizadas y planeadas que respetan el entorno natural.

Primera etapa: Verano 2015

Residencial / Shopping / Restaurantes

Servicios / Entretenimiento / Corporativo

Mérida, Yucatán.

Lada sin costo: 01.800.400.04.04 / cabonorte.mx





## REPUNTE DEL PIB DE LA CONSTRUCCIÓN EN 2015 DE MÉXICO

Datos dados a conocer por parte de BBVA Bancomer en el estudio "Situación Inmobiliaria, Segundo semestre 2014" destaca que un porcentaje positivo en el sector de la construcción sería posible este 2015 si se conjuntan el buen escenario que se vislumbra en el sector vivienda y la obra pública, de la segunda variable se espera que con la puesta en marcha del Plan Nacional de Infraestructura haya un crecimiento moderado de 2% en el PIB de la construcción.

Será al cierre de este 2014 cuando se vea una recuperación importante en el sector de la construcción, la edificación avanza más rápido gracias al aumento en el desarrollo de otros sectores inmobiliarios como los centros comerciales, parques industriales, edificios de oficinas y escuelas; sin embargo, aunque la vivienda residencial crece lento es superior a la de interés social.

## INVERSIONES MILLONARIAS ENTORNO A RÍOS EN COLOMBIA

Al menos seis ciudades en Colombia realizarán importantes proyectos para detonar inversiones inmobiliarias para explotar al máximo la potencialidad logística que le da al país contar con cuatro ríos.

Tan solo en Barranquilla con la inauguración de la avenida del Río con una extensión de 1.8 kilómetros y el Malecón del Bicentenario de 500 metros cuya inversión fue de 4,721 millones de pesos, se podrá rescatar el desarrollo urbanístico de La Loma donde se contempla la construcción de un parque lineal, zonas deportivas, ampliación del malecón actual, condominios, centros comerciales y colegios; se invertirán 500,000 millones de pesos y las obras concluirán en 10 años.



## LISTO EL CENTRO COMERCIAL DE TOREO PARQUE CENTRAL

Con una inversión superior a los 600 millones de dólares quedó inaugurada la parte comercial de este proyecto de usos mixtos en el Estado de México por parte de Grupo Danhos. Toreo Parque Central está integrado por un Centro Comercial, tres torres de oficinas con 120 mil metros cuadrados rentables, un hotel de cinco estrellas con 245 habitaciones operado por Grupo Posadas bajo la marca Fiesta Americana, además de un estacionamiento subterráneo de seis niveles con capacidad para aproximadamente 6 mil 700 autos.

El arquitecto Javier Sordo Madaleno fue el encargado de este proyecto de 447 mil metros cuadrados de construcción, el Centro Comercial de cinco niveles con 80 mil metros cuadrados rentables cuenta con 210 locales, con 22 salas de Cinépolis, un Chedraui Selecto de 10 mil metros cuadrados, bancos y tiendas con marcas nacionales e internacionales, el cual se inauguró en el mes de noviembre.

## ADQUIERE SURA RENTA INMOBILIARIA EDIFICIO EN CHILE

Por 45 millones de dólares el fondo de inversión Sura Renta Inmobiliaria adquirió el 50% del Edificio Palladio en Santiago de Chile, la propiedad cuenta con aproximadamente 13,500 metros cuadrados útiles; por las características del edificio es considerado clasificación A (edificio de oficinas).

Con esta compra el fondo concreta cerca del 70% del total de inversiones que tenía como objetivo, su primer adquisición fue a finales de enero al adquirir cuatro pisos arrendados del edificio Millenium en Las Condes.



## CAMBIARÁ EL CENTRO HISTÓRICO DE PUEBLA

Se concretó la venta de 60 casonas en el Centro Histórico con el propósito de convertirlos en hoteles, restaurantes, comercios y galerías de arte, que representa una inversión de 300 millones de pesos. Cada uno de estos inmuebles tuvo un precio aproximado de cinco millones de pesos, aparte se deberá invertir capital para remodelar y equipar las casonas para los fines mencionados.

Empresas de España y Estados Unidos fueron algunas de las que se interesaron por la compra de los inmuebles y solo el 40% fue una inmobiliaria local. La comercialización de los predios forma parte de la redensificación del centro donde se tienen ubicados cerca de dos mil inmuebles en desuso.



## MRP SEGUIRÁ INVIRTIENDO EN MÉXICO

En 10 años Grupo MRP ha generado más de 52 mil millones de pesos de activos, la empresa sigue administrando más de 30 mil millones de activos inmobiliarios y de infraestructura; para el futuro en México cuenta con un sólido proyecto de inversión con 5 mil millones de pesos que suma a la fecha 17 proyectos activos donde se destacan desarrollos de usos mixtos, principalmente dentro del Distrito Federal.

Asimismo, el Grupo continúa su inmersión en el sector de infraestructura con la plataforma I Cuadrada que realizó la colocación de su segundo CKD en agosto pasado por 10 mil millones de pesos alcanzando 13 mil millones de pesos de capital para inversión.

## DEBUTÓ FHIPO EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES

Con un porcentaje de 61.5% colocado con inversionistas institucionales en el extranjero y 38.5% en mercado local, el Fideicomiso Mexicano colocó 345 millones de certificados bursátiles equivalente a 8,625 millones de pesos en una oferta global.

El primer portafolio Hipotecario que adquirirán con los recursos de la Oferta Global estará integrado por derechos de coparticipación en aproximadamente 5,544 créditos hipotecarios originados por Infonavit (el Instituto realizará la cobranza).





## ABREN MODERNO CENTRO COMERCIAL EN CARTAGENA

Con un área comercial de 12,000 metros cuadrados habrá un moderno multiplex de Cine Colombia con cinco salas de cine, Club médico deportivo Bodytech, así como un área de diversión para niños y jóvenes, más de 100 locales con diversas marcas tanto nacionales como internacionales y una zona gourmet.

Plaza Bocagrande es el nuevo centro comercial que forma parte de la tendencia inmobiliaria City Center, donde se mezcla tanto comercio, diversión, gastronomía, entretenimiento y vivienda. Se considera que con la entrada en operación se llegará a 230 empleos directos y una inversión superior a tres mil millones de pesos.

## LLEGAN 4,347 MDD A COLOMBIA POR PARTE DE FONDOS PRIVADOS

El 30% corresponde a fondos inmobiliarios y 20% a proyectos de infraestructura. Patria Inversiones de Brasil podría invertir 500 millones de dólares en iniciativas tanto de infraestructura, educación y empresas; entre otros fondos que llegarán a Colombia está BlackStone (uno de los mayores que se operará junto con Ospinas & Cía para desarrollar centros comerciales). Además, están en proceso de reunir 2,400 millones de dólares adicionales para proyectos en Colombia.



## REALIZA INVERSIÓN GRUPO POSADAS EN COZUMEL

Con un monto de 17 millones de dólares, inauguran dos nuevos inmuebles, Fiesta Americana All Inclusive Cozumel y The Explorean Cozumel lo que permitió al Grupo alcanzar la cifra de 16 hoteles en lo que va en 2014.

Se destaca que estos no serán los últimos hoteles de Grupo Posadas ya que se esperan cuatro inmuebles más para el último trimestre de este año. Fiesta Americana Cozumel All Inclusive cuenta con 102 habitaciones con vista al mar y siete restaurantes con diferentes especialidades, mientras que The Explorean Cozumel tiene 56 habitaciones y crea una gran experiencia de viaje en un entorno selvático.

## APUESTA FIBRA UNO POR PLANTELES EDUCATIVOS

Con un monto de 3,040 mdp el Fideicomiso adquirió un portafolio de 13 campus propiedad de Universidad ICEL, éstos se localizan en la ciudad de México, Cuernavaca y Guadalajara cuya área rentable total de 148,000 metros cuadrados y como parte de la operación la institución educativa firmó un contrato de arrendamiento por un plazo forzoso de 10 años.

De acuerdo con los cálculos realizados se tiene previsto un ingreso operativo neto del portafolio para los próximos 12 meses de 247 millones de pesos. Al informe de 3T2014 FUNO cuenta con una cartera de 450 propiedades distribuidas en 31 estados de la República Mexicana, lo que da un total de 5.8 millones de metros cuadrados.







LASALLE  
INVESTMENT MANAGEMENT®

Real estate experience. Investment expertise.



## A unique focus.

We are experts in real estate investment management.

Focused solely on property, our expertise lies in real estate fundamentals. This means that whatever the market conditions, we can deliver on our commitment to achieving the best possible performance for our clients.

## ABRIRÁ CINEMEX COMPLEJOS EN PUEBLA

Siete nuevas salas en el complejo "Hermanos Serdán" llegan a Puebla de las cuales tres de ellas son en formato 3D con una capacidad de 1020 butacas. Además, en el complejo Sonata habrá siete salas platino (tres en formato 3D) para sumar un total de 348 butacas con beneficios exclusivos. Será para antes del 2016 cuando Cinemex proyecta abrir 18 cines más, hasta el momento cuenta con 273 cines y 2,375 salas en la República Mexicana.



## INVERSIONISTA ITALIANO ABRE HOTEL EN URUGUAY

Con una inversión superior a los 2.5 millones de dólares el inmueble cuenta con seis niveles, tres de construcción original y otros nuevos, por lo que será un total de 16 habitaciones temáticas con los nombres de las personalidades más importantes de Uruguay en arte, cultura y deporte. Gianfranco Bonan además planea coordinar circuitos turísticos y actividades culturales para potenciar Ciudad Vieja; la obra incluyó recuperación y ampliación del edificio construido en 1880.



## ACUERDAN CONSTRUCCIÓN DE FERROCARRIL BIOCEÁNICO

Con el objetivo de crear un grupo de trabajo trilateral para avanzar en el proyecto de conexión ferroviaria bioceánica entre Perú y Brasil con la participación de China, se firmó un memorándum de entendimiento entre los presidentes de Perú y China.

Los mandatarios cerraron el acuerdo de cooperación donde China donará a Perú 11.5 millones de dólares así como el apoyo técnico. El proyecto planea la construcción de un corredor que atravesará Sudamérica entre Perú y Brasil así como la conexión entre el océano Pacífico y Atlántico.

## ALZA EN PRECIOS DE PROPIEDADES EN MIAMI

El precio de las casas es de 250 mil dólares durante el 3T2014 lo cual representó un incremento de 8.7% con respecto a 2013, la cantidad de ventas concretadas fue de 64,633 casas unifamiliares y 25,506 condominios.

De acuerdo con Miami Association of Realtors casi el 90% de los compradores extranjeros pagan en efectivo y la agencia EFE dio a conocer que el 80% del capital inversor procede de Latinoamérica donde destacan los compradores venezolanos, brasileños, argentinos y colombianos.





Experience  
Innovation  
Development

# Leaders in Industrial Real Estate

LEASE



MEXICO  
USA  
ARGENTINA

25 LOCATIONS IN  
MEXICO

CONSTRUCTION



ASSET  
MANAGEMENT



LAND  
DEVELOPMENT

*We design and operate world class comprehensive real estate developments that provide custom-designed spaces to ensure the success of your operation.*

México **01-800-00-34672**  
USA **1-877-314-6950**

[info@finsa.net](mailto:info@finsa.net)  
[www.finsa.net](http://www.finsa.net)

@FinsaIntl  
 /FinsaIntl

Innovation.

# EL VALOR DEL DISEÑO ARQUITECTÓNICO EN EL DESARROLLO INMOBILIARIO

*The value of architectural design in Real Estate*

**BAJAS TASAS DE INTERÉS, ALTO COSTO DEL DINERO, PRESIÓN INFLACIONARIA Y CAMBIARIA, SON LOS FANTASMAS QUE RONDAN EN LA CABEZA DEL INVERSIONISTA, PERO UN BUEN DISEÑO HACE LA DIFERENCIA, GENERANDO UN PRODUCTO MÁS APETECIBLE Y MEJORANDO LA RELACIÓN ENTRE LA INVERSIÓN Y EL RETORNO.**

## LA SELECCIÓN APROPIADA DEL ARQUITECTO SE VUELVE CRUCIAL PARA EL DESARROLLO INMOBILIARIO. UN BUEN PROYECTO NO ES UN COSTO, ES UNA INVERSIÓN QUE PUEDE Y DEBE LLEVAR BENEFICIOS ECONÓMICOS TANGIBLES AL DESARROLLADOR.

Son muchos los factores que intervienen en el desarrollo inmobiliario, el más grande es el relacionado con el negocio; cuánto hay que invertir, cuánto se puede obtener, cuál es el mercado, cuál el valor del terreno, retorno de inversión etc. Una vez configurado el esquema de negocio y establecida la necesidad de llevar a cabo el proyecto, se desencadena una serie de actividades entre las que está seleccionar al arquitecto. De la importancia de esta selección y sus consecuencias hablaré en esta ocasión.

Es frecuente ver grandes nombres asociados a los desarrollos inmobiliarios: Philip Stark, Porsche, Pininfarina, etc., que se han convertido en marcas o 'branding' para los proyectos. En nuestro país, el nombre de un diseñador o arquitecto internacional comienza a verse desde hace algunos años, aunque estas firmas tengan una participación limitada hasta cierta parte del proyecto, dejando el término del mismo en manos de algún arquitecto local que puede o no colocar su nombre en el desarrollo. Se usan los nombres como estrategia de mercadotecnia,

llevando al producto inmobiliario a niveles de producto de consumo, por lo que los nombres asociados se convierten también en producto de consumo.

El comprador final se ve seducido por la mercadotecnia y el nombre que le da marca al proyecto, lo que genera grandes expectativas respecto a su adquisición; éstas deberán ser satisfechas y sobrepasadas para evitar el desencanto y la mala promoción del comprador -la más dañina para la reputación del desarrollador.

La reducción en el costo de inversión es posiblemente el atributo de mayor relevancia para los desarrolladores, ya que los márgenes de utilidad son cada vez más estrechos, y el costo financiero del tiempo es más amplio; bajas tasas de interés, alto costo del dinero, presión inflacionaria y cambiaria, son los fantasmas que rondan en la cabeza del inversionista. Es aquí donde un buen diseño hace la diferencia, puede presentar un producto más apetecible y mejorar la relación entre la inversión y el retorno; pero, ¿qué se entiende por buen diseño arquitectónico?



Luis Fernández de Ortega  
Director de Diseño en VFO arquitectos

La respuesta es compleja, porque involucra aspectos de carácter estético de juicio subjetivo, por lo que dejaré esos juicios de lado y señalaré otras cualidades más objetivas. Un buen diseño o proyecto arquitectónico debe reunir información relativa a:

- Sitio del desarrollo: orientación, vegetación, vientos, clima, lluvias, topografía, vías de comunicación, transporte público, edificios circundantes, etc.
- Reglamentación: CUS, COS, CAS (CAV en algunos municipios), altura máxima, afectaciones, restricciones, derechos de paso o vía.
- Información de las necesidades del proyecto: usos, tamaño y proporción de cada uno de estos usos, amenidades y otras facilidades que el proyecto pueda ofrecer.



El estudio del sitio y el asoleamiento determina el tipo de fachada para cada orientación, en este caso, la fachada poniente se encuentra mayoritariamente cerrada, a la fachada sur se le agregaron dispositivos de asoleamiento, mientras que la norte no requiere de tratamiento alguno.



Para el caso de las oficinas, los inquilinos desean mayor área útil contra la rentable y el edificio es mejor si los factores de pérdida son menores y el espacio se aprovecha al máximo. El diseño del núcleo es crucial.

- Mercado: a quién estará dirigido el producto y el costo del producto final.
- Inversión: cuánto se planea invertir en el desarrollo.
- Tiempo: en qué plazo se planea la venta o renta del proyecto para definir fases de desarrollo.

Una vez que todo lo anterior se tiene configurado, el proyecto debe responder a cada uno de los planteamientos y necesidades anteriores que en conjunto se denominan programa arquitectónico. Un buen diseño parte de un buen programa para que los beneficios en el negocio del desarrollo inmobiliario sean evidentes: los factores de eficiencia en principio, alineados con el monto de inversión son cruciales para hacer el negocio más rentable.

Más aún, un buen diseño debe integrar otros aspectos técnicos del proyecto: la estructura, por ejemplo, puede llegar a tener una incidencia en el costo directo de construcción de hasta un 30%, los sistemas un 35%, mientras que los acabados un 12%, el resto estará en rubros como, trabajos preliminares, exteriores, albañilería, etc. De aquí que una mala selección del sistema estructural, la falta de cuidado en las instalaciones; trayectorias y sistemas pueden arruinar un buen negocio inmobiliario.

No es en los acabados donde están los

ahorros potenciales, pero es lo que el comprador percibe y compara con otros desarrollos. Son los sistemas que soportan al edificio donde la adecuada planeación y diseño hacen la mayor diferencia; un buen diseñador tomará en cuenta estos aspectos y hará más eficiente el proyecto, sin despilfarrar en caprichos arquitectónicos que conllevan costos elevados en estructuras y sistemas. La ingeniería tiene un gran valor y costo de inversión, pero es el arquitecto quien plantea el diseño inicial que puede conllevar costos elevados de las mismas o hacer que sean eficientes.

La comparación es entonces imperativa entre dos propuestas de diseño, cuál tiene mayor eficiencia: construcción vs área rentable o vendible, estructura más clara y simple, integración de sistemas más flexible y adaptable, cuál puede ofrecer menores consumos energéticos por tener mejor orientación... y cada uno de éstos con un fin de pequeños rubros que hacen a los edificios más eficientes.

La selección apropiada del arquitecto se vuelve crucial para el desarrollo inmobiliario. Un buen proyecto no es un costo, es una inversión que puede y debe llevar beneficios económicos tangibles al desarrollador, quien a su vez debe tener claros los aspectos antes mencionados y saber, con la mayor precisión

posible, qué espera del diseño.

Una vez que hemos visto los aspectos objetivos del desempeño y eficiencia del proyecto, entran en juego los aspectos estéticos subjetivos, que obviamente tienen un gran valor y deben pesar en el juicio del proyecto, pero si no cumple con estos aspectos objetivos, el diseño es hueco, falta de sensibilidad y poco empático, ingredientes esenciales del éxito comercial e inmobiliario. Piense en aquellos desarrollos que no son exitosos y averigüe las causas, es posible que encuentre la falta de algunos de estos ingredientes.

Tenga en cuenta que el cliente hará comparaciones de su desarrollo con otros en el mercado y su selección será la que mejor se ajuste a sus parámetros de costo y calidad. Ciertamente la buena publicidad y el 'marketing' destacan los mejores atributos de un producto, explotan la parte emocional y promueven la experiencia de compra, pero también es cierto que deben promover un buen producto que sostenga la venta.

**T**here are many factors in Real Estate development, the more important is the one related to business, how much to invest, how much may obtain, what is the market, what the land value, ROI, etc. Once the business scheme is set and the necessity to move

on with the business, there are a series of activities among them is select the architect, is about the importance on this selection and its consequences the topic of this occasion.

It is frequent to see big names associated to real estate development; Philip Stark, Porsche, Pininfarina, etc., that has become branding for projects. In our Country the name of a designer or international architect began some years ago, although these firms have limited participation or to certain part of the design process, finished for some local architect who may or may not put his name in the development. The names are used as marketing strategy, bringing the real estate product to levels of consumer products, names associated become also in consumer product.

The final customer is seduced by marketing and name who brands the project, which generates a lot of expectations to its acquisition and must be satisfied and overpassed to avoid disenchantment and bad promotion from customer; the most harmful to the developer reputation.

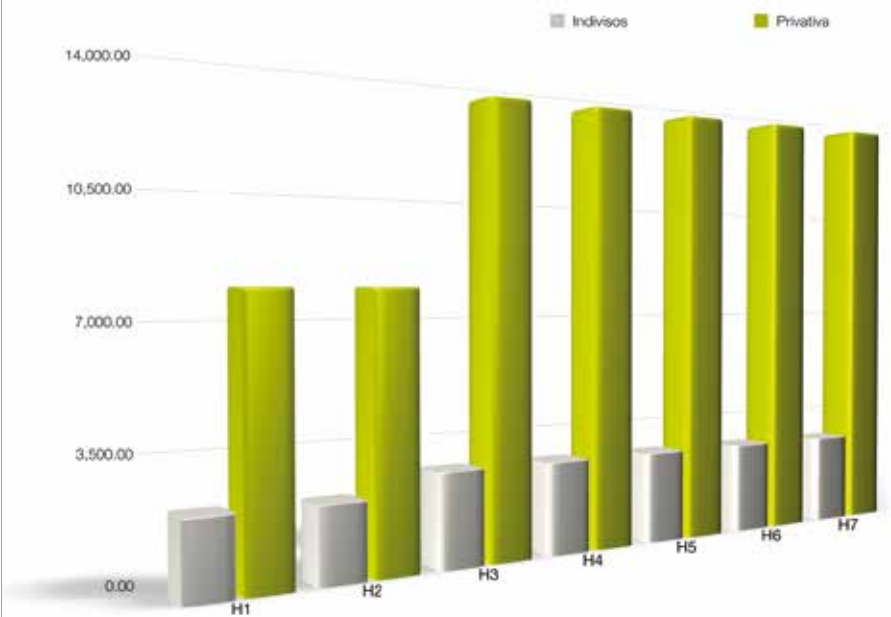
The reduction in the cost of investment it is possible the most important attribute to real estate developer, due to more narrow markups and the financial cost over time is wider; low interest rates, high cost of money, inflationary pressure and exchange rates, are the ghosts that surround the head of investor. Is here where good design makes the difference, it can submit a more attractive product and enhance the investment vs return ratio; but, what is it understood as a good architectural design?

The answer is complex because it involves aesthetic aspects of subjective judgment, so I will put those judgments aside for a moment and will see more objective qualities, a good design must gather information related to:

- Site, orientation, vegetation, winds, weather, rain, contours, communication routes, public transportation, surrounding buildings, etc.
- Codes, density, occupancy, infiltration, maximum height, setbacks, etc.
- Information of project needs, uses, size and proportion of every one of each use, amenities and other facilities that project may offer.
- Market, to whom is oriented the project and its final cost.
- Investment, how much is planned to be invested in the development.
- Timing, what is the time frame of sales or lease to define phases.

Once the above are set, the project must respond to every single one of the approaches and needs, which in conjunction are named as the program. A good design starts with a good program so the benefits to the business are evident; efficiency ratios in the beginning, aligned with investment are crucial to make the business more profitable.

More over, a good design must integer other technical aspects of the project; structure, for instance, could go up to 30% of direct cost, MEP systems up to 35%, while finishes around 12%, the rest are in subjects like preliminary works, exteriors, masonry, etc.. From here a bad selection of structural system or lack of careful in MEP, trajectories and systems could



La mejor proporción entre áreas comunes y privativas es uno de los factores más importantes en la rentabilidad del negocio inmobiliario

## THE ADEQUATE SECTION OF ARCHITECT IS CRUCIAL FOR REAL ESTATE DEVELOPMENT, A GOOD PROJECT IS NO A COST, IT IS AN INVESTMENT THAT MAY AND MIGHT BRING TANGIBLE ECONOMICAL BENEFITS TO DEVELOPER.

blow up a good real estate business.

It is not in finishes where the potential saving are, but they are in the perception of the customer and comparison with other developments. Area the systems that support the building where the adequate plans and design make the major difference; a good designer will take this issues into account and will make a more efficient design, without unnecessary waste in architectural whims that came higher structural and MEP costs. The engineering have a great value in the investment, but is the architect, who makes the initial design that may come with higher costs or make it more efficient.

The comparison is therefore imperative between two design proposals, which one have more efficiency, building gross vs rentable or saleable, more clear and simple structure, MEP integration more flexible and adaptable, which may offer lower consumption of energy due to its better orientation and every one of this with a lot of little issues that make building more efficient.

The adequate section of architect is crucial for real estate development, a good project is no a cost, it is an investment that may

and might bring tangible economical benefits to developer, to whom at same time must have a clear idea of issues before mentioned, and know with as most accurate as possible what he expects from design.

Once we saw the objective issues of design; performance and efficiency, come into play other aesthetic issues that, obviously have a great value and must weight in the design judgment, but if those objective issues are not satisfied, the design is hollow, lack of sensibility and empathy, essential ingredients in real estate success. Think in those developments without success, find the causes and it is possible that you will find the lack of any of these ingredients.

Keep in mind that the final customer will make comparison between your development and others in the market, and their selection will be to those that have a better relationship between cost and quality. Certainly the good marketing will point to the best attributes of a product, explode the emotional part and promotes the buy experience, but it is also true that they must promote a good product that supports the sale. ■



PRÓXIMAMENTE **TORRE VIRREYES**





**IOS OFFICES®**

INTELLIGENT OFFICE SOLUTIONS

# OFICINASEQUIPADAS EN RENTA

@iosoffices



[www.iosoffices.com](http://www.iosoffices.com)

01 800 3000 ios (467) [info@iosoffices.com](mailto:info@iosoffices.com)



# 5 AMENIDADES DISRUPTIVAS EN PROYECTOS DE VIVIENDA

**LAS AMENIDADES RESULTAN EL ARMA MÁS FUERTE PARA POSICIONAR PROYECTOS DE GRAN ESCALA. HOY REPRESENTAN ENTRE UN 4% Y UN 9% DEL ÁREA VENDIBLE DE LOS PROYECTOS RESIDENCIALES Y EMPIEZAN A APARECER EN PROYECTOS DE OFICINA, GANANDO TERRENO RÁPIDAMENTE.**





La constante disminución de espacios privados en la vivienda ha orillado a los desarrolladores a ofrecer áreas comunes para buscar formas originales de “compensar” esa pérdida. Además, las amenidades resultan el arma más fuerte para posicionar proyectos de gran escala, lo cual convierte a estos espacios en activos estratégicos, puesto que los competidores de menor escala (y la autoconstrucción) suelen tener menor margen de maniobra para ofrecerlas, pero mejores costos de construcción.

En nuestro trabajo creativo con arquitectos, hemos tenido la oportunidad de idear amenidades disruptivas. Estas amenidades fueron resultado de diversos ejercicios etnográficos, en respuesta a peticiones específicas de estudios de demanda. Este artículo pretende ser una recolección de las 5 propuestas que han generado más valor percibido en vivienda de nivel residencial. Son amenidades que han sido poco utilizadas, pero su aparición en proyectos no implica que se eliminen otras que ya da por hecho el cliente. Cada mercado es diferente, y se debe entregar en el proyecto lo que el mercado valore más que su costo.

## 1. LA “BIBLIOTECA” DE OBJETOS

Un estudio elaborado por 4S detectó que hay más de 500 objetos en nuestras viviendas que se utilizan menos de una vez al mes. Estos objetos pueden llegar a consumir hasta un 20% de nuestra área privada y sólo los “almacenamos”. Estos objetos van desde aparatos de cocina hasta herramientas y artículos de uso para reuniones sociales.



Tener una biblioteca centralizada de objetos permite que los residentes no tengan que adquirir estos bienes poco usados y ahorren espacio interior en sus viviendas. Por si fuera poco, se pueden anunciar las viviendas con 500 electrodomésticos incluidos. La escalera, el taladro, la batidora y todos esos objetos, hoy ya son un activo para compartir.

## 2. EL KARAOKE ROOM

Las reuniones sociales son uno de los puntos más delicados en la convivencia en condo-

minios (verticales y horizontales). Generalmente se vuelven espacios ruidosos que incomodan a quien no participa en la fiesta. Para evitar estos dolores de cabeza, preparar un Karaoke Room resulta muy positivo en la comunidad. Este espacio se conceptualizó como un salón de eventos, pero aislado acústicamente para evitar cualquier ruido a residentes vecinos. El resultado: reuniones a cualquier hora sin molestar a los vecinos. Más que una nueva amenidad, este espacio representa una mejora añorada desde hace mucho tiempo.



**EN EL FUTURO, LA IMPORTANCIA DE LAS AMENIDADES CRECERÁ Y SU IMPORTANCIA SERÁ FUNDAMENTAL, INCLUSO AL NIVEL DEL PRODUCTO NUCLEAR. LOS DESARROLLADORES QUE ENTIENDAN LA IMPORTANCIA DE ESTOS ESPACIOS Y TRABAJEN PARA MEJORARLOS SERÁN LÍDERES EN SUS MERCADOS.**

### 3. AMENIDADES FUERA DEL PROYECTO EN TIEMPO COMPARTIDO

Las amenidades de tiempo compartido son espacios que el proyecto adquiere fuera del predio o ubicación del proyecto. Estas propiedades se escrituran a favor de la asociación de condóminos y se dividen en semanas. Cada residente recibe una porción de tiempo del uso de este activo. Ejemplos de estos tiempos compartidos son departamentos en la playa, propiedades campestres, yates, etc.

Desde que iniciamos con esta propuesta, hemos notado un crecimiento dramático en los proyectos que han adoptado este sistema de amenidades. Una propiedad que se adquiere puede dividirse para 50 o 100 unidades del proyecto, lo cual provoca un valor importante, y su impacto en costo no es tan relevante.

### 4. TERCER LUGAR

Howard Schultz -el genio detrás de Starbucks- acuñó el concepto "Tercer Lugar". En su visión, quería replicar la confianza que se percibe al estar en tu casa, escuela u oficina. En ese sentido, cada cafetería se convertiría en un punto de reunión abierto a la comunidad donde el espacio se ganará la confianza de sus vecinos sin promover, promocionar o vender ningún bien o servicio. Starbucks es

una barra de café que casualmente está a un lado de este gran espacio de convivencia.

En ese sentido, los proyectos inmobiliarios están necesitados de terceros lugares. Lugares que sean espacios abiertos a la comunidad, que logren convocar a sus residentes y lo hagan de una forma sutil. Serán espacios cómodos, que entienden a sus usuarios y siempre se mantienen abiertos y limpios para ellos.

En la experiencia de los mejores espacios que hemos visto, los administradores incluyen dentro de la cuota mensual un monto que permite comprar insumos de experiencia, mismos que le dan vida a ese lugar. Fruta fresca, bebidas o juegos de mesa generan un cambio fundamental cuando hay un sentido de visita.

### 5. ESCALERAS DEPORTIVAS

Hace poco presentamos en Heredia, Costa Rica el concepto de Sportiva Skyhomes. Este concepto pretende casar los conceptos de deporte y vida en un solo lugar. Además de presentar varios espacios deportivos dentro de sus amenidades, logró una innovación que ha sido aplaudida por los clientes. En las escaleras del edificio se instalará equipo de audio y se diseñará un circuito de ejercicio, el cual termina en la azotea con un gimnasio al aire libre. El que se haya utilizado un área que anteriormen-

te se había percibido como "muerta" para los clientes, dándosele un valor de uso, nos parece impresionante.

Ahora cada vez que voy a mi oficina (y el clima lo permite), subo a pie los 8 pisos que separan mi carro de mi oficina, recordando el valor de las cosas que a veces dejamos pasar por alto.

Con esta lista no queremos eliminar las amenidades tradicionales, simplemente presentamos un enfoque que permite observar que aún hay espacio para innovar en ese sentido.

Un tema importante que no debemos olvidar es el equipamiento de estas áreas. Nos duele ver muchos lugares "desperdiciados" porque no se les dio el equipamiento correcto, esperando que los condóminos hicieran la inversión en su momento. El desarrollador inteligente se prepara financieramente para ese equipamiento y prepara la cuota para un uso y reposición adecuado de todo lo que requieren estos espacios.

Hoy las amenidades representan entre un 4% y un 9% del área vendible de los proyectos residenciales y empiezan a aparecer en proyectos de oficina, ganando terreno rápidamente. En el futuro este porcentaje crecerá y su importancia será fundamental, incluso al nivel del producto nuclear. Los desarrolladores que entiendan la importancia de estos espacios y trabajen para mejorarlos serán líderes en sus mercados. ■



**BECK**

## **Beck celebra este año su aniversario No. 20 en México!**

Agradecemos a nuestros clientes, empleados, despachos de diseño, consultores y proveedores por su valiosa contribución a la historia de éxito de nuestra empresa.

DALLAS DENVER FORT WORTH ATLANTA TAMPA AUSTIN SAN ANTONIO MÉXICO LOS CABOS

Beck Internacional de México  
Juan Salvador Agraz 50, Suite 603  
Colonia Lomas de Santa Fe  
Delegación Cuajimalpa México DF CP 05300  
tel (55) 2623 0325  
[www.beckgroup.com](http://www.beckgroup.com)

■ Contratista General ■ Gerencia de Construcción / Proyecto ■ Representante del Dueño ■ Preconstrucción  
■ Tecnología ■ Diseño-Construcción



# CAPTURA DE VALOR, UN CÍRCULO VIRTUOSO PARA LA CIUDAD

*Value capture: a virtuous circle for the city*

**EL VALOR DE UNA CIUDAD TIENE MUY DIVERSAS EXPRESIONES,  
Y LA CALIDAD DE VIDA QUE NOS OFRECE DEPENDE DE SU  
CAPACIDAD PARA CREAR RIQUEZA Y BIENESTAR.**



### ¿CUÁNTO VALE UNA CIUDAD?

El valor de un terreno se determina por lo que se le puede construir encima: uso de suelo, infraestructura y accesibilidad se combinan para definir su potencial y posibilidades de desarrollo, y esta combinación es la explicación más sencilla a uno de los argumentos inmobiliarios más conocidos y repetidos de la historia: "Ubicación".

El valor de una ciudad también puede determinarse. Durante años, siglos en muchos casos, se invirtió en la infraestructura y edificios que hoy las identifican y definen, y sus zonas de mayor valor son aquellas en donde el desarrollo inmobiliario ha encontrado las condiciones idóneas para expresarse, pero en la mayoría de la ciudades no se ha logrado aprovechar el valor acumulado a lo largo de todo este tiempo, para crear las condiciones y generar los recursos indispensables para apuntalar su futuro crecimiento.

Y el destino nos alcanzó. Las zonas donde los proyectos de nuevos edificios tenían garantizadas las mejores condiciones de desarrollo están prácticamente agotadas, quedan pocos terrenos útiles y atractivos, su infraestructura y servicios se encuentran saturados, y son más las necesidades de la ciudad en las áreas marginales en permanente expansión, que las posibilidades de crear nuevas zonas con condiciones para el desarrollo, o incluso, de regenerar las ya consolidadas.

Se necesitan muchos recursos para construir la infraestructura que el desarrollo requiere, y las fuentes tradicionales de financiamiento para la ciudad -o la capacidad y voluntad para implementar medidas novedosas- parecerían haberse agotado. Pero la falta de recursos es al mismo tiempo, una oportunidad para aprovechar lo más preciado que tenemos y hemos construido con mucho tiempo y esfuerzo: el valor de la ciudad misma.

El valor de una ciudad tiene muy diversas expresiones, y la calidad de vida que nos ofrece depende de su capacidad para crear riqueza y bienestar. En Venecia por ejemplo, las grandes mansiones y palacios alineados a lo largo de sus románticos canales, son hoy el mayor atributo de la milenaria ciudad y el atractivo para los millones de visitantes

anuales que, sin necesidad de nuevas construcciones, sostienen su economía. En otra latitud, en la Gran Manzana, como se conoce a la ciudad de Nueva York, la posibilidad de construir en tan solo unos cuantos metros cuadrados los impresionantes rascacielos que albergarán las oficinas corporativas de las más poderosas compañías, o departamentos lujosos para millonarios, es el imán que atrae a los inversionistas y representa una de las más importantes fuentes de recursos para la ciudad.

Entre estos extremos -una ciudad donde su mayor valor radica precisamente en que no se puede modificar lo existente por su alto valor patrimonial acumulado (Venecia) y otra donde la imaginación, la modernidad y la tecnología son los límites para construir nuevos desarrollos (Nueva York)-, se incubó uno de los mecanismos más contemporáneos de financiamiento de infraestructura y de mejoramiento del espacio público, que le podría dar viabilidad a la renovación y futuro de nuestras ciudades: "Captura de Valor".

### ¿QUE ES CAPTURA DE VALOR?

Es una iniciativa novedosa de planeación y gestión inmobiliaria, que busca re-conectar el desarrollo urbano sustentable con el financiamiento de infraestructura para el mejoramiento de la calidad de vida de la ciudad. Es un mecanismo que se describe como un Círculo Virtuoso, donde la construcción de infraestructura crea o mejora el acceso a una zona; el acceso, incrementa sus posibilidades de desarrollo; y el desarrollo genera la plusvalía y el valor que puede capturarse, precisamente para financiar nueva infraestructura o mejorar la existente en la zona, cerrando así el círculo virtuoso.

Uno de los ejemplos más recientes de utilización de este mecanismo que tuvo el privilegio de conocer y estudiar, está ya en proceso de implementación para financiar una nueva línea de tren regional entre las ciudades de Dallas y Fort Worth en Texas, USA -en lo que se conoce como el Corredor del Algodón- donde los usos del suelo y el potencial de desarrollo en las poblaciones que se conectarán por medio de este nuevo sistema de transporte, están siendo replanteados y mejorados, precisamente para au-



**Arturo Aispuro**  
Presidente AIM-Soldi

mentar su valor, y con ese valor agregado, obtener los recursos para financiar el nuevo proyecto de movilidad.

### ¿ES EN REALIDAD UN INSTRUMENTO NOVEDOSO?

La utilización de los mecanismos de Captura de Valor se remontan hasta la década de los años 30s en los Estados Unidos, cuando los desarrolladores buscaban financiamiento para construir nuevas líneas de transporte o para la apertura de caminos que le dieran acceso a sus propiedades, utilizando el valor que éstas adquirirían con nuevos proyectos de urbanización y desarrollo. Esta plusvalía se utilizaba como garantía para obtener los recursos para la realización de las obras: Un círculo virtuoso.

**ES NECESARIO ACABAR CON LAS COMPLICIDADES Y LA CORRUPCIÓN QUE HOY TIENE A LAS CIUDADES SUMIDAS EN UN CÍRCULO VICIOSO DE ABANDONO Y DETERIORO CRECIENTE.**



Desafortunadamente, este mecanismo se abandonó hacia finales de los años 60s -en México nunca se ha implementado formalmente-, entre otros motivos, por que la construcción de servicios e infraestructura dejó de ser una obligación del desarrollo y se transformó más bien en una oferta electoral y en un impuesto.

Una cantidad importante de los recursos que obtiene la ciudad, provienen del desarrollo inmobiliario. El impuesto predial, las contribuciones de mejoras, la inversión en medidas de mitigación, o los recursos que genera la transferencia de potencial son algunos de estos ejemplos, pero no se ha logrado que lo recaudado sirva precisamente para mejorar la infraestructura y calidad de vida, ni de la ciudad, ni de la zona en donde sucede el desarrollo. Ésta es una permanente preocupación y demanda de los ciudadanos que ven levantarse nuevos edificios frente a sus propiedades, sin que se mejoren sus servicios.

La falta de recursos -como ya lo dije- es una oportunidad, y algunos de nosotros estamos ya proponiendo proyectos sustentables y planteando nuevas fuentes de financiamiento, para intervenir zonas con potencial de desarrollo y necesidades de regeneración urbana. Será necesario rediseñar y transparentar los mecanismos de gestión, pero sobre todo, acabar con las complicidades y la corrupción que hoy tiene a las ciudades sumidas en un círculo vicioso de abandono y deterioro creciente.

Implementar estas iniciativas requieren de un trabajo muy intenso de consenso entre la sociedad y sus autoridades, para que en los próximos años podamos definir qué tipo de desarrollo va a sostener la economía y el futuro de nuestras ciudades.

No hacer nada, ya no es una opción.

### **How much is a city?**

A land's value is determined by what can be built on it: land's use, infrastructure and accessibility come together to define its potential and possibilities of development, and this mix is the most simple explanation to one of the most known and repeated real estate arguments in the history: "location".

A city's value can be also determined. For several years, even centuries, the investments were in infrastructure and buildings, which identify and define them, and their most valuable areas are those where real estate development has found the ideal conditions to express,

but in most of the cities the accumulated value has not been used at the maximum all along this time, to create the condition and generate the essential resources to route their future growth.

And destiny has reached us. The areas where the projects of the new buildings had the guarantee of the best development conditions are practically over, there are a few useful and attractive lands left, their infrastructure and services are flooded, and there are more necessities in the suburbs in permanent expansion in the city than possibilities of creating new areas with conditions for development, or even for regenerating the consolidated ones.

A lot of resources are necessary to build the infrastructure that development requires, and the traditional financing sources for the city-or the capacity and goodwill to implement original measures-seem to be over. But the lack of resources is, at the same time, an opportunity to take advantage of the most precious we have and we have built for a long time and effort: the own city's value.

A city's value has got several expressions, and the quality of life that it offers to us depends on its capacity to create wealth and welfare. In Venice, for instance, the big mansions and palaces aligned all along their romantic canals, are the best attribute of the millenary city nowadays, and the attraction for the millions of visitors annually, without new constructions supporting its economy. In other latitude, at the Big Apple, as New York is known, the possibility of building in just some square meters the impressive skyscrapers that will host the corporate offices of the most powerful companies, or luxury apartments for the millionaires, is the magnet that attracts the investors and represents one of the most important origin of resources for the city.

Between these extremes-a city which biggest value remains on the fact that the existing cannot be modified due to its high accumulated patrimonial value (Venice) and another one where imagination, modernity and technology are the limits to build new developments (New York)-, one of the most contemporary financing mechanisms of infrastructure and public space improvement is incubated, something that could offer viability to the renovation and future of our cities: "Value Capture".

### **What is Value Capture?**

It is a new initiative of real estate planning and management that seek to reconnect the sustainable urban development to the infrastruc-

ture financing in order to improve the quality of life in the city. It is a mechanism described as a Virtuous Circle, where the construction of infrastructure creates or improves the access to an area; the access increases its development's possibilities; and development generates value added and the value can be captured, precisely to finance new infrastructure or improve the existing one in the area, closing then the virtuous circle.

One of the most recent of this mechanism's use that I fortunately was pleased to meet and study is already in process of implementation to finance a new line of regional train between the cities of Dallas and Fort Worth in Texas, USA-known as the Cotton Belt Corridor- where the uses of land and the development potential in the towns that will be connected through this new system of transport are being reconsidered and improved, precisely to increase their value and, with that value added, getting the resources to finance the new mobility project.

### **Is it really a new instrument?**

The utilization of the mechanisms of Value Capture starts in the decade of the years 30s in the United States, when developers were seeking financing to build new transport lines or to open ways accessing their properties, by using the value that these ones acquired with new projects of urbanization and development. This value added was used as a guarantee to get the resources for building the works: A virtuous circle.

Unfortunately, this mechanism was abandoned through the end of the years 60s-it has not been formally implemented in Mexico-, among other reasons, because the construction of services and infrastructure was not an obligation of the development anymore and it became overall an electoral offer and a tax.

An important quantity of the resources that the city gets, come from real estate development. The land tax, the contributions of improvements, the investment in measurements of mitigation or the resources generated by the potential transfer, are some of these examples, but there has not been success when raising money to improve the infrastructure and the quality of life, nor the city's, nor the areas' where the development is happening. This is an ongoing worry and demand from the citizens who see new buildings rising in front of their properties without an improvement of their services.

The lack of resources-as I said- is an opportunity, and some of us are already suggesting sustainable projects and new sources of financing to operate on areas with potential of development and necessities of urban regeneration. It will be necessary to redesign and reveal the mechanisms of management, but overall, to finish with the complicities and the corruption that currently sink the cities into a vicious circle of growing abandon and damage.

Implementing these initiatives requires a hard work of agreement between society and authorities, so that in the following years we can define what kind of development is going to support the economy and the future of our cities.

Doing nothing is not a choice anymore. ■



## **Alineamos ideas, capital, y conocimiento operativo para satisfacer necesidades en el mercado inmobiliario**

Invertimos capital en propiedades, desarrollos, y activos, que ofrezcan ubicaciones o productos diferenciados aprovechando nichos de mercado no atendidos con potencial de crecimiento



[info@gavacapital.com](mailto:info@gavacapital.com)  
[www.gavacapital.com](http://www.gavacapital.com)

Monterrey:  
Díaz Ordaz No. 140 Pte.  
Torre 2 Piso 6, C.P.64650  
Col. Santa María  
Monterrey, N.L., México  
(52) 81 19674282

# PERSPECTIVAS ECONÓMICAS E INMOBILIARIAS PARA 2015 EN MÉXICO Y COLOMBIA

# PERSPECTIVAS ECONÓMICAS E INMOBILIARIAS PARA MÉXICO Y COLOMBIA EN 2015

UN ESTUDIO DE **Lamudi.com.mx**

Con el cierre de 2014 y el comienzo de 2015, las predicciones para el año entrante no se hacen esperar. Por eso **Lamudi**, el portal inmobiliario de mayor crecimiento en México y Latinoamérica te presenta sus proyecciones para el 2015 en el sector inmobiliario.

**E**l crecimiento económico continúa en Latinoamérica. Los sectores de la construcción e inmobiliaria en México y Colombia no son la excepción. De acuerdo con el Banco Mundial, las proyecciones para el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de ambos países es de 3.5% y 4.5%, lo cual implica un considerable incremento para México, y una ligera caída para Colombia.

Hay que considerar el aumento de población y el crecimiento urbano, con la consiguiente demanda de vivienda. En México, de 2010 a 2014, la población creció casi el 8.9%, según datos del Banco Mundial y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Colombia, por su parte, creció de 2005 a 2013 un 12.6%, de acuerdo con información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

De acuerdo con la consultora McKinsey, la Ciudad de México y Monterrey experimentaron un crecimiento por encima del promedio nacional entre 1999 y 2009, con un 6% en el caso de la capital mexicana, y un sorprendente 40% en el caso de la Sultana del Norte. Esta tendencia se espera que continúe y los catapulte en 2025 a concentrar el 30% del PIB nacional y el 7% regional.

Por su parte, y de acuerdo con el estudio *Ciudades Competitivas de 2014* de McKinsey, se espera que Bogotá -la capital colombiana, así como Medellín

## CRECIMIENTO PIB 2015



MÉXICO



COLOMBIA



## CRECIMIENTO DE DEMANDA DE VIVIENDA

## RAZONES DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR INMOBILIARIO DE 2010 A 2014

### MÉXICO



DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA



DESARROLLO ECONÓMICO



MEJOR CALIDAD DE VIDA



EDAD PROMEDIO DE LA POBLACIÓN



DESARROLLO TURÍSTICO

### COLOMBIA



DESARROLLO ECONÓMICO



MEJOR CALIDAD DE VIDA



INMIGRACIÓN INTERNA Y EXTERNA



DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA



AUMENTO DE PIB

## TENDENCIAS INMOBILIARIAS PARA 2015



CIUDAD DE MÉXICO  
+DEPARTAMENTOS Y  
CORPORATIVOS



GUADALAJARA  
+DEPARTAMENTOS Y  
CASAS



MONTERREY  
+DEPARTAMENTOS,  
CORPORATIVOS  
Y CASAS



PUEBLA  
+DEPARTAMENTOS Y  
CASAS



QUERÉTARO  
+CASAS



LEÓN  
+CASAS



BOGOTÁ  
+DEPARTAMENTOS Y  
CORPORATIVOS



MEDELLÍN  
+DEPARTAMENTOS,  
CORPORATIVOS  
Y CASAS



CALI  
+CASAS

**LA TENDENCIA EN LAS GRANDES URBS DE LATINOAMÉRICA ES CRECER EN SENTIDO VERTICAL. LA POCa DISPONIBILIDAD DE ESPACIO Y LAS GRANDES DISTANCIAS HACEN DEL CRECIMIENTO VERTICAL LA OPCIÓN MÁS VIABLE, COMBINANDO USOS DE SUELO MIXTO PARA VIVIENDA, OFICINAS Y COMERCIO.**

y Cali -las siguientes ciudades en importancia- concentran casi el 40% del PIB del país en 2025, representando a su vez el 3% en Latinoamérica. Tan sólo Bogotá aportó en el 2011 más del 25% del PIB de Colombia.

El crecimiento urbano también ha sido significativo en las principales de ambos países. La Ciudad de México y su Zona Metropolitana crecieron de 2000 a 2010 un 9.3%, superando los 20 millones de habitantes de acuerdo con el INEGI. Guadalajara y Monterrey crecieron 19.9% y 24.4% respectivamente, mientras que ciudades como León o Querétaro lo hicieron a razón de un 41.1% y 34.4%.

Dentro de Colombia son siete ciudades las que superan el millón de habitantes, según las proyecciones del DANE para el 2014. Así, Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Cúcuta concentran al 41% de la población. Las 11 ciudades de México que tienen más de un millón de habitantes albergan a poco menos del 37% de la población mexicana.

Con el crecimiento poblacional viene un aumento en la demanda de vivienda en

las grandes ciudades. En Lamudi estimamos que para 2015 la demanda de casas y departamentos crecerá 2.8% en la Ciudad de México, 3.2% en Monterrey y 5.2% en Bogotá. Esto impulsado no sólo por el crecimiento de las grandes ciudades, sino por el perfil joven de la población.

En este sentido, la tendencia en las grandes urbs a nivel mundial y en Latinoamérica es crecer en sentido vertical. La poca disponibilidad de espacio en Bogotá y las grandes distancias que hay en la Ciudad de México, hacen del crecimiento vertical la opción más viable, con edificios que combinan usos de suelo mixto para vivienda, oficinas y comercio.

Urbes como Guadalajara, Monterrey, Medellín o Cali apuestan por un crecimiento más ordenado y amigable con el medio ambiente, combinando las viviendas horizontales con las verticales. También es importante considerar el aumento de personas que rentan una vivienda, siendo en México casi una cuarta parte de la población, mientras que en Colombia es casi el 40% de la población. ■



# EL NUEVO PUNTO DE ENCUENTRO EN MONTERREY

Comunidad integral y segura con todas las comodidades en un solo lugar.

LIVEWORK  
DINESHOP



Departamentos en Venta | Departamentos en Renta | Centro Comercial  
Hotel | Oficinas | Terrenos para Desarrollo



y más...

T. (81) 8448 4141

NUEVOSUR.COM

MONTERREY, N.L.

# FORTALECIMIENTO DEL SECTOR VIVIENDA

*The Housing Sector Strengthen*



**LA DIVERSIFICACIÓN DE SOLUCIONES  
DE VIVIENDA POR PARTE DE LA  
BANCA, INFONAVIT Y SHF ANTICIPAN  
UN BUEN 2015**



**“ALGO MUY IMPORTANTE ES QUE LOS POLÍGONOS DONDE EL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO OTORQUE LOS PERMISOS PARA CRECER VERTICALMENTE, SEAN CON LA MEJOR INFRAESTRUCTURA, CERCA DE VIALIDADES, ESTACIONES DEL METRO Y QUE NO AFECTEN LAS ZONAS PATRIMONIALES...”**

**MIRIAM SALDAÑA (DIPUTADA PT ALDF)**

Las acciones emprendidas por parte de las autoridades en el sector vivienda así como la cooperación de los distintos actores involucrados contribuyeron a que este sector comience una clara recuperación para el cierre de este 2014 y se pronostica un mejor crecimiento para 2015.

“Infonavit comenzó a cambiar las reglas del juego, debido a que aumentó los montos de las hipotecas otorgadas por el Instituto hasta los 850,000 pesos y se prohibieron las ciudades dormitorio, eso va a generar en los próximos años el surgimiento de nuevos desarrolladores, así como la generación de nuevos polos de desarrollo en colonias como: Doctores, Tabacalera, Santa María La Ribera, Guerrero y San Rafael, donde el suelo no es tan caro”, explicó Carlos López Jones, editor en jefe de *Tendencias Económicas*.

El especialista complementó al mencionar que las viveras grandes se acabaron y veremos en 2015 el surgimiento de los nuevos grandes que se encargarán de producir vivienda necesaria para el mercado aprovechando los montos de 850,000 pesos y pensar en 300 a 400 mil viviendas sería muy bueno.

### **REGLAS CLARAS PARA EL SECTOR VIVIENDA**

Ante un vacío dejado por la suspensión de la Norma 26 en el Distrito Federal, que sería sustituida por las Normas 30 y 31, las cuáles no llegaron; fue la diputada local del Distrito Federal por el Partido del Trabajo, Miriam Saldaña Cháirez quien presentó recientemente la iniciativa de Ley de Vivienda con el objetivo de ser discutida por la Asamblea Legislativa del DF para ser aprobada y su entrada en vigor para 2015 (hasta el cierre editorial de esta edición no se anunció la aprobación).

Al respecto, comentó que “la falta de una Ley de Vivienda firme con reglas claras y sencillas para ser respetadas ha provocado que la ciudad de México crezca de forma anárquica, las lagunas generan especulaciones y que el Secretario en turno haga propuestas al respecto. Lo que queremos es generar un urbanismo incluyente, por ejemplo, cumplir con exigencias como la generación de los Millennials que llegan a pedir trabajo y preguntan los horarios para tener tiempo de hacer deporte, salir con la familia y generaciones preocupadas por tener una vida equilibrada; las ciudades tienen que

responder a ese equilibrio, por ello, con esta iniciativa de Ley de Vivienda proponemos temas vanguardistas e incluimos a todos los sectores”.

Miriam Saldaña, presidenta de la Comisión de Vivienda de la ALDF agregó que esta iniciativa de Ley de Vivienda tiene como base un documento elaborado en la 5ª Legislatura donde trabajaron en conjunto los partidos políticos, gobierno local y organizaciones, este trabajo se recuperó para incorporarle capítulos novedosos como la responsabilidad de los servidores públicos e iniciativa privada.

“Algo muy importante es que los polígonos donde el gobierno de la ciudad de México otorgue los permisos para crecer verticalmente, sean con la mejor infraestructura, cerca de vialidades, estaciones del metro y que no afecten las zonas patrimoniales... tenemos posibilidades de crecer porque en México tenemos 45 viviendas por hectárea contra 300 en París y 350 en Berlín”, ejemplificó.

### **LA MOVILIDAD DETERMINA CALIDAD DE VIDA**

Este 2014 se cerró con una nueva ley en el Distrito Federal, la Ley de Movilidad impulsada por la diputada local del Partido Acción Nacional, en entrevista para Inmobiliare, Laura Ballesteros explicó ¿qué significó este hecho? “concretamos que el derecho a la movilidad sea reconocido en la ciudad, esto nos convierte en una ciudad de avanzada, no solo en el país sino en la región. La nueva Ley de Movilidad despertó mucho escepticismo entre la comunidad internacional, no se sabía ni se pensaba que desde la parte legislativa se pudiera generar un cambio en esta materia... Una vez que logramos esto, la ciudad de México por primera vez se pone a la vanguardia porque éramos importadores de modelos extranjeros y creo que por fin estamos aportando a la discusión del tema”.

También, enfatizó que “al fortalecer el marco jurídico y reconocer la movilidad como un derecho da como resultado dos cuestiones fundamentales:

1. Para el gobierno sea una obligación gastar en movilidad y garantizar el derecho de las personas (en caso de incumplimiento se le puede demandar).
2. Generamos cambios porque acciones de corto plazo como la ecobici o el metrobús, que eran acciones de buena volun-



Miriam Saldaña (diputada PT ALDF)

tad por parte del gobernante en turno, hoy son una política de Estado porque está en la ley, hoy tenemos al peatón como eje de la movilidad”.

Hacia este 2015, Laura Ballesteros sabe que hay un reto muy importante que consiste en convertir la Ley de Movilidad en una realidad y no dejar que se convierta en letra muerta, por ello, considera importante un sistema de banquetas integrado con el sistema de transporte; además, de la creación de un Fondo de Movilidad donde el dinero destinado para este fin se reúna para que en la ciudad se decidan los 15 o 20 proyectos prioritarios en esta materia para comenzar a invertir en ellos.

“La Sedatu tiene grandes retos y uno de ellos es posicionarse en el gabinete de Enrique Peña Nieto como una Secretaría sería que va a cambiar el rostro de nuestro país, hoy 77% de las personas vive en ciudades y si no hay agenda más importante que la urbana, no entiendo cuál sería. El futuro no va a ser menor porque tendremos a 90% de la población en 30 años viviendo en ciudades”, finalizó la diputada Ballesteros.

### **LA BANCA SIGUE CRECIENDO**

En entrevista para Inmobiliare, Enrique Margain Pitman, coordinador del Comité de Crédito Hipotecario de la Asociación de Bancos de México (ABM) resaltó que los bancos han tenido un incremento en la colocación de Créditos Hipotecarios Tradicionales y Co-financiados (los otorgados en conjunto con los Organismos Nacionales de Vivienda), por lo que la Banca ha crecido de enero a agosto 6% en términos nominales en cuanto a créditos hipotecarios pero en monto 14% y considera que fueron tres factores los que contribuyeron a esto:

1. Hoy día estamos en las tasas en los mínimos históricos porque están más o menos entre el 8 y 11% con los pagos por mil.
2. Hay una mayor variedad de productos hipotecarios que permiten atender las distintas necesidades del cliente con productos específicos como Compra+renovación o Mejoramiento de hipoteca, hay una sofisticación de productos hipotecarios que han permitido ampliar la base de clientes.



Laura Ballesteros  
Diputada PAN ALDF

## “CONCRETAMOS QUE EL DERECHO A LA MOVILIDAD SEA RECONOCIDO EN LA CIUDAD, ESTO NOS CONVIERTE EN UNA CIUDAD DE AVANZADA, NO SOLO EN EL PAÍS SINO EN LA REGIÓN”

Laura Ballesteros (DIPUTADA PAN ALDF)

que “este banco es un jugador muy importante en el sector hipotecario bancario, nosotros a nivel de portafolio tenemos una participación en el mercado de 12% y a nivel de colocación más o menos entre 15 y 16% del mercado, somos un jugador muy relevante por ser innovadores en el lanzamiento de nuevos productos”.

### VIVIENDA EN RENTA

Este mercado que comienza a institucionalizarse y donde el gobierno Federal ha dado señales de implementar acciones específicas para potencializar esta solución de vivienda, Enrique Margain Pitman considera que también en ese rubro la Banca tiene retos importantes como:

1. Financiamiento a la construcción, identificando mecanismos para que la banca pueda prestar al desarrollador o construcción, cuando la vivienda está orientada a la renta porque los plazos son distintos a los mecanismos de un crédito puente tradicional.
2. Identificar a aquellas personas que rentan y en función de ello, acreditarlos para que se les determine la capacidad de pago y se les otorgue un crédito hipotecario para compra.

En contraste, Evercore Partners, trabajó con la Sociedad Hipotecaria Federal para diseñar un programa de crédito de largo plazo para desarrolladores de vivienda en renta debido a que la SHF tiene un pipeline amplio de posibles proyectos para financiar en las principales ciudades como Monterrey, Guadalajara y Distrito Federal.

Augusto Arellano, Senior Managing Director, explicó en entrevista que “los apoyamos en el primer cierre del crédito inicial con poco más de 460 millones de pesos de un proyecto que se desarrollará en Monterrey y seguiremos apoyando para eventualmente concretar los créditos que se pueden seguir dando en los siguientes meses”.

El proyecto consiste en poco más de 200 viviendas en una zona universitaria importante con una demanda potencial de vivienda; el trabajo de la SFH complementa los esfuerzos emprendidos por Infonavit y Conavi que incentivan de manera institucional la vivienda en renta.

“En este Programa el desarrollador tiene que invertir su porción de capital que por lo menos debe ser 20% del valor del proyecto y así la SHF empezará a suministrarle los recursos de crédito, la garantía será el proyecto (porque el dinero va a éste) el fideicomiso tiene en su patrimonio los terrenos, contratos, construcciones y eventualmente, los contratos de arrendamiento.

“El desarrollador tiene un periodo de

gracia para pago de capital mientras dura la construcción del proyecto, sin embargo paga los intereses, una vez concluida la construcción y generando las rentas, entonces se pagan intereses y capital. Este tipo de esfuerzos para incentivar y generar la oferta es muy importante para institucionalizar la vivienda en renta”, concluyó el especialista.

The actions lead by the authorities in the housing sector as well as the cooperation of several actors involved helped this sector start a clear recovery to close this 2014 and forecast a better growth for 2015.

“Infonavit started to change the rules, due to the amounts’ increase of the mortgages granted by the Institute: until 850,000 pesos and the commuter towns were forbidden, which will generate the creation of new developers in the following years, and the generation of new development poles in neighborhoods as Doctores, Tabacalera, Santa María la Ribera, Guerrero and San Rafael, where the land is not so expensive”, explained Carlos López Jones, editor-in-chief of Tendencias Económicas.

The expert added that the big residential developments are over and in 2015 we will see the birth of the new big which will be in charge of producing the necessary houses for the market by using the amounts of 850,000 pesos and in addition, thinking about 300 thru 400 thousand houses would be really good.

### Clear rules for the housing sector

Face to a wide space left by the cancellation of the Norm 26 in Mexico City, that would be changed to the Norms 30 and 31, which did not arrive, Miriam Saldaña, local deputy of Mexico City from the Partido del Trabajo, presented recently the Ley de Vivienda (Housing Law) pointed to be discussed by the Asamblea Legislativa of Mexico City for being approved and effective in 2015 (until the deadline of this number the approval had not been announced yet).

According to this situation, she commented “the lack of a firm Housing Law with clear and simple rules to be respected has caused Mexico City to grow into an anarchic way, the lakes generate speculations and the current Secretary must make suggestions about that. What we want is to generate an inclusive urbanism, for instance, to achieve the exigencies as the generation of the Millennials who come to demand a job and ask for the schedules to have time for doing sport, getting out with their family and there are also some generations worried about having a balanced life; cities must respond to that balance, that is why through this initiative of Housing Law we propose vanguard topics and include all the sectors”.

Miriam Saldaña, President of the Comisión

3. Hay una fuerte realidad competitiva y se ha acercado la oferta de créditos hipotecarios a los puntos de venta en los desarrollos o viviendas.

“El último dato que tengo es que en volumen en números de operaciones se han incrementado 14% los créditos Cofinanciados de enero a agosto con respecto al año pasado en términos de monto corresponde 25 por ciento.

“Una de las cosas que ha impulsado mucho el gobierno con la creación de la Sedatu es el financiamiento a la construcción, lo cual es un gran reto para la Banca hacia adelante, por supuesto que la Banca está comprometida en seguir incrementando los niveles de colocación de créditos a la construcción. Otro reto, es el mercado al financiamiento de los No afiliados y se deberá encontrar la manera de dar financiamiento de forma eficiente con decisiones atractivas y de manera más amplia, hay un gran potencial de mercado.

“Un segmento que crecerá son los créditos de coparticipación originados por los Organismos Nacionales de Vivienda como el caso de Infonavit Total, Segundo crédito de Infonavit y Fovissste Total”, prospectó Margain Pitman.

Complementó, el también Director Ejecutivo de Crédito Hipotecario de Scotiabank



Carlos López Jones  
editor en Jefe de Tendencias Económicas



## “SCOTIABANK A NIVEL DE PORTAFOLIO TENEMOS UNA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE 12%”

ENRIQUE MARGAIN (DIRECTOR EJECUTIVO DE CRÉDITO HIPOTECARIO DE SCOTIABANK)

de la Vivienda of the ALDF added that this initiative of Housing Law has, as basis, a document written by the 5th Legislatura where everybody worked as a group jointly to the political parties, local government and organizations, this work was recovered to add some original chapters as the responsibility of the public employees and the private sector.

“Something really important is that the polygons where the government of Mexico City grant the permits to grow vertically will count on the best infrastructure, close to roads, metro and without affecting the patrimonial areas... we have got the chance of growing because we have 45 houses by hectare in Mexico, against the 300 in Paris and 350 in Berlin”, she exemplified.

### **Mobility determines the quality of life**

This 2014 closed with a new law in Mexico City, the Law of Mobility driven by local deputy of the Partido Acción Nacional Laura Ballesteros who, during an interview for Inmobiliare, explained what this meant: “we made the right to mobility recognized in the city, which makes us a progressive city, not just in the country but also in the region. The new Mobility Law generated a lot of skepticism within the international community, they did not know or think that such a change could be made from the law side... once we got that, for the first time Mexico City is in vanguard because we copied foreign models and I believe that we are finally contributing to discuss the topic”.

She also emphasized that “strengthening the law frame and recognizing mobility as a right gives as result two fundamental questions:

1. Spending on mobility and granting the people’s right must be an obligation for the government (if it does not occur, people can sue).
2. We generated changes, because some short termed actions as the ecobici or metrobús, that were good will from the governor in that time, today are a State policy because it is in the law, and nowadays we have the pedestrian as the axis of mobility”.

Through this 2015, Laura Ballesteros knows that there is a very important challenge that consists on making the Mobility Law a reality and do not let it fall on deaf ears, so, a system of sidewalks is important and it has to be integrated to the public transport; besides, a Mobility’s Fund must be created to raise the money for this goal so that the 15 or 20 necessary projects in this area can start to be developed.

The Sedatu has big challenges and one of them is to be positioned within the cabinet of Enrique Peña Nieto as a serious Office that will change the face of our country, currently 77%

of the people live in cities and if there is not a more important agenda than the urban one, I do not which one could it be. The future is not going to be smaller, because we will have 90% of the population living in the cities in 30 years”, ended deputy Ballesteros.

### **The banking continues to grow**

In an interview for Inmobiliare, Enrique Margain Pitman, coordinator of the Committee of Mortgage Credit of the Mexican Banking Association (ABM in Spanish) highlighted that the banks have had an increase in the collocation of Traditional and Co-financed Mortgage Credits (those granted jointly to the National Housing Organisms), so the bank has grown 6% from January to August in nominal terms concerning mortgage credits, but related to the amount, it has grown 14% and he considers that three factors contributed to that:

1. In the rates today, we are in the minimum historically because they are between 8 and 11 % with the payments of a thousand.
2. Today there is a bigger range of mortgage products that allow to satisfy the several necessities of the customer with specific products as Purchase + Renewal or Mortgage Improvement, there is a sophistication of mortgage products that has allowed to expand the customers’ base.
3. There is a strong competitive reality and the credits’ offers are closer to the sales point in the developments or houses.

“The last information I have got is that the Co-financed credits’ volume of operation numbers has increased 14% from January to August and compared to the last year, concerning amounts it means 25 per cent”.

“One of the things that the government has driven with the creation of the Sedatu is the financing to construction, which is a big challenge for the Bank from now on, the Bank is committed to continue increasing the levels of credit collocation to the construction, of course. Another challenge is the market to the financing of the Non-members and there must be a way to offer them an efficient financing with attractive decisions and in a wider way, there is a big potential of market”.

“A segment that will grow is the co-participation credits originated by the National Housing Organisms as Infonavit Total, Segundo Crédito de Infonavit and Fovissste Total”, announced Margain Pitman.

Being also the Executive Director of Mortgage Credit of Scotiabank, he also added that “this bank is a very important player in the mortgage banking sector, related to our level of portfolio we have a participation of 12% in the market and concerning the level of collocation we have a participation between 15 and 16% of the



market, we are a very relevant player because we innovate when launching new products”.

### **Houses for Rent**

This market starts to institutionalize and the Federal government has shown some specific actions to power this solution of house, Enrique Margain Pitman considers that in this situation the Bank has some important challenges like:

1. Financing to the construction, identifying the mechanisms so that the bank can lend some money to the developer or the construction, when the house is considered for rent because the terms are different to the traditional loan credit’s mechanisms.
2. Identifying those people who rent and according to that, approve them to determine their payment capacity and then grant them a mortgage credit for purchasing.

In contrast, Evercore Partners, worked with the Federal Mortgage Society to design a credit program of long term for developers of houses for rent, because the SHF has got a wide pipeline of possible projects to finance in the main cities as Monterrey, Guadalajara and Mexico City. Augusto Arellano, Senior Managing Director, explained in an interview that “we supported them to close the first initial credit with a little more of 460 million pesos of a project that will be developed in Monterrey and we will continue to help to eventually set the possible credits in the following months”.

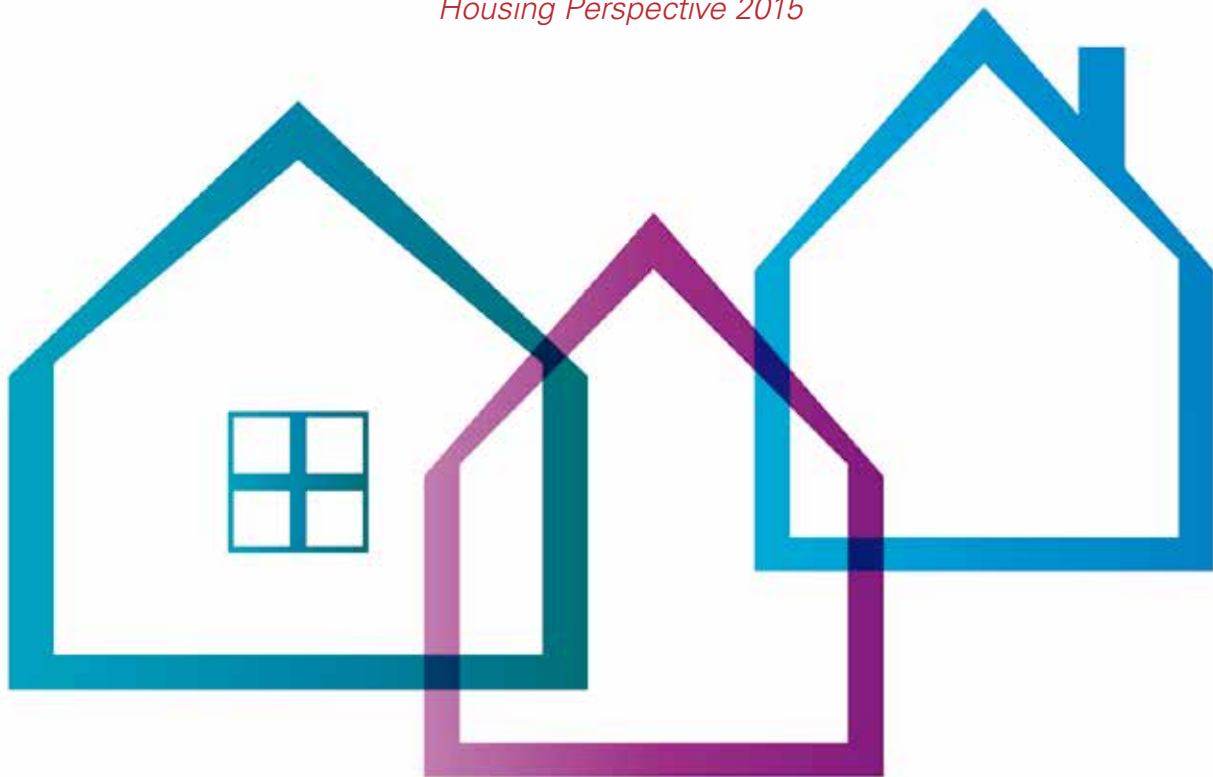
The project consists on a few more than 200 houses in an important university area with a potential demand of house; the job of the SFH complements the efforts led by Infonavit and Conavi to incentive institutionally the house for rent.

“In this Program, the developer has to invest its capital rate of at least 20% of the project’s value and so the SHF will start to grant the credit resources, the project will be the guarantee (because the money is to finish it) the trust owns the lands as wealth, constructions and eventually, the leasing contracts”.

The developer has a grace period to pay the capital while the project’s construction is in process, however, the interests must be paid during this time, and once the construction is finished and when generating the rents, the interests and capital are paid. This kind of efforts to incentive and generate the offer is very important to institutionalize the house for rent”, ended the expert. ■

# PERSPECTIVA DE VIVIENDA 2015

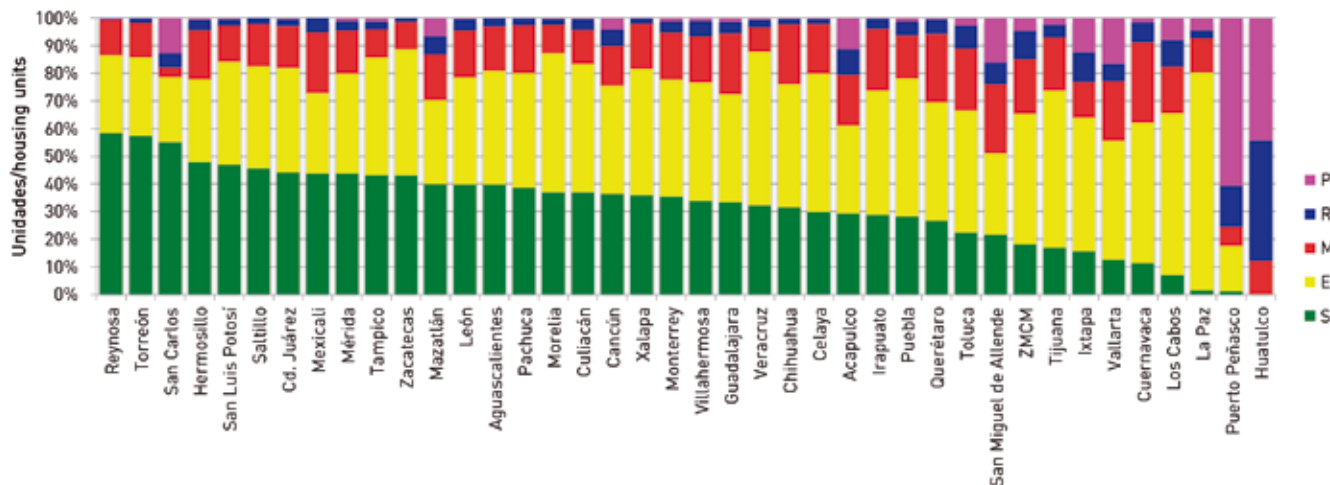
*Housing Perspective 2015*



**EN LA MEDIDA EN QUE LOS PLANES DE INVERSIÓN,  
CRECIMIENTO EN LA CREACIÓN DE EMPLEOS PERMANENTES  
Y NUEVAS EMPRESAS SE MATERIALICEN, LA PERSPECTIVA  
AL 2015 DEL MERCADO HABITACIONAL FORMAL SE  
PRESENTA FAVORABLE.**

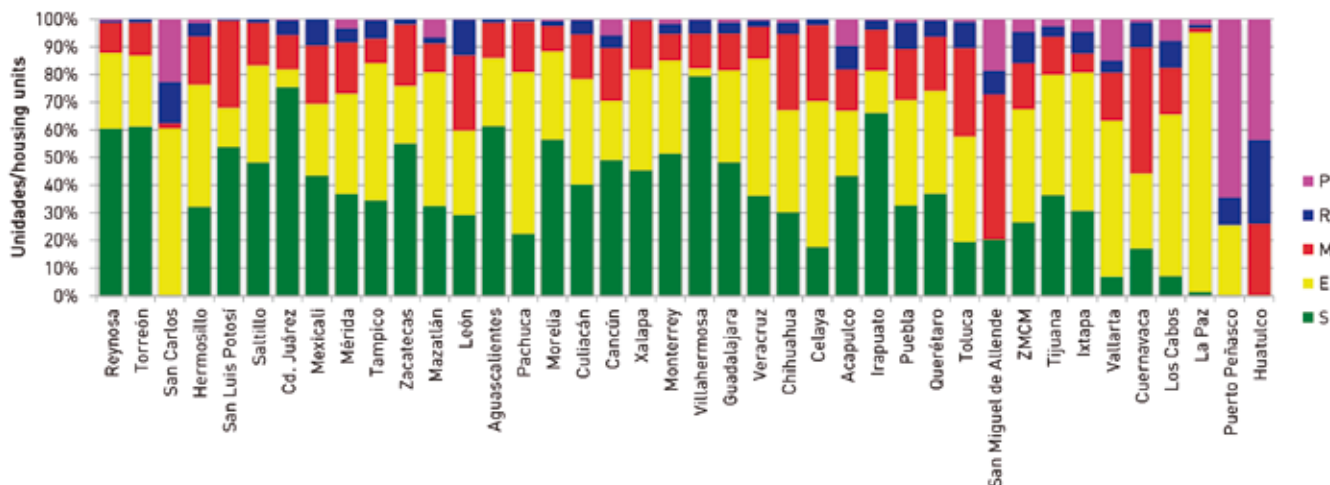
GRÁFICA 1

Vocación habitacional histórica  
Historic housing vocation



GRÁFICA 2

Vocación habitacional actual  
Actual housing vocation



**VOCACIÓN INMOBILIARIA**

Una vez atendida la mayor parte de la demanda rezagada de financiamiento hipotecario para la compra, modificación, remodelación o construcción de vivienda en prácticamente todas las ciudades del país, queda al descubierto la vocación inmobiliaria de cada ciudad. Esta vocación inmobiliaria, definida en función de los segmentos de vivienda con mayores niveles de venta, obedecen a la vocación económica de las ciudades en cuestión (Gráfica 1).

Así, las ciudades con una vocación industrial generan una proporción mayor de compradores de vivienda de interés social, beneficiarios de los programas de financiamiento Infonavit, y una mayor incidencia en el otorgamiento de subsidios a la compra. En ciudades con una mayor vocación hacia actividades comerciales y de servicios, se aprecia una mayor incidencia en la venta de vivienda Media y Residencial. Asimismo, la consolidación y definición económica en las ciudades genera también un proceso de movilidad habitacional que permite una mayor participación de ventas en los segmentos Medio y Residencial (Gráfica 2).

Ciudades como San Luis Potosí, Hermosillo, Mexicali, Zacatecas, León, Cancún, Chihuahua, Celaya, Toluca, San Miguel de Allende, Cuernavaca y Huatulco, presentan actualmente una vocación inmobiliaria con un componente de vivienda Media superior a su histórico promedio. La perspectiva es que estos segmentos se consoliden y mantengan una dinámica positiva en el mediano plazo. Plazas como Ciudad Juárez, Aguascalientes, Villahermosa, Morelia, Acapulco, Irapuato y Tijuana, han tendido recientemente hacia una vocación incremental de vivienda de interés social, especialmente la del segmento Social, de hasta 337,000 pesos por unidad.

En prácticamente todos los mercados inmobiliarios habitacionales del país, el dinamismo económico y el empleo constituirán los ejes de crecimiento del mercado de vivienda nueva terminada. Así, mientras los planes de inversión, crecimiento en la creación de empleos permanentes y nuevas empresas se materialicen, la perspectiva al 2015 del mercado habitacional formal se presenta favorable.

La contención de la informalidad, en todos sus aspectos, tendrá repercusiones po-

sitivas, toda vez que poco más del 65% del crecimiento del parque habitacional se concentra en la autoconstrucción y de ésta, cerca del 80% se desarrolla de manera irregular.

**INICIO DE NUEVOS PROYECTOS**

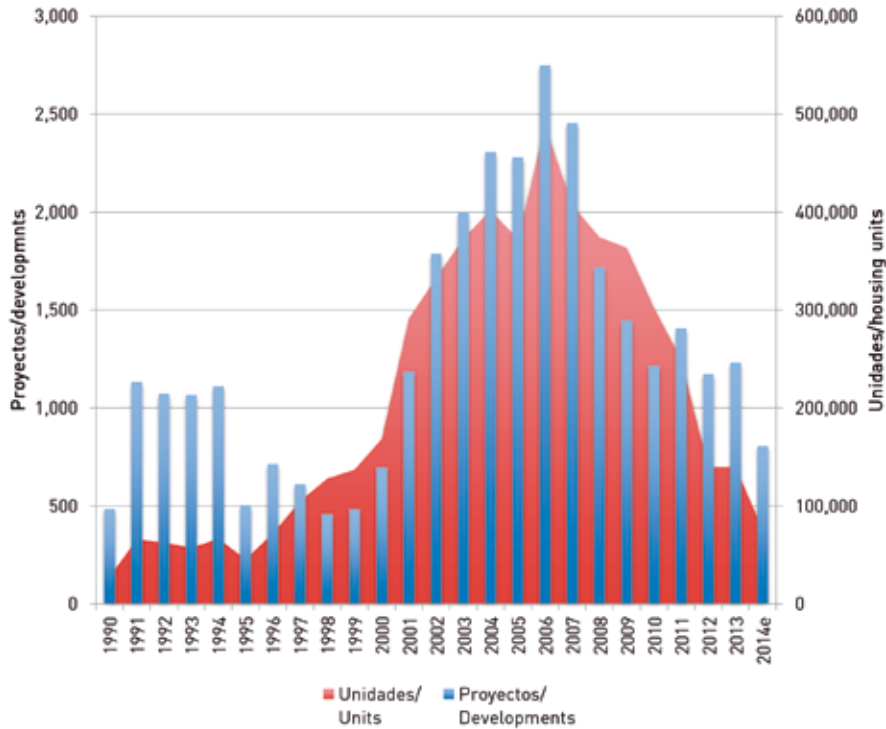
Desde 2007 el mercado de vivienda nueva terminada ha experimentado una continua baja en el número de proyectos y unidades de vivienda nueva que inician cada año (Gráfica 3).

Así, para 2014, Softec estima que la tasa de inicio de nuevos proyectos y unidades de vivienda terminada quedará por debajo de las cifras de 2013.

En cuanto a la dinámica de inicio de nuevas unidades de vivienda por segmento, se aprecia una mayor afectación en los segmentos de interés social (S y E) y Medio. 2011 y 2012 son años que presentan importantes bajas en la tasa de inicio de nuevas unidades de los segmentos de interés social. El resto de los segmentos cuenta con altibajos, pero que también serán difíciles de reponer en 2015 (Gráfica 4).

Al 2015 se prevé que las condiciones normativas, de financiamiento a la construcción

**GRÁFICA 3** Inicio de nuevos proyectos y unidades  
**Housing starts**



y de disponibilidad de reservas territoriales sigan limitando el inicio de nuevos proyectos. Para 2015, se espera al menos que el volumen de nuevos proyectos y unidades de vivienda se mantenga igual que en 2014.

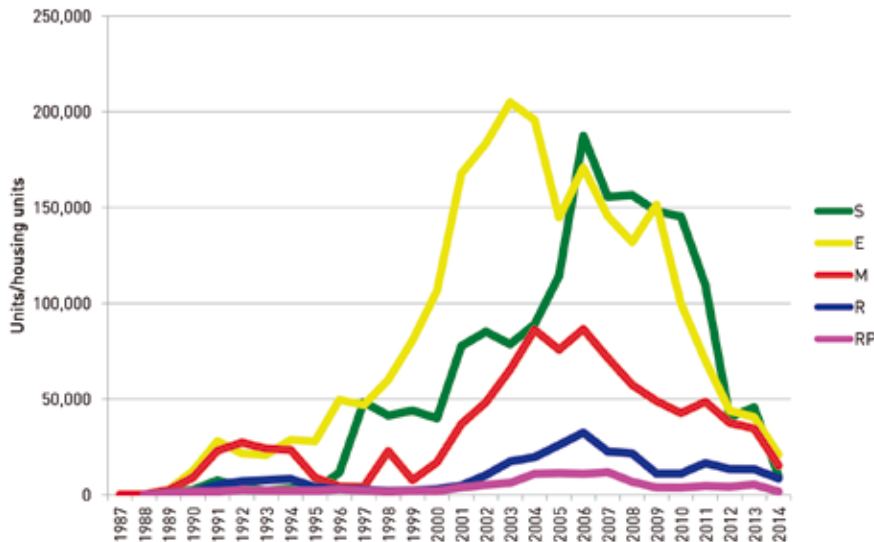
**AGOTAMIENTO DE INVENTARIOS**

Como consecuencia de la constante baja en el tren de vivienda (inicios de nuevos proyectos y unidades), la reposición de las unidades que los compradores van tomando del mercado, deja de manifiesto un acelerado agotamiento de inventarios. De no iniciarse o entrar a la venta nuevos proyectos, el mercado de vivienda nueva terminada agotaría

los inventarios actuales en no más de cinco años. De hecho, el 2015 terminaría con 56% menos inventarios respecto a 2014 y para 2020, sólo el 5% de las unidades a la venta hoy seguirían en el mercado (Gráfica 5).

Nuevos esquemas de asociación entre empresas desarrolladoras, fondos de inversión, e incluso autoridades permitirán la compra y habilitación de nuevas reservas territoriales que permitirían restituir el tren de vivienda en los segmentos de mayor dinámica, y mantener los niveles de ventas que han llegado a un nivel de estabilidad durante los últimos tres trimestres. La posibilidad de reponer la oferta que se va retirando del

**GRÁFICA 4** Unidades iniciadas por segmento  
**Housing starts by segment**



mercado por ventas, permitirá seguir atrayendo a los demandantes que buscan ejercer sus créditos, moverse a un segmento mejor, o realizar una buena inversión inmobiliaria (Gráfica 6).

**OPORTUNIDADES DE MERCADO**

Dado que las restricciones por escasez de reservas territoriales aptas y poco financiamiento a la urbanización y a la construcción, han generado importantes limitantes a la recuperación de los niveles de participación y ventas de la vivienda nueva terminada, las empresas que logren concretar asociaciones productivas o arrancar nuevas etapas de proyectos en marcha, podrán aprovechar la actual situación de agotamiento de inventarios que abre interesantes oportunidades de ventas en un entorno de alta profesionalización, entendimiento de las necesidades del comprador y aportación de valor agregado a un mercado cada vez más competido.

**Real Estate vocation**

Once most of delayed mortgage demand has been served through mortgages for buying new homes, modification, remodeling or housing building in almost every city in the country, it can be possible to observe housing segment vocation of each market. This vocation, defined by housing segments with higher sales numbers, obeys to the economic vocation of each city (Graph 1).

In this way, cities with an industrial vocation generate a higher proportion of buyers for affordable homes. These buyers are main beneficiaries from Infonavit mortgage programs and an important proportion can access to subsidies for buying homes. In cities with a higher vocation for retail and services activities, it can be observed a larger proportion of sales of Middle and Residential homes. In the same way, consolidation and well defined situation of local economy also generates a housing mobility process that allows a larger sales for Middle and Residential housing segments (Graph 2).

Cities like San Luis Potosi, Hermosillo, Mexicali, Zacatecas, Leon, Cancun, Chihuahua, Celaya, Toluca, San Miguel de Allende, Cuernavaca and Huatulco, actually have a housing vocation with a higher proportion of Middle

**AS INVESTMENT PLANS, CREATION OF NEW PERMANENT JOBS AND NEW COMPANIES BECOME A REALITY, 2015 PERSPECTIVES FOR FORMAL NEW HOME MARKETS WILL HAVE A POSITIVE PERFORMANCE.**

**Orange** Investments®  
orange.com.mx

# Smart projects that mean smart business.

Since 2005, **Orange** Investments® emerged as a powerhouse business intelligence and real estate development company, unique in Mexico. We have consulted & developed successful mixed-use, multifamily, retail and office projects all around the country and beyond, now exceeding one billion dollars in investment value.

We make Real Estate happen.



GRÁFICA 5

Ventas y agotamiento de inventario  
Units sold and stock depletion



**PREVENTING INFORMAL GROWTH, IN ALL ITS ASPECTS, WILL HAVE A POSITIVE IMPACT, DUE THAT 65% OF HOUSING GROWTH BELONGS TO SELF CONSTRUCTION AND FROM THIS NUMBER, 80% BELONGS TO IRREGULAR BUILT HOMES.**

homes, compared with its historic average. In the middle term, the perspective for these cities points to the consolidation and maintenance of a positive dynamic. Cities like Ciudad Juarez, Aguascalientes, Villahermosa, Morelia, Acapulco, Irapuato and Tijuana, have recently shown an increasing vocation for affordable housing, especially from Social segment up to 337,000 pesos each unit.

In almost all housing markets of Mexico, economic dynamics and employment will support the growth axis of finished new housing market. In this way, as investment plans, creation of new permanent jobs and new companies become a reality, 2015 perspectives for formal new home markets will have a positive performance.

Preventing informal growth, in all its aspects, will have a positive impact, due that 65%

of housing growth belongs to self construction and from this number, 80% belongs to irregular built homes.

**Housing starts**

Since 2007, new housing market has experienced a continuous decreasing performance in terms of new developments and housing units started (Graph 3).

In this way, for 2014, Softec estimates that the housing starts (projects and units) will go below 2013 numbers.

In terms of new houses started by segment, it can be observed a higher negative impact in affordable housing segments (S y E) and Middle. 2011 and 2012 present an important decreasing trend for affordable segments. Middle, Residential and Residential Plus markets had uneven performance and it will be difficult to

replenish in 2015, the amount of projects that didn't start in previous years (Graph 4).

For 2015, it is foreseen that legal, construction lending and land reserves availability aspects will keep restricting housing starts. For 2015, it is expected that at least, the amount of new projects and units coming in to the market will maintain 2014 numbers.

**Stock depletion**

As a consequence of the continuous decrease in the housing starts (projects and units), reposi-tion of sold units bought by housing demand-ers gets difficult, impacting in a more dramatic way over the stock depletion process. In the event of not having new starts of projects and units, stocks will be finished in no more than five years. In fact, 2015 could finish with 56% less units, compared with 2014. And for 2020, only 5% of units on sale now will be still in the market (Graph 5).

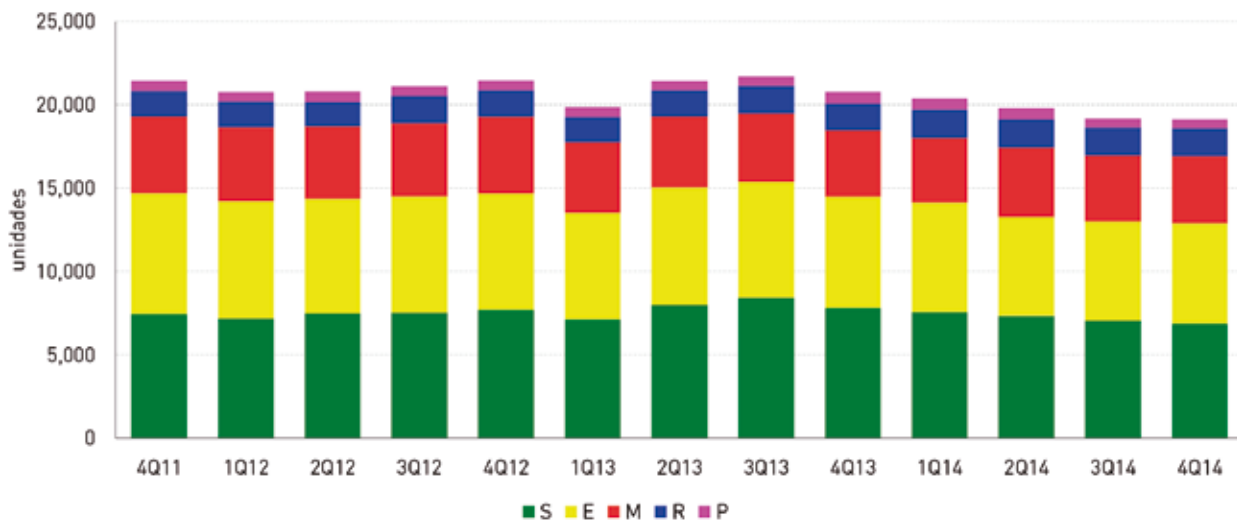
New association schemes among develop-ers, investment funds, and even authorities, will allow the purchase and enabling of new land reserves for restoring housing starts trends for those markets with a higher dynamic perfor-mance. The later will contribute to maintain the sales stability observed in the past three quar-ters. The possibility of restoring supply that has been taken away from the market from housing sales, will allow to keep attracting new housing buyers looking for an opportunity to apply their mortgages, to move to a better segment or to get advantage of a good real state investment (Graph 6).

**Market opportunities**

Due the restrains to the market because of the lack of qualified land reserves and the shortage of urbanization and construction financing, recovery of sales performance will be highly limited. Developers who can close productive associations or can start new stages of actual projects, can take advantage of the stock depletion process and with this, opening important sales opportu-nities for participating in a higher professional environment, understanding buyer needs and to give aggregate value for products and services in an increasing competitive market. ■

GRÁFICA 6

Ventas totales por mes





## UNA PLATAFORMA GLOBAL VERDADERA

Entregando soluciones inmobiliarias innovadoras y creativas desde México hasta Nueva Zelanda

Nos centramos en la prestación de servicios inmobiliarios de alta calidad consistentes a través de nuestra plataforma global de 253 oficinas en 60 países. Coordinación y colaboración a través de las fronteras es fundamental para ofrecer las mejores prácticas y soluciones para nuestros clientes.

# EL MERCADO DE VIVIENDA EN MÉXICO



**LA ECONOMÍA MEXICANA MUESTRA SEÑALES DE RECUPERACIÓN, Y LA ESTABILIDAD EN LA INFLACIÓN MANTIENE TASAS DE INTERÉS REDUCIDAS, LO QUE FAVORECE EL FINANCIAMIENTO A LA CONSTRUCCIÓN Y EL CRÉDITO HIPOTECARIO. SIN EMBARGO, PESE A LAS SEÑALES POSITIVAS, SE ESPERA LA EVOLUCIÓN DEL INGRESO, DEL CUAL DEPENDE LA REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA.**





**A** lo largo de 2014, el sector de la construcción ha mostrado un acelerado proceso de recuperación, especialmente a partir del segundo semestre, luego de un periodo de más de dos años con tendencia de caída y/o desaceleración. En el proceso de recuperación, el componente de edificación, y especialmente el de tipo residencial, han tenido un papel preponderante.

Las cifras de registro de nueva edificación y colocación de créditos para vivienda, sin duda presentan un balance muy favorable, que en buena medida se puede explicar por las distintas medidas de apoyo al sector que impulsó el gobierno durante el presente año para contribuir a su reactivación. En las perspectivas hacia adelante, habrá que tomar en cuenta también el entorno económico, y particularmente la dinámica de la demanda agregada, pues al final, es ésta la que determina el ritmo al que se coloca la vivienda, y por tanto, al que puede crecer la industria en el corto plazo.

Durante el año 2013, la industria de la construcción presentó una caída en correspondencia al ciclo económico de la economía mexicana, aunque de una manera más pronunciada. Esto confirmó su comportamiento pro- cíclico. Desde junio del 2012, el sector de la construcción comenzó una desaceleración en la medición de cuentas nacionales e inició un repunte en la tendencia desde 2013. Lo anterior es confirmado por el indicador de actividad industrial, que en agosto creció 1.4% a tasa anual, mientras que la edificación lo hizo en un 7.8%.

Durante 2014 se observa también un incremento en la demanda de mano de obra del sector de la construcción, según las cifras de los trabajadores registrados ante el IMSS. Así, para el mes de septiembre de 2014, el número de asegurados al IMSS total creció en 4.8% a tasa anual, mientras que el del sector de la construcción lo hizo en un 9.6%.

La información de la Encuesta Nacional de Empresas Constructoras (ENEC) que publica el INEGI, señala que el valor de la producción de la construcción por tipo de obra se ha mantenido recientemente. Asimismo, la edificación ha mantenido su porcentaje de participación al ser de un 45% en enero de 2012, a un 44% en julio de 2014. No obstante, es importante señalar que a finales de 2008, su participación ascendía a un 54% del total.

Al mes de septiembre, la creación neta de empleos en el sector de la construcción durante 2014 alcanza los 122,715 trabajadores. Esto equivale a un 18.3% de los puestos de trabajo creados en el último año en la economía.

Después de que durante la mayor parte del 2013, el inventario de vivienda en proceso de construcción se mantuvo por debajo de las 220 mil unidades, en 2014 se ha observado un crecimiento significativo. En el comparativo interanual al mes de septiembre, el nivel de inventario de vivienda

## LOS NÚMEROS:

- Para agosto 2014, el sector de la construcción creció 1.4% a tasa anual, mientras que la edificación lo hizo en un 7.8%.
- Para septiembre 2014, el número de asegurados IMSS creció en 4.8% a tasa anual, mientras que el del sector de la construcción lo hizo en un 9.6%.
- El valor de la edificación se ha mantenido: su porcentaje de participación en julio 2014 era de un 44%; pero a finales de 2008, su participación ascendía hacia un 54% del total.
- Al mes de septiembre 2014, la creación neta de empleos en el sector de la construcción alcanzó los 122,715 trabajadores, 18.3% de los empleos creados en el último año.
- El inventario de vivienda en construcción incrementó 27%. En el mes de octubre se registraron 46.8 mil unidades, la cifra más alta en 35 meses. El inventario de vivienda terminada mostraba un crecimiento de 8.5% hacia septiembre.
- La inscripción de viviendas al RUV avanza. En octubre se terminaron 32,000 viviendas; la mayor cifra desde noviembre del 2011. El crecimiento acumulado en el 2014 alcanza el 12%.
- Infonavit planea concluir 580,000 acciones para 2014 (380 mil créditos hipotecarios por un monto de 140 mil millones de pesos). Fovissste ha contemplado otorgar 55,500 créditos hipotecarios y 45 mil acciones de vivienda para ampliar, reparar o mejorar la vivienda, con una derrama económica esperada de 38,185 millones de pesos.
- El crédito para pago de pasivos hipotecarios, dentro del financiamiento de la banca comercial en el periodo enero-septiembre, ascendió a 5.7 mil millones de pesos, cuando en todo 2013 el monto fue apenas cercano a los 1.7 mil millones.



en proceso de construcción, incluyendo viviendas sin reporte, ha aumentado en 30 mil unidades, que representan 15.5%.

Este crecimiento en la oferta de vivienda ha sido impulsado por los registros de vivienda y los subsecuentes inicios de obra. Respecto de los primeros, entre los meses de mayo y agosto se observaron registros por encima de las 30 mil unidades en cada mes, lo que constituyó la mejor sucesión de resultados desde 2001. Con datos acumulados al mes de octubre, la comparación interanual mostró un incremento de 27%. En particular, durante el mes de octubre se registraron 46.8 mil unidades, la cifra más alta en 35 meses.

Por su parte, el inventario de vivienda terminada recientemente muestra, en la comparativa interanual de septiembre, un

comportamiento similar con un crecimiento de 8.5%, lo cual se aprecia como un indicio de sincronía entre el crecimiento de la oferta y la capacidad de absorción del mercado.

La inscripción de viviendas al RUV avanza a un ritmo de 380,000 viviendas, en términos anualizados, que se compara con las 305,000 viviendas registradas en todo el 2013. En este sentido, en octubre se terminaron 32,000 viviendas; la mayor cifra desde noviembre del 2011. El crecimiento acumulado en el 2014 alcanza el 12%.

En el mercado de la vivienda, el Infonavit tiene una meta para el año 2014, a través de 580,000 acciones (46.5% para vivienda nueva, 19% para vivienda usada y 34.5% para ampliaciones) que comprenden 380 mil créditos hipotecarios por un monto de 140 mil

millones de pesos. Por su parte, para 2014, el Fovissste ha contemplado otorgar 55,500 créditos hipotecarios y 45 mil acciones de vivienda para ampliar, reparar o mejorar la vivienda, con una derrama económica esperada de 38,185 millones de pesos. Adicionalmente, existe la colocación de créditos hipotecarios por parte de la banca comercial. Para el 2015, se espera una mayor actividad por parte de estas instituciones.

Cabe destacar el fuerte crecimiento que ha tenido el crédito para pago de pasivos hipotecarios, dentro del financiamiento de la banca comercial. En el periodo enero-septiembre, el monto colocado por este concepto asciende a 5.7 mil millones de pesos, siendo que en todo el 2013, el monto fue apenas cercano a los 1.7 mil millones.

En la economía mexicana cada vez son más claras las señales de recuperación, así, indicadores relevantes como son: el Producto Interno Bruto mensual (IGAE), el empleo, la inversión en el sector de la construcción, las exportaciones, la actividad industrial, y la confianza empresarial en el sector, entre otros, muestran señales de crecimiento. Asimismo, la estabilidad en la inflación permitirá mantener tasas de interés en niveles reducidos, que favorece el financiamiento a la construcción y el crédito hipotecario. Sin embargo, hay que hacer notar que, pese a las señales positivas en el sector de la vivienda, la recuperación de la economía en su conjunto es determinante para la reactivación de la demanda.

En resumen, durante 2014 se han presentado avances importantes en el sector de la vivienda. La tendencia a la baja que venía presentando la producción de vivienda desde 2010 logró revertirse; en el total de la economía, la edificación residencial resultó un motor importante (su crecimiento en el tercer trimestre, de 5.6% anual, duplicó al de la economía en su conjunto). Los organismos nacionales de vivienda (Infonavit, Fovissste, SHF, Conavi), han realizado un importante esfuerzo para revitalizar al sector, a través de diversificar los esquemas de financiamiento y promover mayor acceso a los programas de apoyo a segmentos más amplios de población. Hacia adelante, las perspectivas para el sector apuntan hacia la consolidación del crecimiento, pues se tienen las bases para mantener el ritmo de la actividad en los próximos trimestres. Habrá que prestar atención sin embargo, a las condiciones de la economía general, que es la clave para determinar la evolución del ingreso y por tanto, de la demanda de vivienda. ■

## LA PRODUCCIÓN DE VIVIENDA LOGRÓ REACTIVARSE EN 2014: LA EDIFICACIÓN RESIDENCIAL TUVO UN CRECIMIENTO EN EL TERCER TRIMESTRE DE UN 5.6% ANUAL; INFONAVIT, FOVISSSTE, SHF Y CONAVI DIVERSIFICARON LOS ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO Y PROMOVIERON MAYOR ACCESO A SEGMENTOS MÁS AMPLIOS DE POBLACIÓN.



Todo **gran líder**  
necesita un **gran socio.**

Adaptamos la banca a ti.

**invex** Banco | TU SOCIO FINANCIERO®

INVERSIONES • FINANCIAMIENTO • ASESORÍA

# CRECIMIENTO HOTELERO EN MÉXICO

*Hotel Expansion in Mexico*

**ibis** STYLOS

**EL SEGMENTO DE  
NEGOCIOS Y PLACER  
VEN UNA OPORTUNIDAD  
FUERTE EN NUESTRO  
PAÍS QUE SE HA  
POSICIONADO COMO  
LÍDER EN LA ZONA**





**E**l sector hotelero entra en una dinámica importante, México se está convirtiendo en uno de los países de América Latina que resulta atractivo para la llegada de capitales en distintos sectores del mercado inmobiliario, producto del panorama positivo en temas económicos que se vislumbra para los siguientes años, así como la llegada de turistas extranjeros y el movimiento de los connacionales.

La confianza en el crecimiento turístico, ya sea de negocios o descanso, no sólo se refleja en las perspectivas favorables de las distintas marcas u operadores de hoteles, sino también de los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (Fibras) quienes han anunciado adquisiciones, desarrollo de inmuebles, adición de cuartos e inicios de operación.

### OPERADORES HOTELEROS

Accor, líder mundial en operación de hoteles tiene planes para acelerar el crecimiento en nuestro país. En entrevista para Inmobiliare, Abel Castro, vicepresidente de Desarrollo para Américas y Caribe aseveró que "México es clave en el desarrollo, porque es un país con un potencial muy fuerte, y queremos acelerar nuestro desarrollo. Actualmente tenemos 13 hoteles en operación con un total de 1861 habitaciones y tenemos contratos firmados en construcción para ocho hoteles en cinco nuevas ciudades".

En cuanto a los planes a largo plazo, la meta de Accor es llegar a 50 hoteles en operación para 2020 en México, con un predominio en el segmento económico con 35 inmuebles de las marcas ibis, ibis Style y Novotel, la última es la más fuerte en territorio nacional.

La marca ibis es una de las apuestas más fuertes a nivel global de Accor. "Nosotros abrimos un ibis cada tres días en el mundo porque conseguimos entregar un produc-

to de calidad, con seguridad, que funciona muy bien con la opción de reservar vía web con un precio competitivo y ese es el secreto de la marca", comparte Abel Castro. "Por ejemplo, el monto de inversión de un hotel ibis en México es de 45,000 dólares por cuarto incluyendo el terreno y 35,000 dólares sin costo de terreno", añade.

La prioridad de Accor es reforzar su presencia en las principales ciudades como Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, para continuar por colocarse en las que aún no están como Puebla, Veracruz, Tijuana, Querétaro y León.

### MÉXICO EN EL FOCO DE INMUEBLES DE LUJO

La marca Sofitel, considerada de inmuebles de lujo, llegará a la ciudad de México y construirá el primer hotel de este segmento. En contraste, países como Canadá, Estados Unidos, Colombia, Uruguay y Brasil ya cuentan con presencia en el segmento, este último país tiene cuatro en operación.

Para el segundo trimestre de 2017 se inaugurará Sofitel México Reforma, con 290 habitaciones, de las cuales 61 serán suites; además, tendrá Lobby Bar & Roof Top Bar,



George Massa  
Hilton

**"HILTON WORLDWIDE TIENE PLANES DE CONTINUAR CRECIENDO EN LATINOAMÉRICA, CON MÉXICO A LA CABEZA COMO EL DESTINO DE MÁS RÁPIDO CRECIMIENTO DE LA REGIÓN",  
GEORGE MASSA**



Craig Smith  
Marriott International

restaurante y SO FIT: fitness room con sauna/vapor.

“Queremos tener cinco hoteles de la marca de lujo en México, el primero será en la ciudad de México pero nos interesan mercados como Cancún, Riviera Maya, Los Cabos y Riviera Nayarita, que pueden ser destinos de ciudad con de playa. Por el momento estamos trabajando y buscando inversionistas que tengan interés por desarrollar esas marcas, hay algunas negociaciones

y la respuesta ha sido positiva”, adelantó el vicepresidente de Desarrollo para Américas y Caribe de Accor.

“Cuando comenzamos con la presencia de Accor en algún país, hacemos inversiones directas; el siguiente paso es ajustar contratos de administración, y luego de franquicia. En México estamos en la segunda y tercera ola, hoy todos los contratos que firmamos son de administración (los inversionistas ponen el capital, nosotros operamos el hotel con todo el expertis del Grupo, y no hay inversión de Accor porque nosotros proporcionamos la marca, plataforma de distribución y temas de fidelidad).

“La tercera ola contempla los contratos de franquicias donde le pasamos a un propietario toda la experiencia operacional, los detalles de construcción, marca y plataforma; posteriormente, él opera el hotel directamente con nuestro soporte. Esta tercera etapa es la que estamos comenzando en México, creo que es un mercado muy maduro y este tipo de franquicia puede funcionar bien”, complementó Abel Castro.

### HILTON VA POR 30 INMUEBLES

Por su parte, Hilton Worldwide empresa que trabaja principalmente con contratos de administración y franquicias, en palabras de George Massa (Vicepresidente, Desarrollo para México & Centroamérica, Hilton Worldwide) compartió con Inmobiliare que para el 2015 en México tienen planes de expansión

donde incluyen aproximadamente 30 hoteles nuevos en cuatro de sus marcas: Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Hilton Garden Inn y Hampton Inn by Hilton.

Además, consideró que “Hilton Worldwide tiene planes de continuar creciendo en Latinoamérica, con México a la cabeza como el destino de más rápido crecimiento de la región. México representa un destino de suma importancia para nuestros esfuerzos de desarrollo e introducción de marcas nuevas al mercado”.

### MARRIOTT DUPLICARÁ SU PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA PARA 2017

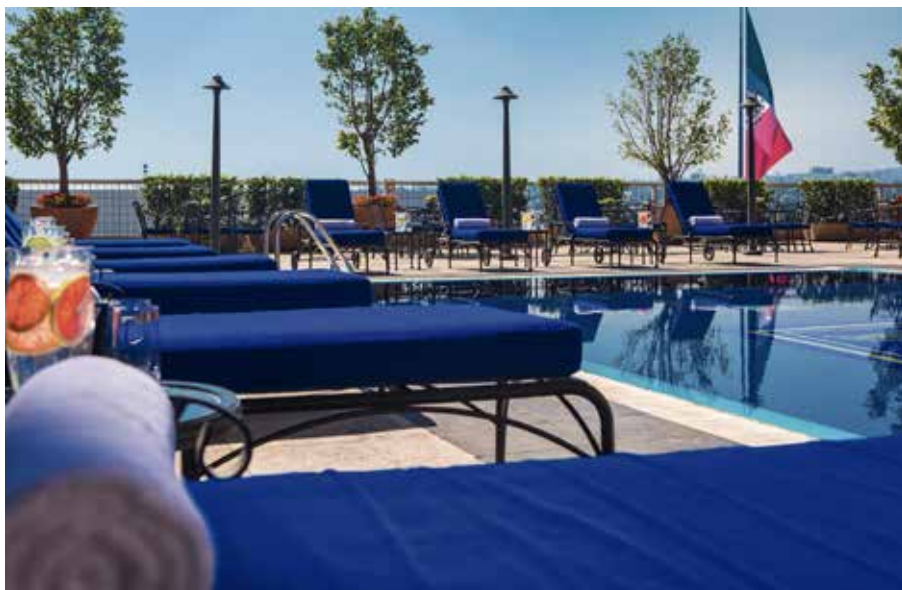
El sector hotelero y de viajes a nivel mundial muestra actualmente un crecimiento acelerado. En 2013 más de 1.1 mil millones de personas viajaron fuera de su país de origen y se prevé que en 2017 la cifra sea de 2 mil millones. Marriott International aprovechará esta favorable situación para alcanzar la cifra de 5 000 hoteles en 100 países para 2017, además de duplicar su presencia en América Latina de 82 a 150 hoteles mediante sus distintas marcas en 22 países.

Durante la World Travel & Tourism (WTTC) 2014, Craig Smith, Presidente de Caribe y América Latina de Marriott International, declaró que “la expansión de la clase media y el crecimiento continuo de ingreso disponible, impulsarán los viajes hacia todo el mundo entre los latinoamericanos”.

### FIBRAS HOTELERAS

Fibra Hotel, en su reporte de 3T2014, destacó un cierre con un portafolio de 63 hoteles equivalentes a 8,694 cuartos, incluyendo 49 hoteles en operación, 13 en desarrollo y un inmueble en reposicionamiento. Además, en este tercer trimestre se concretaron las adquisiciones de tres hoteles, así como la aprobación para el desarrollo de los hoteles One Perisur (144 cuartos), cuya apertura se espera para el tercer trimestre de 2015, y el hotel de servicios selectos Torea (130 cuartos), cuya conclusión de obra se espera para

**“LA EXPANSIÓN DE LA CLASE MEDIA Y EL CRECIMIENTO CONTINUO DE INGRESO DISPONIBLE, IMPULSARÁN LOS VIAJES HACIA TODO EL MUNDO ENTRE LOS LATINOAMERICANOS”,**  
**CRAIG SMITH - MARRIOTT INTERNATIONAL**



el cuarto trimestre de 2015.

Por su parte, Fibra Inn resaltó que al 3T2014 contaba con 27 hoteles en operación, 7 hoteles en proceso de compra y 3 en desarrollo; en total son 5,532 cuartos, de los que 645 se encuentran en construcción. También se aprobó la contratación de Deuda por 2,300 millones en la Asamblea Extraordinaria de Tenedores, firmada el 9 de septiembre de 2014.

**T**he hotel sector enters an important dynamic; Mexico is becoming one of the most attractive countries in Latin America for capital flow in different sectors of the real estate market, as a result of a positive outlook in economic issues envisaged for the next years, as well as the arrival of foreign tourists and movement of fellow citizens.

Confidence in touristic growth, whether for business or pleasure, not only reflects in favorable perspectives for different brands or hotel operators, but also in Real Estate Investment Funds (Fibras), who have advertised different acquisitions, property development, room space addition, and beginning of operations.

### Hotel Operators

Accor, world leader in hotel operation has plans for boosting growth in our country. In an interview for Inmobiliare, Abel Castro, vice-president of Desarrollo para Américas y Caribe pointed affirmed, "Mexico is crucial in this development because it has strong potential and we want to speed up our development. To this date we have 13 operating hotels with a total amount of 1861 rooms and we have signed contracts for the construction of 8 more hotels in 5 new cities".

Regarding long-term plans, Accor's goal is to reach 50 operating hotels for 2020 in Mexico, mainly in the economic segment with 350 properties from brands such as ibis, ibis Style Novotel, the last, being the strongest brand in national territory.

Ibis brand is one of Accor's strongest bets globally. "We open an ibis every three days around the world because we are able to deliver

a quality and safe product, that works well with the alternative of making Internet reservations with a competitive price, and this is the brand's secret", shares Abel Castro. "For instance, the investment's amount of an ibis hotel in Mexico is 45,000 thousand dollars per room, including the land, and 35,000 without land's cost", he adds.

Accor's priority is to strengthen its presence in main cities, such as Mexico City, Guadalajara, and Monterrey, to continue placing itself in those where it is not there yet, such as Puebla, Veracruz, Tijuana, Querétaro, and León.

### Mexico in the luxury real estate focus

Sofitel, considered as luxury real estate, will arrive to Mexico City and will build the first hotel in this segment. In comparison, some countries like Canada, the United States, Colombia, Uruguay, and Brazil, already have presence in the segment; the latter has four in operation.

For the second trimester of 2017, Sofitel México Reforma will open, with 290 rooms, from which, 61 will be suites; in addition, it will have a Lobby Bar & Roof Top Bar, restaurant, and SO FIT: fitness room with sauna and vapor.

"We would like to have luxury hotels in Mexico, the first one will be in Mexico City, but we are interested in markets like Cancun, Riviera Maya, Los Cabos, and Riviera Nayarita, that may be both city and beach destinations. At the time, we are working and looking for investors who are interested in developing these brands, some negotiations have been made and the answer has been positive", confirmed the vice-president of Desarrollo para Américas y Caribe from Accor.

"When we start with Accor's presence in a country, we make direct investments; the next step is setting management agreements, and then, the franchise. In Mexico, we are in the second and third phases; today, all the agreements are management contracts (investors provide the capital, we operate the hotel with the Group's expertise, and there is not any investment from Accor because we provide the brand, distribution platform and loyalty sub-jects).

## INMOBILIARE TRAE PARA TI LOS MEJORES EVENTOS DE NEGOCIOS INMOBILIARIOS DE LATINOAMÉRICA

**Real Estate  
BUSINESS  
SUMMIT**



Real Estate Business Summit **NEW YORK**  
19 FEBRERO 2015

Real Estate Business Summit **MONTERREY**  
8 MAYO 2015

Real Estate Business Summit **CABO SAN LUCAS**  
XV ANIVERSARIO INMOBILIARE  
5 SEPTIEMBRE 2015

Real Estate Business Summit **CD. DE MÉXICO**  
18 Y 19 NOVIEMBRE 2015



SPONSOR  
AND  
ADVERTISEMENT  
AVAILABLE

contacto@inmobiliare.com  
http://inmobiliare.com/summit  
+52 55 55147014 +52 55 24544941  
+52 55 55142077 +52 55 24544942  
+52 55 24544940 +52 55 24544943

**B2B  
media**  
www.b2bmedia.mx



Abel Castro  
Accor

## “QUEREMOS TENER CINCO HOTELES DE LA MARCA DE LUJO EN MÉXICO, EL PRIMERO SERÁ EN LA CIUDAD DE MÉXICO”,

**ABEL CASTRO – ACCOR**

“The third phase takes into account franchise agreements where we pass on our professional experience to an owner, construction details, brand, and platform; he directly operates the hotel with our support. This third stage is where we are starting in Mexico, I believe that it is a very mature market and this kind of franchise could work very well”, added Abel Castro.

### **Hilton goes for 30 properties**

On the other hand, Hilton Worldwide, a firm that works mainly with management service and franchise agreements, according to George Massa (Vice-president, Desarrollo para México & Centro América, Hilton Worldwide) shared with Inmobiliare that for 2015 they plan to expand in Mexico including approximately 30 new

hotels, in 4 of their brands: Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Hilton Garden Inn, and Hampton Inn by Hilton.

In addition, he considered that “Hilton Worldwide plans to continue growing in Latin America, with Mexico in the lead as the fastest growing destination in the region. Mexico represents a very important destination for our efforts of development and the introduction of new brands in the market”.

### **Marriot will double its presence in Latin America for 2017**

The hotel and travel sector worldwide currently shows accelerated growth. In 2013, more than 1.1 billion people traveled outside their country and estimations say that in 2017, the number will be 2 billion. Marriot International will take advantage of this favorable situation to reach a figure of 5,000 hotels in 100 countries for 2017, in addition to doubling its presence in Latin America from 82 to 150 hotels through its different brands in 22 countries.

During World Travel & Tourism (WTTTC) 2014, Craig Smith, President of Latin America

and the Caribbean Region of Marriot International, explained that “the middle class expansion and continuous growth of available income will boost travels around the world among Latin Americans”.

### **Hotel Fibras**

Fibra Hotel, in its 3T2014 report, closed with an outstanding portfolio of 63 hotels that represent an amount of 8,694 rooms, including 49 operating hotels, 13 under development, and repositioning of one property. Besides, during this third trimester, acquisitions in three hotels were consolidated, as well as the approval for the development of Hotel One Perisur (144 rooms), which is expected to open during the third trimester of 2015, and the selected-services Hotel Tereo (130 rooms), whose conclusion is expected by the fourth trimester, 2015.

On the other hand, Fibra Inn pointed out that in 3T2014 had 27 operating hotels, purchase procedures for 7 hotels, and 3 were being developed; the total sum reaches 5,532 rooms, out of which, 645 are under construction. The Extraordinary Meeting of Holders approved a debt agreement for 2.3 billion, signed September 9, 2014. ■



**¡Llama ahora y deja de pagar renta!**



**55 • 64 • 49 • 75**

**POR MENOS DE LO QUE PAGAS DE RENTA PUEDES TENER TU CASA PROPIA**



# GOMEZ VAZQUEZ INTERNATIONAL, una visión innovadora de la arquitectura en Latinoamérica



# ARQUITECTOS DE GVI EXPONEN LAS CARACTERÍSTICAS A CONSIDERAR PARA DESARROLLAR PROYECTOS ÚNICOS



Arq. Alfredo Jiménez Rivera  
Design Director



Arq. Rafael Cantú Mota  
Design Director



Arq. Guillermo García Osorio  
Design Director



Arq. Cesar Uribe Ramírez  
Design Director

**G**ómez Vázquez International es una firma de arquitectura y planeación urbana con oficinas dentro y fuera de México para dar una atención personalizada a los clientes así como un seguimiento puntual de los requerimientos para el óptimo desarrollo de los proyectos.

Por ello, cuatro arquitectos de Gómez Vázquez International abren las puertas de sus oficinas para dar a conocer los elementos más importantes que consideran estas mentes creativas cuando trabajan en la planeación de los complejos.

El arquitecto Juan Pablo Vázquez Hernández (Principal Mexico) menciona que entre algunas características que buscan cumplir en el desarrollo de un proyecto son “superar las expectativas del cliente en todos los aspectos, entender de forma integral, cuidando las bases de diseño fundamentales desde el punto de vista económico, social y sustentable; así como conceptualizar con fundamentos claros y firmes para lograr el producto final para que sea exitoso durante el proceso de diseño y vida útil del proyecto”.

Al respecto, el arquitecto Cesar Uribe (Design Director) considera que debe existir “una respuesta eficaz y precisa a las necesidades que el cliente requiere, así como el reto es dar la solución óptima y adecuada que requiere el proyecto, prestando atención al presupuesto del cliente, cuida la estética y sustentabilidad de los proyectos”.

Características como poner atención en el usuario final (mercado), la imagen arquitectónica, así como la eficiencia y rentabilidad del proyecto son algunos de los detalles que se deben cuidar de acuerdo con la visión del arquitecto Guillermo García Osorio (Design director).

El arquitecto Alfredo Jiménez (Design director) enfatiza que “una de las principales bases es entender que cada proyecto es



Arq. Juan Pablo Vázquez Hernández  
Principal Mexico





**GVI ENTIENDE QUE CADA PROYECTO ES ÚNICO, POR ELLO SUS SOLUCIONES SON ESPECÍFICAS PARA CADA UNO; EL RETO IMPLICA LOGRAR LA INTEGRACIÓN DE LO SOLICITADO POR EL CLIENTE, PROPONIENDO CONCEPTOS ARQUITECTÓNICOS QUE SUPEREN LAS EXPECTATIVAS.**

único y deberá analizarse de esta manera. Es primordial entender el entorno donde se ubica el proyecto, topografía, orientación, visuales, etcétera; elementos determinantes en éste, además es indispensable cumplir cabalmente con las expectativas del cliente para obtener un proyecto arquitectónico de calidad que cumpla con los requerimiento de funcionalidad para lo cual fue concebido”.

### RETOS A VENCER EN LA PROPUESTA DE PROYECTOS

Alfredo Jiménez continúa su intervención para resumir que una de las virtudes de GVI es el entendimiento de que cada proyecto es único, por ello las soluciones que demanda deben ser específicas para cada uno y el reto implica lograr la integración de lo solicitado por el cliente, proponiendo conceptos arquitectónicos y por supuesto, que superen las expectativas.

César Uribe opina que el principal desafío es lograr un proyecto lógico, estético y sustentable incluso cuando las demandas del cliente parezcan muy complicadas. En contraste, García Osorio menciona la importan-

cia de lograr espacios funcionales, atractivos, innovadores y eficientes al máximo en todas las superficies construibles consiguiendo la mayor rentabilidad para el cliente.

Juan Pablo Vázquez coincide con ambos especialistas y agrega que “los retos están en lograr la conjunción de los requerimientos del cliente con nuestro concepto arquitectónico que sea sólido y éste genere el mínimo impacto negativo en el terreno, así como en el entorno; más allá que el sello de GVI creamos que cada proyecto es único e individual porque nuestra arquitectura es más de firma que de autor”.

Complementa al mencionar que la innovación está presente en todos los sectores inmobiliarios donde participan, siempre y cuando haya un equilibrio, pero la arquitectura cultural e institucional tiene más posibilidades de explorar conceptos diferentes. Alfredo Jiménez opina que “aunque en la arquitectura se puede innovar en cualquier sector inmobiliario, los edificios institucionales son un nicho importante donde se pueden integrar conceptos arquitectónicos innovadores”.

César Uribe es enfático al responder que “en todos los sectores tenemos la capacidad de innovar porque al final lo que se busca es la sustentabilidad de los proyectos, buscan generar ahorro en el presupuesto del cliente y por ello, continuamente estamos en la búsqueda de sistemas constructivos óptimos para fachadas de acuerdo a cada proyecto, propuestas conceptuales donde utilizamos maquetas de estudio, análisis volumétricos y gráficas solares, entre otros, además de estudio de materiales sustentables”.

Al cierre de la conversación, Guillermo García Osorio tiene puntos de vista similares a los de sus colegas, sin embargo considera que los edificios comerciales y de oficinas brindan una oportunidad para explorar nuevas formas, materiales y sistemas constructivos. “Uno de los elementos importantes a desarrollar es el tema de la eficiencia en los edificios, así como el tema de movilidad vehicular y peatonal dentro y fuera del inmueble. El ahorro en el consumo de energía también es un punto cada vez más importante a tomar en cuenta, así como el mantenimiento de los mismos”.

## La Vista Loft Puebla

En la ciudad de Puebla se proyecta un desarrollo de uso mixto el cual contará con dos torres de apartamentos de 6 y 10 niveles esta última torre con una hermosa vista al campo de golf de La Vista Country Club. Sobre las áreas públicas se localiza una zona de terrazas y canchas de paddle tennis. Las circulaciones verticales se resuelven mediante varios núcleos de elevadores y escaleras que dan servicio desde los sótanos a lo alto de todas las torres. A este complejo se le une un área comercial con restaurantes y un hotel de prestigiada cadena.



¿y?

EXPERIENCIA PROBADA

01800 2 25-5628 [www.al-koat.com](http://www.al-koat.com)

**AL-KOAT**<sup>MR</sup>

IMPERMEABILIZANTES

# INNOVACIÓN EN SISTEMAS CONSTRUCTIVOS

**NOVABRICK: INSTALADORA QUE CUENTA  
CON UNA TECNOLOGÍA CONSTRUCTIVA  
DE PRIMER NIVEL, DONDE LA  
OPTIMIZACIÓN DE TIEMPOS Y  
MANO DE OBRA SON CLAVES,  
PARA LOGRAR AVANCES Y  
CALIDAD SUPERIORES.**



**E**n México, la mayoría de los muros se construye con mampostería (sistema constructivo en el cual se emplean piezas prismáticas unidas a través de una argamasa), como puede ser el uso de tabiques, ladrillos o blocks. Este trabajo se realiza de forma manual y de formas que requieren del esfuerzo de varias personas para la ejecución, con herramientas manuales que hacen lento el trabajo, además que por la forma en la que se maneja el material en la obra, se producen muchos tiempos muertos que al final del proyecto representan atrasos en la entrega.

Novaceramic, empresa líder en la fabricación de materiales de barro industrializado ha desarrollado sistemas constructivos de alta eficiencia estructural, innovadores y de rápida ejecución. Para ofrecer un servicio completo y representar un beneficio para el constructor y para el usuario final, Novaceramic ha creado una empresa instaladora que cuenta con todo el respaldo de la marca y experiencia en el montaje de los diversos sistemas de construcción.

NOVABRICK es una empresa dedicada a la edificación y principalmente a la construcción y montaje de muros con productos NOVACERAMIC. Es una de las empresas que forman parte del grupo Resnova (grupo multisectorial operativo en España, México y EEUU, con presencia en el sector cerámico,





automoción, textil y vinícola). Lleva realizando obras en México desde el año 2006.

La principal fuerza de NOVABRICK es el avanzado conocimiento en sistemas constructivos basados en piezas de cerámica estructural y una tecnología de construcción pionera en México. Nace como un apoyo para los constructores al ofertar la instalación de muros de carga, diafragmas y divisorios con tabiquería de barro industrializado, así como la construcción total de proyectos donde se requiera el mismo tipo de materiales. La misión de Novabrick es realizar obras con sistemas constructivos NOVACERAMIC con el fin de aportar un beneficio para el constructor al aplicar una tecnología novedosa en México y realizado con productos de calidad para el confort del usuario final. Con ello se busca incrementar en el mediano plazo el uso de los materiales cerámicos Novaceramic y los sistemas constructivos que resultan de ellos, en especial los sistemas de muro divisorio con tabiques de gran formato.

### MUROS DE LADRILLO, MUROS DE VERDAD

Novabrick instala todos los sistemas constructivos Novaceramic, sin embargo, existe uno que es el de mayor aplicación: el sistema Megabrick. Este se encuentra constituido por piezas de gran formato (50 x 50 cm), las cuales se pegan de manera similar a un ladrillo convencional, sin embargo, al ser para muros divisorios, su estructuración es distinta. Por el gran tamaño de las piezas y la forma de colocación, su avance es bastante veloz, de alrededor de 30 metros cuadrados por oficial. Este sistema está orientado principalmente hacia el tipo de construcción de vivienda donde se usan paneles de yeso o similares, como muro divisorio para limitar espacios habitacionales, dado que su costo es similar a ese sistema constructivo y se logran muros resistentes al fuego, a la humedad, que permiten la fijación de elementos al muro sin instalaciones especiales y un mejor aislamiento térmico y acústico.

Novabrick es una instaladora que cuenta con una tecnología constructiva de primer nivel, donde la optimización de tiempos y mano de obra son claves, así como herramientas especializadas y procesos constructivos que permiten que los avances y calidad de obra sean superiores.

La experiencia de obra de Novabrick es bastante amplia, algunas de las empresas que han utilizado exitosamente sus servicios son Altezza, Grupo Terra, Lebank, entre otros. Novabrick es una apuesta importante para la construcción de muros de la más alta calidad instalados por expertos. ■





# BEA

## BIOCONSTRUCCIÓN Y ENERGÍA ALTERNATIVA

Your **expert** partner in LEED® & Green Building.



Gestión Integral de Certificación LEED®

Consultoría en Edificación Sustentable

Servicios de Commissioning

Modelación Energética

Diseño Arquitectónico Bioclimático

Cursos LEED®

Líderes y Pioneros LEED®  
en México y América Latina





# EVOLUCIONA EL MARKETING INMOBILIARIO

*Real estate marketing evolves*

**EXPOSHOW INMOBILIARIO 3DIFICA LOCALIZADO EN EL CENTRO COMERCIAL SANTA FE, MUESTRA UN CONCEPTO TOTALMENTE DIFERENTE E INNOVADOR PARA MOSTRAR Y PROMOVER LOS MEJORES DESARROLLOS INMOBILIARIOS, TANTO TURÍSTICOS, RESIDENCIAL, CORPORATIVOS Y COMERCIALES CON EL USO DE LA TECNOLOGÍA DIGITAL Y ELECTRÓNICA MÁS AVANZADA Y LOGRAR TODA UNA EXPERIENCIA AL CONSUMIDOR FINAL.**

Un concepto innovador en la promoción de los proyectos inmobiliarios con el uso de la mejor tecnología llega a Centro Comercial Santa Fe, el cual es un punto estratégico para llegar a clientes potenciales con alto poder adquisitivo (sectores A y B) y este centro comercial tiene una afluencia anual de dos millones de visitantes al año, Exposhow Inmobiliario es una oportunidad para conocer los pormenores de las opciones en construcciones de todos los sectores.

La idea surge aprovechando la experiencia de 3Difica que lleva 15 años en el mercado y ha participado en 600 desarrollos inmobiliarios "el marketing se está sofisticando y el consumidor final se está haciendo más exigente, pone más atención en los detalles y quiere materiales de mayor calidad como las páginas web, brochure, videos, renders e información más completa y precisa; por ello, Expo Show Inmobiliario 3Difica es una respuesta a esas necesidades del mercado para dar mejor exposición a los proyectos a través de la tecnología", explica José Octavio Rocha, director general de 3Difica.

Este nuevo modelo de promocionar los desarrollos inmobiliarios comienza en Santa Fe, sin embargo hay oportunidades de replicarlo en otros centros comerciales por lo que se podría comenzar en las ciudades de Guadalajara y Monterrey. En la ciudad de México otras zonas con alto poder adquisitivo como San Jerónimo, San Ángel y Coyoacán son una opción para implementar un espacio como en Santa Fe.

### LA EXPERIENCIA...

El cliente que asiste a Expo Show Inmobiliario 3Difica puede ver los interiores de los desarrollos que le interesen con el apoyo de la tecnología: animaciones, aplicaciones interactivas y realidad aumentada, el interesado se desliza en los inmuebles; además, puede tener una cita con el desarrollador, acceder a renders, videos, catálogos y trípticos.

Para el desarrollador es un acercamiento real con los clientes potenciales porque se cuenta con un espacio para reunión, José Octavio Rocha reconoce que "hemos percibido mucho interés por parte de los desarrolladores que quieren ocupar este espacio de promoción, contamos con una forma de más de 30 grandes y medianos desarrollos en promoción permanente Expo-show Inmobiliario 3DIFICA Santa Fe.

"El contrato mínimo para el espacio es de seis meses porque en ese tiempo puede empezar a reaccionar el mercado e interesarse por los proyectos y un máximo de nueve meses porque queremos asegurarle a los desarrolladores una buena rotación de proyectos con el objetivo de que el cliente final no se aburra", agrega.

Además, concluye que para este 2015 se percibe mucho crecimiento en sectores como el residencial, turístico y corporativo porque las Reformas Estructurales sentaron las bases para un desarrollo en general, también hay un proceso de verticalización en colonias como Condesa o Roma en la ciudad de México, San Pedro en Monterrey y Puerta de Hierro en Guadalajara.

## "SE PROMUEVEN PERMANENTEMENTE MÁS DE 30 DESARROLLOS INMOBILIARIOS: RESIDENCIALES, TURÍSTICOS, CORPORATIVOS Y COMERCIALES."

JOSÉ OCTAVIO ROCHA, DIRECTOR GENERAL DE 3DIFICA



An innovative concept in promoting real estate projects using the best technology comes to Santa Fe Mall, which is a strategic point to reach potential customers with high purchasing power (sectors A and B) and this mall has an annual visit of two million persons per year. Real Estate Exposhow is an opportunity to know the details of the options in construction.

The idea emerges from taking advantage of 3Difica's experience, with 15 years in the market and having participated in 600 real estate developments, "marketing is becoming more sophisticated and the final consumer, more demanding, he focuses more in every detail, and seeks for high quality materials, such as web pages, brochures, videos, renders, and the most complete and accurate information; that is why, Exposhow Inmobiliario 3Difica is an answer to the market's need of providing more exposure to projects through technology", explains José Octavio Rocha, director general of 3Difica. This new model for marketing real estate developments starts in Santa Fe; however, there are opportunities to copy it in other shopping centers, and therefore, it could begin in cities like Guadalajara and Monterrey. Other areas in Mexico City where purchasing power is also high, such as San Jerónimo, San Angel, and Coyoacán are options for implementing a space such as that in Santa Fe.

### The Experience...

The client who goes to Exposhow Inmobiliario can see the inside of those developments that

he is interested in, with the support of technology: animations, interactive applications, and magnified reality, participants move about in the properties; besides, they can have a meeting with the developer, access to renders, videos, catalogues, and triptychs.

For the developer it is a real encounter with potential clients because there a specific space to meet, José Octavio Rocha admits "we have felt great interest from developers who want to use this promotion space; we have a list of fifteen projects that are ready to be presented in Expo Show Inmobiliario 3Difica Santa Fe."

"The minimum period to contract the space is six months because during this time, the market may start reacting and becoming interested in the projects, and nine months as the maximum time to assure developers an adequate project rotation and preventing clients from getting bored", he adds. In addition, he concludes that for 2015, great growth is sensed in residential, tourism, and corporate sectors, because the Structural Reforms have laid the foundations for development in general, and there is also a vertical construction trend in some areas, such as Condesa or Roma in Mexico City, San Pedro in Monterrey, and Puerta de Hierro in Guadalajara

www.exposhowinmobiliario3difica.com  
 Centro Santa Fe Local 651, 2o. nivel  
 tel: 21 67 41 01  
 Cerca de Liverpool y el area de Food Court.

# REURBANIZACIÓN DE MONTERREY, UN MODELO A SEGUIR



Ingeniero Pelegrín Contreras Meza  
Sub Secretario de Obras Públicas  
del Estado de Nuevo León.



Ingeniero José María  
Garza Ponce y Sra.



Panel financiero

## INMOBILIARE MAGAZINE CERRÓ SU ONCEAVO REAL ESTATE BUSINESS SUMMIT, CON SEDE EN MONTERREY



Roberto Pulido  
Nuevo Sur



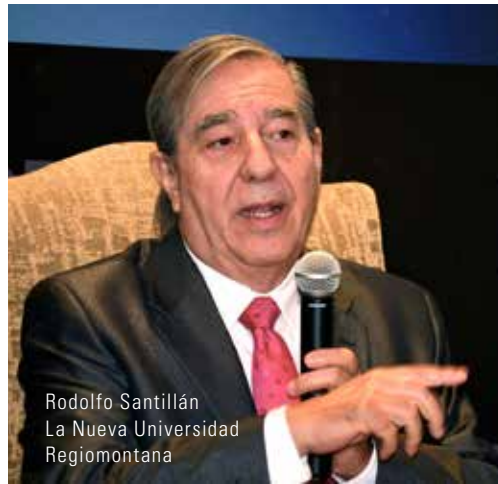
Antonio Elosua  
U-Calli



Luis García Peña  
Orange Investments



Ulises Treviño  
Bio construcción



Rodolfo Santillán  
La Nueva Universidad  
Regiomontana



Gonzalo Montañó  
Grupo Mac

**C**ambios interesantes se desarrollarán en el sector inmobiliario en los años venideros producto de la profesionalización tanto de la industria como de los involucrados en la cadena de construcción, así como de los compradores quienes con el paso del tiempo se han vuelto más exigentes, y el propio crecimiento de las ciudades ha provocado que haya un proceso de reurbanización en algunas zonas.

En el décimo primer Summit Monterrey, que se llevó a cabo el pasado 30 de octubre, el mensaje inicial estuvo a cargo del ingeniero Pelegrin Contreras Meza, subsecretario de Obras Públicas de Nuevo León donde resaltó la importancia del desarrollo inmobiliario en el estado y también, los planes de urbanización que se llevan a cabo por municipios en colaboración con el sector público/privado.

Una de las obras más importantes en Nuevo León es el Multimodal Zaragoza Zuzua, donde se eliminarán los semáforos de acceso y salida para lograr un flujo continuo, se obtendrá una calzada peatonal para bicicletas y futura estación de Ecovía; la ciclovía que viene del Puente Pedro Martínez se conectará a la calzada Zaragoza del Multimodal y conectar a la Macroplaza o zona de la Independencia.

Posteriormente, se realizó un merecido homenaje al ingeniero José María Garza Ponce donde se reconoció su calidez humana y gran profesionalismo, aquí se habló de su

trayectoria ejemplar en Grupo GP por más de 40 años; responsabilidad social, mejores prácticas y desarrollo profesional de talentos son pilares de la empresa, lo que contribuye a reconocerla como una líder en nuestro país.

Grupo GP cuenta con siete unidades de negocio: GP construcción, servicios, concreto asfáltico, residencial, desarrollos, vivienda y precolados. Entre los proyectos se destaca el Desarrollo Residencial Los Arcángeles – Torre III, Torre Okto, Plaza Comercial La Herradura, Cumbres Madeira, Portales Diamante, Arena México, Extensión Línea 2 de Monterrey y Distribuidor Vial El Indio, entre otros.

### **NUEVAS INVERSIONES EN EL DESARROLLO INMOBILIARIO**

Para este panel se contó con la participación de Ricardo Zúñiga, director de Vertex; Miguel Torres, Managing Director de GE Capital Real Estate; Álvaro de la Garza, Proyectos Cuadro; Andreu Cors de Gava Capital y Ander Legorreta de Cushman & Wakefield.

Los ponentes resaltaron que el mercado inmobiliario se encuentra en una etapa de madurez donde los diferentes instrumentos de inversión son aprobados de manera positiva para el desarrollo de propiedades de todo tipo; los activos inmobiliarios son ahora la mayor atracción para los inversionistas y empresas financieras, los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (Fibras), Certifi-

cados de Capital de Desarrollo (CKDs) así como la deuda que se genera del desarrollo de los activos se encuentran en pleno auge en las ciudades como México, Monterrey y área del Bajío.

Hoy en día, los inversionistas son más cautelosos al momento de ver el perfil de los desarrolladores antes de iniciar una transacción que obligue a ambas partes a trabajar a largo plazo, con esto se busca que entre los dos exista una estrecha relación de comunicación y pueda abrir la ventana a mayor inversión y desarrollo a futuro.

También, se enfatizó que el mercado inmobiliario siempre se mueve en ciclos, pero debe prevalecer la cautela para no sobre valorarlo y crear una burbuja inmobiliaria que de nuevo dañe al sector. El mercado de inversión en comparación con lo que se puede desarrollar o re convertir en espacios urbanos está todavía en una escala pequeña si se contrasta con el potencial que se puede desarrollar, sin embargo está en la transparencia y comportamiento del mercado el éxito de éste.

### **CASO PRÁCTICO: NUEVO SUR**

Mira Companies, rompió los paradigmas sobre nuevos desarrollos y corrió el riesgo que esto implica para darse a la tarea de enfrentar esos retos, logrando desarrollar un producto exitoso para regenerar una zona urbana que nadie creía pudiera ser un éxito.



Marco Garza  
GM Capital



Sergio Argüelles  
Finsa



Víctor Lachica  
Cushman & Wakefield



Arturo Aispuro  
AIM - Soldi



Juan José Gaxiola  
A-Ener



José María Garza  
Treviño - Grupo GP

Nuevo Sur es una comunidad de usos mixtos en Monterrey con una superficie de 35,000 metros cuadrados rentables con 90 puertas y 2,100 cajones de estacionamiento; área residencial con 2,700 unidades; centro comercial de 34,500 metros cuadrados de superficie rentable anclado a un Superama, Sports City y Office Depot; en cuanto a las oficinas tendrá más de 60,000 metros cuadrados y un hotel de 145 llaves de City Express.

Sin duda, la regeneración de espacios urbanos pasando por un desarrollo integrando a la sociedad prueba el éxito por estos factores, la ciudad de Monterrey cuenta hoy día con un problema real de tráfico vehicular y estacionamientos sobretodo en la zona de San Pedro Garza García.

Nuevo Sur, resultará una gran solución a estos problemas ya que por el tamaño del desarrollo se espera una afluencia mayor a las 150 mil personas que harán uso del desarrollo sin necesidad de utilizar el transporte dentro del mismo; el cual debería ser considerado como un ejemplo en la tendencia de los nuevos desarrollos en nuestro país.

### INTELIGENCIA INMOBILIARIA

Luis García Peña de Orange Investments participó para destacar que ellos son una empresa innovadora de inteligencia y desarrollo de bienes raíces que cuenta con metodologías de análisis propias, por lo que han participado en el desarrollo de proyectos tanto de usos mixtos, comerciales, multifamiliares y de oficinas.

Al contar con especialistas altamente calificados, planean y analizan la ejecución de desarrollos con urbanismo, arquitectura y diseño, además de que dan servicio a los inversionistas que buscan oportunidades de desarrollo.

### RE URBANIZACIÓN EN MONTERREY

Con la presencia de Ulises Treviño de Bioconstrucción, Rodolfo Santillán de la Nueva Universidad Regiomontana, Gonzalo Montañón de Grupo Mac, Marco Antonio Garza de GM Capital y César Paredes de la Cámara de Propietarios de Puestos León, se llevó a cabo el panel de discusión con la idea de mostrar a los asistentes un desarrollo responsable para la ciudad de Monterrey.

Hablaron de que la correcta planeación desde la inversión debe ser lo más importante para tener éxito en el desarrollo, así como una visión sustentable para la integración de comunidades, una arquitectura conceptual donde haya un aprovechamiento de los espacios urbanos debe ser una directriz para cada uno de los nuevos desarrollos.

### PANEL INDUSTRIAL: ENERGÍA EN LOS NUEVOS DESARROLLOS

Para aportar sus conocimientos en sus respectivas áreas de especialización, para abordar el tema industrial y los factores de energía que lo acompañan, estuvieron presentes José María Garza Treviño de Grupo GP, Sergio Argüelles de Finsa, Arturo Aispuro de AIM Soldi, Juan José Gaxiola de A-Ener y Víctor Lachica de Cushman & Wakefield.

El mercado industrial se encuentra en una época de desarrollo y con la aprobación de las Reformas Energéticas viene un boom para la construcción de nuevas naves industriales, el uso de energía en éstos es una parte fundamental en cuanto al consumo y los precios que se puedan ofrecer a los inquilinos que buscan la ubicación y buenas condiciones económicas para establecerse a largo plazo.

México ofrece costos más bajos en cuanto a la instalación de parques industriales que otros países, entre 5 y 15% lo cual se prospecta durará hasta 2020, por ello se ha registrado un crecimiento de los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (Fibras) y Certificados de Capital de Desarrollo (CKDs).

Aunque los parques industriales se desarrollaban preferentemente en la frontera norte del país, hubo una época con gran auge en la zona de Bajío la cual sigue y finalmente, se espera que en próximos años se vea el surgimiento de un nuevo movimiento en el sureste donde llegará también la línea de proveedores de la industria petrolera y agroindustrial.

El Summit Monterrey se realizó en el Hotel Quinta Real en San Pedro Garza García el 30 de octubre. Previo a este importante congreso inmobiliario, el día 29 se realizó un cocktail de bienvenida patrocinado por el Club Sonoma Resort & Living, donde los asistentes escucharon unas palabras del director de Grupo Sonoma Erick Sydow, además los invitados tuvieron sesiones de networking y convivieron en el tradicional brindis de bienvenida.



Ander Legorreta  
Cushman & Wakefield



Andreu Cols  
Gava Capital



Álvaro de la Garza  
Proyectos Cuadro



Miguel Torres  
GE Capital Real Estate  
México



Ingeniero José María Garza Ponce  
Ingeniero Pelegrín Contreras Meza



Ricardo Zúñiga  
Vertex



Consultoría en mejora  
del desempeño  
Organizacional para  
Empresas Constructoras e  
Inmobiliarias



ilimite es una empresa de consultoría  
cuya misión es maximizar el desempeño  
y productividad de las empresas  
constructoras e inmobiliarias con  
técnica de planeación y gestión de la  
estrategia





# SAVE THE DATE

2<sup>ND</sup> ANNUAL

**U.S.-MEXICO  
Real Estate  
INVESTMENT  
SUMMIT  
NEW YORK**



**2015**

**Thursday February 19, 2015**

**The New York Athletic Club**

**180 Central Park South. New York, NY.**



**THE UNITED STATES-MEXICO  
CHAMBER OF COMMERCE**  
NORTHEAST REGIONAL CHAPTER  
[www.usmcoone.org](http://www.usmcoone.org)

**INMOBILIARE**  
LATAM<sup>®</sup>  
MAGAZINE

**U.S. & Mexico New Investment Opportunities**

**Investing & Financing through International  
and Domestic Capital Markets**

**Financial Innovation and Structuring  
of Real Estate Transactions**

**Effects of the Energy Reform  
on Mexican Real Estate**

**Growth and Consolidation of the Industrial Sector**

<http://www.inmobiliare.com/summit>

# SURGIRÁN LAS GRANDES EMPRESAS EN MÉXICO

*Great firms will emerge in Mexico*



**PRODUCTO DE LAS REFORMAS ESTRUCTURALES SE VERÁ  
UN INCREMENTO EN LA DEMANDA INMOBILIARIA Y EL  
NACIMIENTO DE JUGADORES CLAVE PARA LA ECONOMÍA**



Augusto Arellano  
Senior Managing Director, Evercore

**E**n distintos sectores hubo ajustes importantes y una gran expectativa generada por la aprobación de las Reformas Estructurales, sin embargo, los mercados no se detuvieron, ante la aparente mesura de movimientos financieros hubo acontecimientos importantes en 2014 que servirán de referente para lo que se espera habrá de noticias positivas para 2015.

Para el economista, Carlos López Jones, en 2015 el plan de Reformas Estructurales propiciará que se abran los sectores con grandes empresas que invertirán para generar empleos y a su vez, requerirán de empresas más pequeñas y proveedores para las industrias.

“El año 2015 será el de las grandes empresas, como 1992 y 1994, donde surgieron los grandes jugadores; ahora se sabrá quiénes proveerán la energía eléctrica, así como la producción y exploración de petróleo, cadenas de televisión y el inicio de los desarrolladores de vivienda para los siguientes años”, insistió.

Augusto Arellano, Senior Managing Director de Evercore, consideró que durante 2014 hubo tres elementos importantes que marcaron la actividad de los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces a pesar de que no se registró una actividad como la de 2013, destacó que se registró uno de los montos más grandes con una Oferta superior a los dos millones de dólares donde se demostró el apetito por parte de los inversionistas y la fortaleza de Fibra Uno.

Otro acontecimiento importante fue la entrada de un jugador institucional extranjero al sector como Fibra Prologis, lo cual habla de lo atractivo que resultó el vehículo no solo para el inversionista sino para el administrador de activos con gran presencia en Estados Unidos.

“Un tema relevante fue la necesidad del sector por regresar al mercado de capitales por parte de algunos Fibras que ya estaban listados y no los habíamos visto, antes de Terrafina y Macquarie, solamente Fibra Uno y Hotel volvieron por recursos. Era importante que antes del ingreso de nuevas emisoras se observara que las existentes recurrieran de nuevo al mercado por nuevo financiamiento lo cual es una clara señal de que las cosas se están haciendo bien y satisfaciendo a los inversionistas”, afirmó.

## CONDICIONES FAVORABLES EN 2015

Para Augusto Arellano, habrá más actividades de desarrollo entre 2015 y 2017 debido a que en los inicios de los Fibras lo natural era adquirir activos estabilizados que generen ingresos, habrá una compensación con el incremento de desarrollo con algunas implicaciones como una mayor construcción en el sector inmobiliario producto de las Reformas Estructurales porque hay mayor actividad económica y se detona el crecimiento de la industria.

“Yo creo que no todos los Fibras tienen la misma capacidad de desarrollo inmobiliario y tendremos que ver nuevos instrumentos en los Fideicomisos para canalizar de manera más eficiente el dinero del capital de riesgo de desarrollo. En términos generales en el sector inmobiliario hay dos áreas de oportunidad con enorme crecimiento en México, energético y mercados públicos (capital y deuda) ahí es donde la Bolsa Mexicana de Valores se va a fortalecer hacia adelante”, enfatizó.

**I**mportant adjustments and great expectations in different sectors were generated after the approval of the Structural Reforms; however, the markets did not come to a standstill, in face of an apparent moderation of financial movements there were important events in 2014 that will be useful as referents for the anticipated positive news for 2015.

To the economist Carlos López Jones, in 2015, the Structural Reform Plan will encourage sectors to open with large firms who will invest for job generation and, in turn, will need other smaller firms and suppliers for industries.

“The year 2015 will be for large companies, as in 1992 and 1994, when big players were born; now it will be known who the suppliers for electrical energy will be, as well as oil drilling, TV networks, and the beginning of home developers for the following years”, he pointed out.

Augusto Arellano, Senior Managing Director of Evercore explained that there were three

important elements that marked the start of the activity for Real Estate Investment Funds in 2014, in spite of the fact that although this activity was not as big as that registered in 2013, one of the largest amounts was recorded, with Supply numbers that exceeded USD \$2 million, and where investors showed their appetite and Fibra Uno, its strength.

Another important event was the entrance of an institutional foreign player to the sector, such as Fibra Prologis, which speaks of how appealing the instrument was, not only to investors but also for asset managers who have great presence in the United States.

“A relevant subject was the sector’s need to come back to capital markets by some Fibras that were already listed and we had not seen yet, before Terrafina and Macquarie, only Fibra Uno and Hotel returned for resources. It was important that before the entrance of new issuers, the already existing ones turned to the market for new funding, which is a clear sign that things are being done right and are satisfying investors”, stated.

## Favorable conditions in 2015

To Augusto Arellano, there will be more development activities between 2015 and 2017 because when Fibras began it was natural to acquire stable assets that generated revenues; there will be a compensation with the increase in development, with some implications, such as an increase in construction activities in the real estate sector, due to the Structural Reforms, because there is more economic activity and industry growth is triggered.

“I believe that not every Fibra has the same capacity for real estate development and we will have to see new Fund instruments in order to channel money of development risk capital, more efficiently. In general terms, there are two opportunity areas with enormous growth in the real estate sector in Mexico: energy, and capital and debt markets, and there is where the Mexican Stock Exchange will move forward and grow stronger”, he emphasized. ■

# FIBRA MACQUARIE MÉXICO: DIVERSIFICADO Y POSICIONADO PARA EL CRECIMIENTO

*FIBRA Macquarie México: Diversified and positioned for growth*

**UN PORTAFOLIO DIVERSIFICADO Y  
POSICIONADO PARA EL CRECIMIENTO  
DESPUÉS DE UNA RECIENTE  
AMPLIACIÓN DE CAPITAL**

## EN EL PORTAFOLIO INDUSTRIAL DE FIBRA MACQUARIE, CON UN TOTAL DE 259 PROPIEDADES Y UN ÁREA ARRENDABLE DE APROXIMADAMENTE 2.7 MILLONES DE METROS CUADRADOS, INCLUYE GRANDES MERCADOS INDUSTRIALES COMO CIUDAD JUÁREZ, MONTERREY, TIJUANA Y REYNOSA.



Jaime Lara,  
CEO de Macquarie Mexican REIT

Con la reciente oferta subsecuente por 367 millones de dólares, FIBRA Macquarie México (FIBRA Macquarie) tendrá la capacidad económica para realizar nuevas inversiones. Al ser un Fideicomiso de Inversión en Bienes Raíces (FIBRA) diversificado, cuenta en su portafolio con inmuebles enfocados al sector industrial, centros comerciales y oficinas.

El pasado 23 de septiembre, FIBRA Macquarie anunció la conclusión de una oferta global subsecuente por un monto bruto total de aproximadamente 4,855 millones de pesos. Los recursos recabados se destinarán a adquisiciones futuras (incluyendo gastos de transacción e impuestos correspondientes). Además, mencionó que dependiendo de su capacidad para obtener financiamiento, FIBRA Macquarie podría obtener préstamos para llevar a cabo adquisiciones y podrá utilizar los recursos de la oferta global para reducir sus niveles de endeudamiento.

En entrevista para Inmobiliare, Jaime Lara, director general de FIBRA Macquarie, opinó que "México está bien posicionado para generar un crecimiento mayor al que hemos visto los últimos 12 a 18 meses; por un lado pensamos que el sector exportador del país va a continuar activo y si la economía estadounidense empieza a acelerar el crecimiento, claramente el sector industrial en nuestro país se va a favorecer; sobre todo, el norte del país se beneficiará por la proximidad a Estados Unidos". Y, claramente, FIBRA Macquarie posee un portafolio industrial importante en el norte de México.

En cuanto al mercado interno, Lara consideró que el crecimiento podría llegar porque aproximadamente el 50% de la población tiene menos de 29 años de edad, por lo que, de acuerdo con algunos estudios, se espera que una gran cantidad de jóvenes se unan a la población económicamente activa en los siguientes 20 años.

El directivo enfatizó que cerca del 70% de los ingresos por rentas de FIBRA Macquarie están relacionadas con operaciones de logística y manufactura, por lo que con las reformas estructurales aprobadas hay una oportunidad para el crecimiento en los esta-

dos ubicados en la costa del Golfo de México, como Campeche, Veracruz y Tamaulipas. También hay una oportunidad para fortalecerse en el norte con el sector industrial y en cuanto a oficinas, aprovechar los espacios en las principales ciudades como Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey.

En el portafolio industrial de FIBRA Macquarie, con un total de 259 propiedades y un área arrendable de aproximadamente 2.7 millones de metros cuadrados, de acuerdo con su informe del tercer trimestre de 2014, se observó una concentración importante en el norte del país, que incluye grandes mercados industriales como Ciudad Juárez, Monterrey, Reynosa y Tijuana. En la región norte con FIBRA Macquarie tiene un total de 202 edificios industriales que representan un área arrendable de aproximadamente 2.1 millones de metros cuadrados.

Por otra parte, el directivo insistió que en la actualidad en Estados Unidos el costo de la energía ha bajado y si se vuelve una realidad lo dicho por Pemex y CFE sobre proveer al país de energía más barata, y se espera que esto tenga un impacto directo en la competitividad de la industria en México, y por ende en el impulso de la demanda de plantas para albergar procesos de manufactura y logística.

De acuerdo con Lara, además de un entorno económico favorable para el sector de logística e industrial en México, FIBRA Macquarie tiene una ventaja competitiva muy importante en su equipo interno de administración de propiedades que actualmente tiene una plantilla completa de profesionales inmobiliarios que prestan servicios a más de 350 clientes de FIBRA Macquarie en 21 mercados industriales y que tienen capacidad para elaborar contratos de arrendamiento, supervisar actividades de mantenimiento y mejoras a los edificios, y en general, tener una comunicación fluida con dichos clientes para atender de manera ágil sus necesidades de espacio en los diferentes mercados industriales y de logística en México.

En cuanto a centros comerciales y oficinas, FIBRA Macquarie tiene actualmente 17 propiedades con una presencia importante

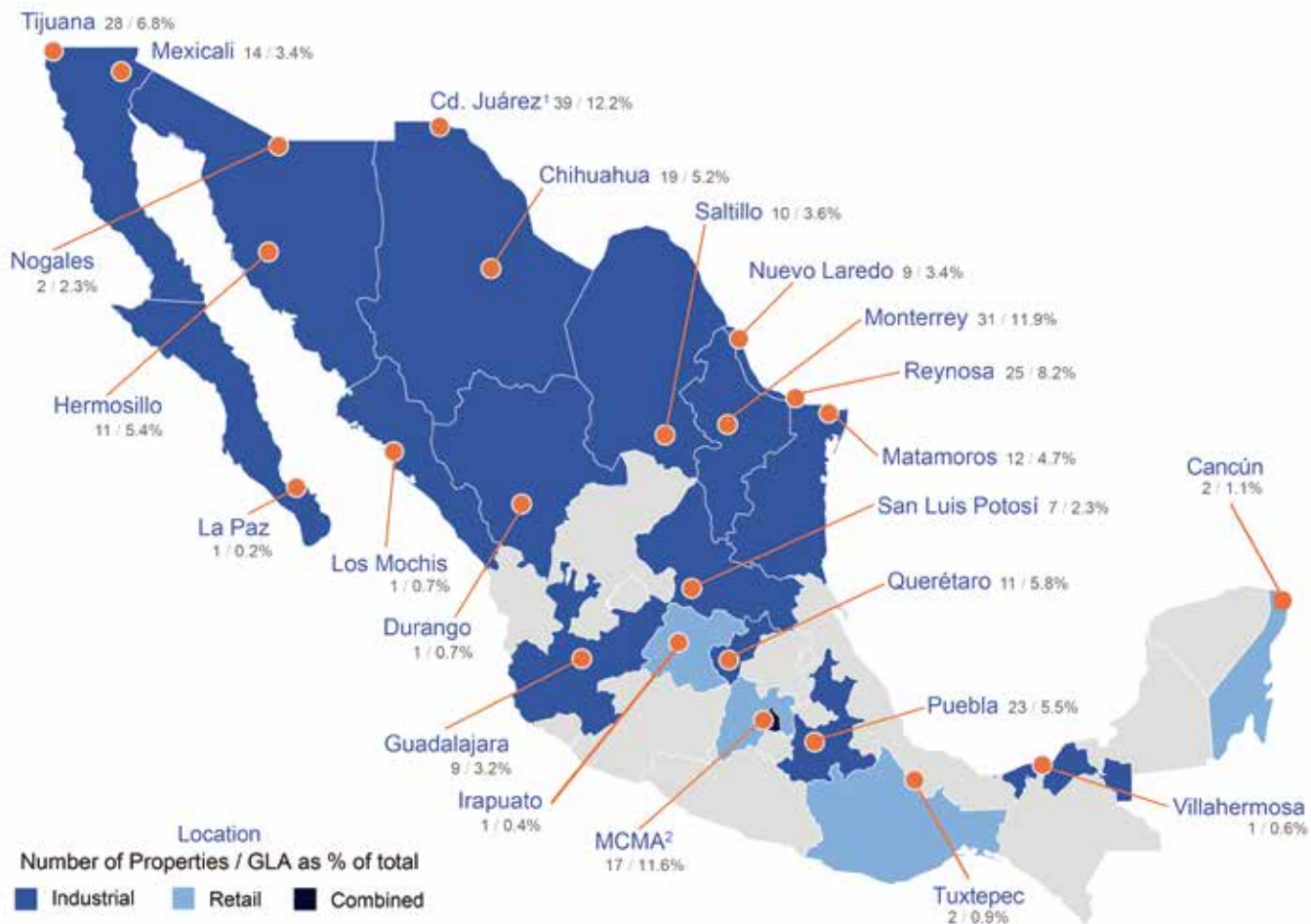
en la zona metropolitana de la Ciudad de México. Otros lugares en donde la FIBRA tiene presencia son Monterrey, Guadalajara, Cancún, Irapuato, y Tuxtpec. Nueve de las propiedades comerciales/oficinas se adquirieron mediante una alianza al 50% con Grupo Frisa.

Hasta este 2014 en el mercado mexicano hay 8 FIBRAS. En cuanto al futuro de dichos Fideicomisos, Jaime Lara considera que esta industria es relativamente joven en el país ya que tienen menos de 4 años por lo que hay

### RENUOVA CONTRATOS FIBRA MACQUARIE

**Fibra Macquarie anunció recientemente que durante el tercer trimestre de 2014 firmó nuevos contratos y renovaciones por un récord de 189,700 metros cuadrados (2.0 millones de pies cuadrados) de espacio industrial y 5,300 m<sup>2</sup> (56,500 ft<sup>2</sup>) de espacio comercial/oficinas.**

**FIBRA Macquarie tiene actualmente una variedad de espacios industriales para logística y manufactura y espacios comerciales para arrendamiento que pueden ser consultados en su página web: <http://www.mmreit.com/portfolio-overview/leasing-opportunities> Para información adicional a cerca de FIBRA Macquarie, favor de visitar [www.macquarie.com/mmreit](http://www.macquarie.com/mmreit) así como [www.bmv.com.mx](http://www.bmv.com.mx).**



1. Includes one property in Ascensión, Chihuahua      2. Mexico City Metropolitan Area (MCMA)  
 Note: Includes 9 retail/office properties held through a 50/50 joint venture with Grupo Frisa.

## FIBRA MACQUARIE RENEWS CONTRACTS

**FIBRA Macquarie has recently announced that during the third quarter of 2014, it signed new contracts and renewals for a record of 189,700 square meters (2.0 million square feet) of industrial space, and 5,300 square meters (56,500 square feet) of commercial/office space.**

**To date, FIBRA Macquarie has 259 industrial and 17 office/retail properties located throughout Mexico.**

**For leasing opportunities visit: <http://www.mmreit.com/portfoliooverview/leasing-opportunities> or for further market information about FIBRA Macquarie, please visit [www.macquarie.com/mmreit](http://www.macquarie.com/mmreit) or [www.bmv.com.mx](http://www.bmv.com.mx).**

todavía potencial de expansión en el sector. El directivo ve bien las nuevas regulaciones dadas a conocer en 2014 respecto de los niveles de apalancamiento y gobierno corporativo; también resaltó que seguirán con su estrategia de adquisición con un enfoque principal en propiedades estabilizadas y generadoras de ingresos.

Lara enfatizó que el sector inmobiliario se está volviendo más profesional y hay un incremento en la competitividad. En cuanto a los clientes, considera que es muy importante tener una buena relación con los arrendatarios así como ofrecer servicios de calidad.

**W**ith a recent USD \$367 million follow-on equity raise, FIBRA Macquarie Mexico (FIBRA Macquarie) will have the capability to further assess new investment opportunities. Announced in September, FIBRA Macquarie concluded this follow-on global equity offering which raised \$4.855 billion pesos. The funds raised will be allocated towards future acquisitions (including corresponding transaction costs and taxes). Depending on its capacity to obtain funding, FIBRA Macquarie will also be able to obtain loans for acquisitions and to use resources from the global offer to reduce debt.

During an interview with Inmobiliare, Jaime Lara, CEO of FIBRA Macquarie, said that “Mexico as a region is likely to generate even greater growth than what we have seen in the last 12 to 18 months. Furthermore, we continue to believe that the exporting sector will stay active. If the United States’ economy starts hastening its growth, the industrial sector in Mexico will reap the benefits, especially the northern region of the country, due to its close proximity to the United States”. This could also have a positive effect on FIBRA Macquarie, which has a portion of its industrial portfolio in Mexico’s northern region.

Regarding the economy, Lara projects a nice growth trajectory. Nearly 50% of the population is 29 years old or younger, and therefore, according to our research, a large number of the educated next generation are expected to join the economically active population in the next 20 years.

Lara emphasized that almost 70% of FIBRA Macquarie’s operating income are related to logistics and manufacturing operations, and with the approved structural reforms there are growth opportunities in states located on the Gulf of Mexico, such as Veracruz, Campeche, and Tamaulipas. For MMREIT, another opportunity has been to take advantage of existing industrial and office space sectors in northern cities, including Mexico City, Guadalajara, Ciu-



dad Juarez, Tijuana, Reynosa and Monterrey.

With 259 properties and 2.7 million square meters of leasable area in its industrial portfolio, FIBRA Macquarie has a significant presence. In the northern region specifically, the firm has a total of 202 industrial buildings that represents a leasable area of nearly 2.1 million square meters.

Lara stressed that today the cost of energy in the US has diminished and should have a positive direct impact on Mexico. Companies like Pemex and CFE have mentioned this cheaper energy phenomenon, and it's likely effect on the competitiveness of manufacturing in Mexico and possible increased demand for logistics.

According to Lara, in addition to a favorable economic environment for the logistics and manufacture sectors, FIBRA Macquarie has a very important competitive advantage through its unique property management structure that has a complete workforce of real estate profes-

sionals. This specialized team provides service to more than 350 FIBRA Macquarie clients in 21 industrial markets, with the capacity for drawing up leasing contracts, supervising maintenance and building improvement activities, and having ongoing client communications. These regular communications allow Macquarie to meet clients' needs in a timely fashion across multiple industrial and logistics markets in Mexico.

Regarding shopping centers and office space, FIBRA Macquarie currently owns 17 properties and maintains an important presence in Mexico City's metropolitan area. Other cities where FIBRA Macquarie is present include Monterrey, Guadalajara, Cancun, Irapuato, and Tuxtepec. Nine of the commercial/office properties were purchased through a 50% alliance with Grupo Frisa.

FIBRA Macquarie continues exploring purchase opportunities in large cities with a population of around a million people or more.

FIBRA Macquarie might also consider investing in shopping centers in medium size cities, with populations of 300,000 to 1 million inhabitants. There are currently 8 FIBRAS in the Mexican market. As for the future of these trusts, Lara believes that there is still room for potential and expansion in the sector. According to him, this is a relatively young industry in the country, existing for less than 4 years.

Lara thinks that new regulations announced in 2014 regarding leverage and corporate governance are positive; he also stressed that FIBRA Macquarie will continue with their acquisition strategy focusing mainly on stabilized and revenue generating properties.

Lara pointed out that the real estate sector is becoming more professional, and that there is an increase in competitiveness. Regarding clients, he considers it very important to have close connections with tenants, and offer quality services. ■

ESTE COMUNICADO NO CONSTITUYE O FORMA PARTE DE UNA OFERTA DE VENTA O EMISIÓN O UNA SOLICITUD DE OFERTA PARA COMPRAR O ADQUIRIR VALORES EN MÉXICO O EN CUALQUIER OTRA JURISDICCIÓN, ACTIVIDADES QUE SÓLO PUEDEN LLEVARSE A CABO DE CONFORMIDAD CON LA LEGISLACIÓN Y LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES. ESTE COMUNICADO ES PARA FINES INFORMATIVOS ÚNICAMENTE, Y ES UN RESUMEN, POR LO QUE HACE A FIBRA MACQUARIE MÉXICO, DE LA INFORMACIÓN RELEVANTE CONTENIDA EN EL PROSPECTO DEFINITIVO Y DE LA INFORMACIÓN PERIÓDICA QUE SE HA PRESENTADO A LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES DE MÉXICO POR FIBRA MACQUARIE MÉXICO CONFORME A LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES, MISMA QUE SE ENCUENTRA DISPONIBLE EN [WWW.BMV.COM.MX](http://WWW.BMV.COM.MX). LA INFORMACIÓN AHÍ CONTENIDA PREVALECE RESPECTO DE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE COMUNICADO, Y CUALQUIER INTERESADO DEBERÁ CONSULTAR Y LEER DETALLADAMENTE EL PROSPECTO DEFINITIVO Y DICHA INFORMACIÓN PERIÓDICA ANTES DE ADQUIRIR O VENDER CERTIFICADOS BURSÁTILES FIDUCIARIOS INMOBILIARIOS EMITIDOS POR FIBRA MACQUARIE MÉXICO, LLEVAR A CABO CUALQUIER INVERSIÓN, TOMAR DECISIONES DE INVERSIÓN O HACER UNA RECOMENDACIÓN DE INVERTIR A UN TERCERO EN RELACIÓN CON DICHS CERTIFICADOS. ESTE COMUNICADO HA SIDO PREPARADO SOLAMENTE CON FINES INFORMATIVOS, Y ÚNICAMENTE CONTIENE INFORMACIÓN PÚBLICA. NI LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES EN MÉXICO NI NINGUNA OTRA AUTORIDAD HA APROBADO O DESAPROBADO EL CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN DESCRITA EN ESTE COMUNICADO, O LA ADECUACIÓN O VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN AQUÍ CONTENIDA. EL PRESENTE COMUNICADO NO ES PARA SU DISTRIBUCION EN NINGUN PAIS MIEMBRO DE LA ZOMA ECONOMICA EUROPEA.

Nota Precautoria con Respecto a las Proyecciones: Este comunicado puede contener pronósticos o proyecciones. Dichas proyecciones incluyen riesgos inherentes o incertidumbres. Advertimos que múltiples factores importantes podrían ocasionar que los presentes resultados difieran significativamente de estas proyecciones.

Ninguna de las entidades mencionadas en el presente documento es una institución autorizada para recibir depósitos para efectos de la Ley Bancaria de 1959 (Banking Act 1959) de Australia (Commonwealth of Australia). Las obligaciones de dichas entidades no están respaldadas por depósitos u otras obligaciones de Macquarie Bank Limited ABN 46 008 583 542 (MBL). MBL no garantiza u otorga declaración alguna respecto de las obligaciones de dichas entidades.

# LOS NUEVOS AIRES DE PREI MÉXICO

*New winds for PREI Mexico*

**DESDE SU LLEGADA A MÉXICO, PREI OPTÓ  
POR QUEDARSE Y DE ENTONCES A LA FECHA  
HA ACUMULADO UN PORTAFOLIO DE 34  
MILLONES DE PIES CUADRADOS DE PROPIEDADES  
INDUSTRIALES Y EN CENTROS COMERCIALES.**





Eric Adler  
CEO de PREI



Ezequiel Rodríguez  
Director General de PREI México



Alfonso Munk  
Director de Inversiones de PREI Americas

**S**on ya 10 años de participar en el mercado inmobiliario mexicano; sin embargo, los aires que golpean el rostro del desarrollo de Prudential Real Estate Investment en los tiempos por venir son sin duda mejores.

Desde su llegada a México, cuando Brasil se colocó en la palestra de inversionistas institucionales, esta firma global optó por quedarse y de entonces a la fecha ha acumulado un portafolio de 34 millones de pies cuadrados de propiedades industriales y en centros comerciales.

La fórmula de su fortaleza, dicen Eric Adler, CEO de la compañía, Alfonso Munk, Director de Inversiones de PREI Americas, y Ezequiel Rodríguez, Director General de PREI México, es trasladar la experiencia global basada en un profundo análisis histórico de los fundamentales financieros, el entendimiento de largo plazo de los ciclos inmobiliarios.

Todo en conjunto ha hecho posible que así como en México, puedan generar los rendimientos que sus inversionistas esperan, incluso en los mercados emergentes donde el riesgo abre las puertas a mejores premios.

La presencia de PREI en la Ciudad de México lleva más de 10 años, pero lo nuevo en la historia de esta multinacional, es la apertura de sus nuevas oficinas en el centro financiero de la Ciudad. Eric Adler concibe la presencia local de PREI en México, como la razón por la cual podrán atender la demanda de inversionistas institucionales que buscan ingresar a mercados emergentes como México.

“A la fecha, somos uno de los principales administradores de inversiones inmobiliarias en la región y creamos esa plataforma específica para atender las necesidades de empresas globales que buscan exposición en el mercado de bienes raíces en América Latina”, detalla.

Desde el año pasado, la oficina de Latinoamérica operaba con 50 profesionales en materia de inversión, que en México administran operaciones por 4 mil 100 millones de dólares brutos.

Actualmente, PREI opera como un administrador de fondos de inversión con activos por 60 mil millones de dólares brutos, que da servicio a inversionistas institucionales que invierten en el sector en América, Europa y Asia-Pacífico.

Sólo en Europa, la firma tiene inversiones superiores a 10 mil millones de dólares brutos, que le permite operar en 7 países, aunque la principal actividad se ubica en Alemania, Francia y Reino Unido.

Adler tiene claro el impacto de las operaciones en nuevos mercados. “Nuestra experiencia es operar en mercados maduros donde hay edificios estabilizados y los inversionistas se enfocan en el tamaño de los retornos; sin embargo, en los mercados emergentes aparecen otras oportunidades con más riesgo, pero también con retornos más altos”, explica. Sobre México, el ejecutivo reconoce el talento del equipo local con el que se decidió apostar localmente, cuando otros jugadores de la industria invirtieron en Brasil.

Si bien otros mercados no han sido descartados, la intención de PREI es mantener pie firme en México donde aún existen posibilidades de crecimiento. “En México tenemos gente que entiende el mercado, construimos un gran negocio y estamos felices, porque a pesar del amplio rango de productos con que operamos globalmente, el país aún tiene posibilidades de negocio si se compara con Londres o Nueva York”.

PREI cuenta con un equipo global de investigación que acomoda las piezas para analizar la situación política, el clima económico y el ciclo de un mercado específico. Por tanto, dice Adler, “queremos tener

las herramientas adecuadas para ayudar a nuestros inversionistas a entender las altas y bajas de todos los mercados, incluso los desarrollados”.

Alfonso Munk, Director de Inversiones de PREI Americas, reconoce las amplias oportunidades de crecimiento que existen en rubros como vivienda, vivienda en renta y el mercado industrial.

“En conjunto, México y Brasil representan 60% de la población en América Latina, pero son muy diferentes en el aspecto económico y en las etapas del ciclo inmobiliario que viven. México está en una mejor posición, entre otras cosas, por las reformas”.

Además, PREI no se compara con otros jugadores globales, no en México, indica Alfonso. “Para la operación local, el mercado con más exposición es el industrial; sin embargo, las necesidades y hábitos de los consumidores están abriendo oportunidades en otros segmentos, como el residencial y vivienda en renta”.

En este sentido, Ezequiel Rodríguez, director de PREI México, dice que las oportunidades toman forma cuando la experiencia local hace factible una mejor interacción con el mercado.

**LA PRESENCIA DE PREI EN LA CIUDAD DE MÉXICO LLEVA MÁS DE 10 AÑOS, PERO LO NUEVO EN LA HISTORIA DE ESTA MULTINACIONAL, ES LA APERTURA DE SUS NUEVAS OFICINAS EN EL CENTRO FINANCIERO DE LA CIUDAD.**

## SINCE ITS ARRIVAL IN MEXICO, PREI CHOSE TO STAY, AND FROM THAT MOMENT TO THIS DATE IT HAS BUILT UP A PORTFOLIO THAT INCLUDES OVER 34 MILLION SQUARE FEET OF INDUSTRIAL PROPERTY AND SHOPPING CENTERS.

“La operación de los 3 segmentos en donde participamos nos permite tener una visión clara de lo que ocurre en el mercado y en el portafolio, además es una fuente constante de generación de oportunidades. El portafolio con el que contamos es una gran fuente de información y la complementamos con nuestra experiencia global”, puntualiza.

Además, Rodríguez comenta las ventajas que tiene México sobre Brasil donde los costos del mercado industrial y rentas de oficinas cuestan lo doble. “Tenemos una visión de largo plazo y el criterio que utilizamos con nuestros clientes es ayudarlos a que incorporen estándares internacionales de control. Esta es una buena forma de tener un socio”.

Munk enfatiza la importancia de tener los socios correctos: “los socios son como el matrimonio con el que hay que convivir en los buenos y en los malos tiempos”.

Respecto a la competencia creciente en el mercado de capitales y de las FIBRAS, los directivos ven con optimismo el desarrollo y evolución de los instrumentos de inversión y señalan como principales retos el tener un gobierno corporativo, reglas de operación y la consolidación de estos nuevos instrumentos de inversión.

Finalmente, trabajar de la mano con socios en desarrollar un criterio común de inversión es la llave para tener relaciones de inversión en el largo plazo.

“Para elegir un socio vemos sus capacidades y su ética, que cumplan con los tiempos de los proyectos y que conozcan puntualmente el segmento donde operan”.

Después de todo, la cultura corporativa y la perspicacia al invertir son los factores que determinan el éxito de las inversiones.

**A**fter participating for 10 years in the Mexican real estate market, the winds that blow for Prudential Real Estate Investors in the coming years are certainly better.

## PREI HAS HAD AN OFFICE IN MEXICO CITY FOR OVER 10 YEARS, BUT HAS RECENTLY OPENED AND MOVED TO A NEW LOCATION WITHIN THE CITY'S FINANCIAL DISTRICT.

Since its arrival in Mexico, when Brazil took a stance on the stage of institutional investors, this global firm chose to stay, and from that moment to this date it has built up a portfolio that includes over 34 million square feet of industrial property and shopping centers.

Transferring global experience based on a deep historic analysis of financial fundamentals, and long-term understanding of real estate cycles, has been the formula for success, according to Eric Adler, CEO of the company, Alfonso Munk, Americas chief investment officer, and Ezequiel Rodríguez, head of Mexico.

As a whole, just as in Mexico, it has made it possible to generate the yields their investors expect, including in emerging markets where risk opens the doors to better returns.

PREI has had an office in Mexico City for over 10 years, but has recently opened and moved to a new location within the city's financial district. Eric Adler regards its local presence as one reason why they may be able to meet the demands of institutional investors seeking to enter emerging markets such as Mexico.

“Today we are one of the largest international real estate investment managers in the region and we created this platform to meet the specific needs of global real estate investors that seek exposure to Latin America”, he explains.

During 2014, the Latin American office operated with 50 investment professionals who manage PREI's Mexican real estate portfolio, with gross assets under management totaling \$4.1 billion

Currently, PREI operates as an investment fund manager with global gross assets of approximately \$60 billion, and provides service to institutional clients that invest in the sector across the Americas, Europe and Asia Pacific.

In Europe, the firm has assets under management of approximately \$10 billion dollars that allows it to operate in 7 countries, even though their main activity lies on Germany, France, and the United Kingdom.

Adler is convinced of the impact their operations have in new countries. “Our experience has been operating in mature markets where there are stabilized buildings and where investors focus on the size of returns, but new opportunities in emerging markets with higher risks, but also with higher returns, continue to appear,” he explains. Regarding Mexico, Adler recognizes the talent of the local team with which it was decided to bet locally, when other players in the industry invested in Brazil.

Although other markets have not been ruled out, PREI's intentions are to remain in Mexico where there are still growth possibilities. “In Mexico, we have people who understand the market. We have built a great business and are

happy because in spite of the wide range of products that we offer globally, we believe the country has attractive investment opportunities when compared to London or New York”.

PREI has a global research team that puts pieces together to analyze the political situation, economic climate, and the cycle of a specific market. Therefore, explains Adler, “we want to have appropriate resources to help our investors understand the highs and lows of even developed markets”.

Alfonso Munk, Americas chief investment officer, acknowledges the wide growth opportunities in sectors such as housing, home leasing, and the industrial market.

“Mexico and Brazil combined, represent 60% of the population in Latin America, but they are very different in economic aspects and in the real estate cycles they live. Mexico is in a better position, due to different reasons, and among them, the reforms”.

Besides, he points out, PREI does not compare itself with global players, not domestically. “For the local operation, the market that has more exposure is the industrial one, however the needs and habits of consumers are opening opportunities in other segments, such as residential and home leasing.”

In this sense, Ezequiel Rodríguez, head of Mexico adds that opportunities take shape when local experience makes better market interaction possible.

“Our investment activities in the three sectors in which we have participated – industrial, residential and retail – allow us to really gain insight into the region overall which also provides a constant source of opportunity development. Our portfolio of assets provides us with a great source of information, and to complement it through transferring global experience,” he points out.

In addition, Rodríguez comments on Mexico's advantages compared to Brazil, where costs of the industrial market and office leasing double their value. “We have a long-term vision and the criteria we use with our clients is helping them to incorporate the standards with which international control systems operate. This is a good way to partner”.

Munk emphasizes the importance of good partners: “partners are like a marriage with which you have to live through good and bad times”.

Regarding the growing competition of the Fibras and the real estate capital markets in Mexico, the team is optimistic with respect to the growth and evolution of these investment vehicles and point at the corporate governance, operations, and the potential consolidation of these companies, as fundamental challenges.

Lastly, working together with its partners and developing a common investment criteria is the key for developing investment relationships in the long run.

“In order to choose a partner, we take into account their capabilities and ethics, whether they can meet deadlines, and know well the real estate segment where they operate”.

After all, corporate culture and investment acumen are the key factors that determine the success of investments. ■

# SERVICIO DE EXCELENCIA

Colliers  
INTERNATIONAL

## LÍNEA DE SERVICIOS

- Intermediación Inmobiliaria en:  
**Oficinas | Industrial | Comercial**
- Consultoría y Valuación
- Soluciones Corporativas
- Administración de Proyectos
- Inversiones Inmobiliarias
- Investigación de Mercados
- Gestión de Contratos
- Administración de Instalaciones

En Colliers International somos líderes en servicios inmobiliarios a nivel global, siendo reconocidos por nuestro espíritu emprendedor. A través de una cultura de servicio de excelencia y un enfoque local proactivo, reunimos a los mejores especialistas en bienes raíces de todo el mundo para acelerar el éxito de nuestros clientes.

Accelerating success. | [www.colliers.com](http://www.colliers.com)

# Otorgará **GE CAPITAL** más financiamiento en **2015**

*GE Capital will grant more financing in 2015*

**PROYECCIONES POSITIVAS Y LA OPORTUNIDAD DE INCURSIONAR EN OTROS SECTORES INMOBILIARIOS, PERMITIRÁN UN CRECIMIENTO DE LA EMPRESA Y LOS CLIENTES**

## “EN EL AÑO 2012 CUANDO REGRESAMOS A PRESTAR DINERO A GRAN ESCALA, CERRAMOS CON 800 MILLONES; EN 2014 CON 1,200 MILLONES DE DÓLARES”

Con 20 años de experiencia en GE, y desde 2006 en el sector de Real Estate, Miguel Torres, General Manager - Mexico de GE Capital Real Estate, ve con optimismo el futuro a largo plazo en el país, incluso sin considerar las reformas estructurales, de las que destaca que si se implementan adecuadamente, darán resultados muy buenos.

“Vemos unas finanzas del gobierno estables, deuda baja y unas reservas altas, además de un país vecino que comienza a crecer con una economía sólida; y México, gracias a las reformas, tiene potencial para incrementar el consumo interno, y eso es positivo. El sector comercial de Real Estate en México es todavía pequeño, hay necesidad de construir más metros cuadrados a medio plazo, y ese crecimiento orgánico es muy positivo”, afirma Torres, quien también estuvo como General Manager – España por más de cinco años.

En otros países, el negocio llega de dos maneras: por la relación directa con los clientes, o a través de intermediarios. En el caso de México, el origen del negocio es 100% directo, pues el mercado de intermediarios está muy poco desarrollado. En México, GE Capital Real Estate lleva 20 años desarrollando relaciones con clientes, y esa confianza que se ha generado entre GE Capital Real Estate y el cliente ha sido fundamental para el crecimiento de los negocios.

Miguel Torres, con un año y medio trabajando en México, explica que “empezamos hace 20 años a trabajar en Deuda, luego Deuda y Equity, pero a raíz de la crisis financiera en el mundo, la compañía tomó la decisión estratégica de sólo estar en Deuda. En el caso de México, ya completamos el ciclo, y ahora sólo nos enfocamos en crecer en Deuda con el objetivo claro de seguir creciendo en los sectores de oficinas, industrial, retail y hoteles. En todos ellos queremos seguir aumentando nuestra exposición, y en cuanto a los hoteles queremos reforzar nuestro empuje, porque proporcionalmente estamos menos expuestos y queremos redoblar nuestra presencia en hoteles de negocios y entrar al segmento vacacional de playa”.

Miguel Torres, también fungió como Vicepresidente de Desarrollo de Negocios en NBC Universal en la originación y cierre de oportunidades de inversión en el mercado hispanoamericano y mexicano; además, fue Vicepresidente de GE Structured Finance Group, donde estuvo a cargo de la financiación de Deuda y Capital de Inversión privado en los sectores de energía, telecomunicaciones e infraestructura en Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia.

Actualmente en GE Capital Real Estate Mexico están centrados en otorgar financiamiento a activos estabilizados, es decir, aquellos inmuebles que generan una renta. Anteriormente, también se enfocaban en la construcción, y están evaluando cómo acercarse más a la construcción para apoyar a sus clientes.

Sus clientes se pueden también categorizar en dos grupos:

1. Los que compran activos estabilizados y buscan financiamiento, para los que Miguel Torres considera que GE tiene todos los productos para apoyarles en su crecimiento;
2. Los que han vendido, tienen liquidez y quieren desarrollar de nuevo. A estos, GE Capital quiere aportarles más apoyo, ofreciendo por ejemplo la posibilidad de financiar activos en construcción, cruzados con activos estabilizados, “construction take-out financing”, y también ofreciendo líneas de forward financing.

“En el año 2012, cuando regresamos a prestar dinero a gran escala, cerramos con 800 millones de dólares de financiación; para 2013, cerramos con 1,200 millones de financiación, y en 2014 también cerca de 1,200 millones de dólares. Lo importante es que si bien el número total de 2013 y 2014 es estable, lo que ha cambiado es que en el 2013 dos terceras partes eran refinanciación y el resto dinero nuevo (400 millones de dólares); mientras que en 2014, el 90% es dinero nuevo (1,000 millones de dólares).

Este incremento de dinero nuevo refleja con hechos la confianza de GE Capital Real



Miguel Torres  
Managing Director de GE  
Capital Real Estate Mexico

Estate por el mercado inmobiliario comercial”, enfatiza Miguel Torres. De los distintos sectores observa que sigue un crecimiento en el segmento de oficinas en las ciudades por excelencia -Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. En cuanto a Industrial, no sólo hay oportunidad en la frontera sino también en Monterrey y el Bajío, que crecen bien.

“Hoy en día, si hablas con los empresarios, notas que ha regresado la confianza para volver a invertir en la frontera. En retail es genérico, porque se desarrolla en todo el país, y si ves la penetración de retail por dólar y metro cuadrado en el país, hay motivos para pensar que a medida que la clase media crezca y aumente tanto el nivel de financiación a los individuos, eso dará lugar al crecimiento de retail en México”, expone.

Para los nuevos clientes, Miguel Torres refuerza que GE Capital Real Estate México cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector inmobiliario en México, y están comprometidos con el país, además de que tienen la experticia necesaria con personal calificado y cerca de 50 personas dedicadas exclusivamente a dar atención de financiamiento, adicionalmente, conocen muy bien el mercado. “Nosotros financiamos propiedades inmobiliarias, y preferentemente trabajamos con aquellos clientes que como nosotros apuestan por el futuro de México y buscan generar un negocio recurrente, y no necesariamente una transacción y ya”, complementó.

## POSITIVE PROJECTIONS AND THE OPPORTUNITY TO GET IN OTHER REAL ESTATE SECTORS WILL ALLOW A GROWTH OF THE ENTERPRISE AND CUSTOMERS.

**W**ith 29 years of experience at GE, and since 2006 within the Real Estate sector, Miguel Torres, General Manager – Mexico of GE Capital Real Estate, sees with optimism the long termed future in the country, even without considering the Structural Reforms, which in case of being adequately implemented will give very good results.

“We can see some stable Government finance, low debt and high reserve, as well as a neighbor country that starts to grow with a solid economy and Mexico, that thanks to the Reforms has got the potential to increase the internal consumption and that is a kind of positive thing. The commercial sector of the Real Estate in Mexico is still small, there is a necessity of building more square meters in the mid-term and that organic growth is very positive”, says Torres, who was also the General Manager-Spain for more than five years.

In other countries, the business comes into two ways, by the direct relationship with the customers or through the intermediaries; concerning Mexico, the business origination is 100% direct since the intermediary market is developed just a little. In Mexico, GE Capital Real Estate has 20 year developing relationships with customers, and that trust generated between GE Capital Real Estate and the customers has been essential for the business’ growth.

Miguel Torres, with a year working in Mexico, explains that “20 years ago, we started

working on Debt, then on Debt and Equity, but since the economic crisis in the world, the company made the strategic decision of remaining just on Debt. In the case of Mexico, we have already fulfilled the cycle and nowadays, we are just focused on growing with Debt with the clear goal of continuing growing in the office, industrial, retail and hotel sectors. We want to continue increasing our exposition with all them and related to hotel, we want to strengthen our impact because we are proportionally less exposed and we want to redouble our presence in hotel businesses and getting in the beach vacation segment”.

Miguel also had the position of Business Development Vice President at NBC Universal in the origination and closing of the investment opportunities in the Spanish American and Mexican market; in addition, he was Vice President of GE Structured Finance Group where was in charge of Debt and Capital financing of private investment in the energy, telecommunications and infrastructure sectors in the United States, Latin America, Europe and Asia.

Currently, GE Capital Real Estate Mexico is focused on granting financing to stabilized assets, it means, to those real estate that generate a rent. Before, the enterprise was also focused on the construction and they are evaluating how to approach it more in order to support their customers. Their customers can also be categorized into two groups:

1. Those who buy stabilized assets and

seek financing and, according to Miguel Torres, the company has got all the products to support them in their growth; and 2. Those who have sold have also liquidity and want to develop again. GE Capital wants to offer them more support by offering for example, the possibility of financing assets in construction crossed with stabilized assets, construction take-out financing and also by offering lines of forward financing.

“In 2012, when we lent money at big scale again, we closed with 800 million dollars of financing, for 2013 we closed with 1,200 millions of financing and in 2014 it is also close to 1,200 million dollars. The important thing here is although the total amount of 2013 and 2014 is stable, what is changed is that in 2013, two third fractions were financing and the rest of the money was new (400 million dollars) while in 2014, 90% of the money is new (1,000 million dollars).

This money increase shows with facts the trust of GE Capital Real Estate for the commercial real estate market”, emphasizes Miguel Torres. Concerning the different sectors, he observes that a growth continues in the office segment, overall in the cities par excellence: Mexico City, Guadalajara and Monterrey; as regards to the industrial one, there is not just opportunity on the border, but also in Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey and Bajío, that grow in a good way.

“If today you speak with businessmen, you can notice that the trust of investing on the border has come back. In retail it is generic because it is developed all over the country, and if you see the penetration of retail per dollar and square meter in the country, there are lots of reasons to think that as the middle class grows and the financing to a person rises, it will cause the retail growth in Mexico”, he explains.

For the new customers, Miguel Torres strengthen that GE Capital Real Estate Mexico counts on more than 20 years of experience in the real sector in Mexico and they are committed with the country, and they also have got the necessary expertise with qualified staff and almost 50 people exclusively dedicated to offer services of financing, and in addition, they also know the market very well. “We finance real estate properties and, we preferably work with those customer that as us, bet on the future of Mexico and search to generate a recurrent business and not necessarily just a transaction”, he complemented. ■

**“IN 2012, WHEN WE LENT MONEY AT BIG SCALE AGAIN, WE CLOSED WITH 800 MILLIONS; IN 2014 WITH 1,200 MILLION DOLLARS”**



# DEJAMOS LOS EDIFICIOS COMO NUEVOS



**SANIPEP**

LIMPIEZA INMOBILIARIA

SANIPEP SA DE CV

Juan Salvador Agraz 50, 5º piso, Santa Fe, México D.F. TEL 52928689

[www.sanipep.mx](http://www.sanipep.mx)

# IQ REALESTATE

DESARROLLANDO NUEVOS PROYECTOS:  
REALES

*IQ REALESTATE Developing New Projects: Real*

**NUEVOS CENTROS COMERCIALES CON NUEVAS OPCIONES  
DE MARCAS Y EXPERIENCIAS, SE VERÁN EN LOS  
PRÓXIMOS AÑOS CON IQ REALESTATE**





**J**osé Luis Quiroz Robles, arquitecto egresado de la Universidad Iberoamericana, se ha dedicado siempre al diseño, planeación y construcción de los espacios relacionados con el comercio. Su experiencia se inicia como fundador y co presidente de Grupo Arquitech, donde junto con Juan Sánchez Aedo proyectaron, construyeron y comercializaron cientos de tiendas y restaurantes, así como la planeación y diseño de muchos proyectos como: Pabellón Bosques, Zentro Masaryk, Parque Duraznos, entre otros.

Al respecto, comenta en entrevista; "Desde 1990, nos hemos dedicado a planear, diseñar, desarrollar, construir y comercializar todo tipo de espacios destinados al comercio: tiendas, restaurantes, cines, centros comerciales y edificios de uso mixto. Visualizamos las posibilidades de desarrollo de inmuebles y negocios relacionados al comercio, por ello, nuestra labor inicia desde el desarrollo del concepto base, idea de venta y modelo de negocio, así como la selección de la empresa de arquitectura más adecuada para el proyecto específico. Supervisión de todo el proceso de desarrollo de proyecto arquitectónico ejecutivo, ingeniería de valor, comercialización, desarrollo inmobiliario y operación de inmuebles".

Posteriormente, José Luis Quiroz Robles durante 10 años formó parte de GICSA don-

de fue Director General Adjunto y socio, siendo parte del equipo responsable que desarrolló proyectos como: ARCOS BOSQUES II, La Isla Acapulco y La Isla Cancún, Punta Langosta, Forum Coatzacoalcos, Forum Tepic, Forum Tlaquepaque, Forum Culiacán, Forum Buenavista, City Santa Fe, Torre Esmeralda III, hoteles, naves industriales, tres outlets y edificios de oficinas, entre muchos otros proyectos.

"He tenido el gran gusto y aprendizaje al trabajar en proyectos con grandes empresas y profesionales de desarrollo como son Elias, Abraham y Jacobo Cababie, David Daniel, Luis y Mauricio Amodio, Mauricio Rivera Torres, Javier Barrios, Liverpool y CARSO Inmuebles. Además, con arquitectos como Teodoro González de León, Francisco y Juan Pablo Serrano, Jerde Partnership, LBC (Alfonso López Baz y Javier Calleja), SOM, Callison, Doherty Design Group, Enrique Nortén, Bernardo Gómez Pimenta, GVI, Michel Rojkind, RTKL, Gaeta Springall, entre muchos otros", revela el arquitecto Quiroz durante la charla en sus oficinas.

Hace aproximadamente cinco años decide dejar GICSA y abrir IQ REALESTATE; empresa dedicada principalmente al proceso de desarrollo inmobiliario pero con mayor enfoque al comercio, principalmente Fashion Centers o conjuntos de uso mixto. Hemos

**NUESTRA LABOR INICIA DESDE EL DESARROLLO DEL CONCEPTO BASE, IDEA DE VENTA Y MODELO DE NEGOCIO, ASÍ COMO LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA DE ARQUITECTURA MÁS ADECUADA PARA EL PROYECTO ESPECÍFICO.**

## SANIPEP LIMPIEZA DE CALIDAD

El licenciado José Luis Quiroz Díaz, director general de SANIPEP en entrevista para Inmobiliare destaca que cada vez el sector inmobiliario crece más por lo que es necesario trabajar más para adaptarse a las exigencias de los clientes. “El reto más grande es mantener limpios los lugares donde hay mucho tráfico de personas como en los cines donde se contratan plantillas reducidas y ajustar el servicio”.

Por el momento prestan sus servicios de limpieza en Distrito Federal, Área Metropolitana y Estado de México; aunque el licenciado Quiroz no descarta expandirse a otros estados de la República Mexicana, confiesa que al ser un trabajo de mucha supervisión aún es conservador para abrir mercados, algo que tiene claro es seguir en la búsqueda de nuevos clientes.

“Entre nuestras fortalezas resalto el buen trato que damos a los clientes, supervisamos diario el trabajo que realiza nuestro personal; en este negocio hay mucha rotación de personal pero gracias a la plantilla que tenemos podemos cubrir una falta en menos de una o dos horas. Sabemos que los clientes nos contratan para no estar dando indicaciones al personal de limpieza y por eso, verificamos el servicio y entregamos reportes al cliente”, aseveró el Director de SANIPEP.

Finaliza al remarcar que las personas que laboran en IQ REALESTATE son talento joven con mucho potencial de crecimiento.

conformado un equipo compacto y eficiente de profesionales que nos permite dar la más alta calidad de servicio y resultados.

Hubo muchos factores que favorecieron el surgimiento de IQ y el arquitecto Quiroz comparte que... algo importante es lo que ha pasado con México en los últimos cinco años, sobre todo para el comercio, hay una estabilidad en la economía y lo que cambia radicalmente en el desarrollo de los centros comerciales es la apertura de los aranceles; lo cual era un impedimento para que muchas marcas pudieran operar en nuestro país; después de eso, se abrió el comercio a una serie de marcas clave (a las que el Arq. Quiroz yo les llama “las otras anclas de los centros comerciales”) junto con el cambio en la experiencia de compra de los clientes cambiaron el comercio.

**“CREAMOS LUGARES Y EDIFICIOS CON UN GRAN VALOR SOCIAL Y ECONÓMICO, EXPERIENCIAS URBANAS QUE TRANSFORMAN LA VIDA DE LA GENTE, EDIFICIOS EXPERIENCIALES Y BUENOS NEGOCIOS, EDIFICIOS QUE LA GENTE USA Y A LOS QUE QUIERE REGRESAR.**

## EL COMERCIO SE RENOVÓ

Las marcas que han influido de manera positiva en nuestro país con un gran éxito y crecimiento: Grupo INDITEX (Zara, Massimo Dutti, LFT, Pull & Bear, Bershka, Zara Home, Oysho, Stradivarius), H&M, Forever 21, American Eagle, Old Navy, GAP, Aeropostale, Banana Republic, Victoria's Secret, Crate & Barrel, William Sodoma & Pottery Barn, entre muchas otras; mismas, que han dejado en México un equivalente superior a 20,000 metros cuadrados nuevos rentables... “eso transforma de inmediato el mercado, porque surge la necesidad de ubicarlos y los centros comerciales convencionales nunca se habían planeado para tener esas dimensiones; poniendo un ejemplo: H&M usa 3,000 metros cuadrados de superficie y Forever 21 más de 2,000 metros cuadrados... en México antes quien usaba esa extensión era Sanborns”, complementa José Luis Quiroz.

“Estos factores han provocado un mayor desarrollo de los centros comerciales. Adicionalmente hay una importante necesidad de llevar a cabo un cambio en la experiencia del comercio y en la visita a estos edificios. Ahora, la mayor preocupación es ofrecer un espacio público y no tanto comprometer la compra; sino un paseo y una relación más íntima con el medio ambiente.”

“Hay adicionalmente otros jugadores importantes: la gastronomía; que se ha vuelto destino clave presentada como una masa crítica y de opciones reunidas en un solo lugar. Sin dejar atrás al entretenimiento, cine y deporte; e inclusive el aspecto cultural y social.”

“Teniendo el concepto del tipo de comercios a reunir, la escala y combinación adecuada, hoy el otro integrante clave es la experiencia para el visitante o usuario. Ese factor es muy importante para lograr el éxito. Los centros comerciales son también modernos espacios públicos, centros de reunión y esparcimiento. Antes el comercio se

desarrollaba en las calles y en las plazas, hoy la experiencia de la visita al lugar debe estar más relacionada con espacios peatonales abiertos y áreas verdes.”

“Creamos lugares y edificios con un gran valor social y económico, experiencias urbanas que transforman la vida de la gente; edificios experienciales que la gente usa y a los que quiere regresar; además de buenos negocios”.

“Tuvimos la oportunidad de desarrollar un proyecto clave que fue la expansión de Centro Santa Fe de Grupo CAABSA; eso nos permitió hacer las primeras operaciones importantes como la primer firma de contrato con H&M y Forever 21, al igual que con muchas otras marcas; permitiéndonos con esto, tener el centro comercial ideal para poder ubicarlos y aprender las necesidades”, explica el Director General de IQ REALESTATE.

“Las grandes marcas que entraron al mercado mexicano en el sector comercial sin duda tienen exigencias que pocos pueden cumplir como: ubicación, experiencia del desarrollador, calidad del proyecto, escala y el tamaño del estacionamiento que cada vez es más importante.”

“En 2014 hubo ventas muy bajas en el segmento comercial que para mí es consecuencia de que no ha entrado la inversión prometida en México aunque se han hecho bien las Reformas, yo creo que va a repercutir en un crecimiento para 2015. Considero que en el 4º trimestre de 2015, la gente podrá comenzar a gastar de nuevo y yo creo que en el comercio, la entrada de nuevos jugadores ha repercutido porque las nuevas marcas que llegan para vender seguramente han quitado mercado a alguien y eso le pega a las “small shops” o inclusive a las áreas de moda de los grandes almacenes.”

“Las nuevas marcas que necesitan miles de metros cuadrados en un espacio y además, quieren estar juntas en un lugar donde la experiencia de compra sea distinta; ahí hay una posibilidad de hacer nuevos proyectos, el inconveniente es que hoy tener un terreno grande es complicado porque quieren una ubicación en las ciudades principales como Distrito Federal, Puebla, Guadalajara, Monterrey y Querétaro entrando en zonas de consumo con más de un millón de habitantes”, explica el arquitecto Quiroz.

“El reto está en que los centros comerciales existentes no tienen la capacidad para albergarlos y no hay terrenos, por ello, se ha optado por las remodelaciones como Centro Santa Fe que va para la fase 3 o Plaza Fiesta San Agustín en Monterrey, Mundo E, por ejemplo; por lo que se comenzará a escuchar mucho más el tema de ampliación y remodelación.”

“Sin embargo, algo que está surgiendo es la reconversión de uso en algunos terrenos como Vía Vallejo que era una fábrica de cartón y ahora es un proyecto de 100,000 metros cuadrados comerciales a dos kilómetros y medio de Parque Lindavista que no tenía la posibilidad de expansión. Lo interesante es pensar como desarrollador qué puede transformar para ofrecer eso que requiere el mercado”, menciona Quiroz Robles.

## NUEVAS ÁREAS DE NEGOCIO

“Estamos en el proceso del desarrollo inmobiliario ya sea como asesores, desarrolladores e inversionistas, en la mayoría de los proyectos participamos en el proceso de desarrollo desde el inicio (viabilidad), identificar el concepto, tamaño, mezcla de giros, montos de inversión y rentabilidad del negocio”, continúa.

En la siguiente fase se enfocan al desarrollo del proyecto ejecutivo trabajando con arquitectos externos.

Como parte de los planes de crecimiento de IQ, para el 2015 iniciará formalmente operaciones la empresa de arquitectura cuyo nombre es “PAPE”, misma que ha participado ya en el proceso de supervisión de los proyectos hasta ahora realizados en IQ, PAPE podrá ofrecer servicios independientes de proyecto arquitectónico ejecutivo y podrá desarrollar no solo proyectos de centros comerciales sino de cualquier otra especialidad.

Será también en 2015 cuando “AKAAN TRANSAMERICA”, la empresa del licenciado Fernando Quiroz Robles, se dedique a financiar proyectos enfocados al comercio, lo que nos permitirá en IQ tener recursos para nuestros propios proyectos y participar tanto en Deuda como Equity (refinanciación de Deuda) con otros desarrolladores.

“Adicionalmente, en IQ tenemos una empresa que se llama SANIPEP la cual se especializa en el mantenimiento de inmuebles donde trabajamos con diferentes desarrolladores y hemos visto un crecimiento muy importante.”

“Después de muchos años de haber trabajado en distintas áreas de negocios en el quehacer inmobiliario, sin lugar a duda, el desarrollo de centros comerciales es la más compleja de todas. Tener en un solo lugar decenas de diversos negocios, giros o usos, requiere de una delicada planeación, experiencia y capacidad para poder ajustarse a cambios que constantemente aparecen en el comercio.

“Inclusive en los edificios de uso mixto, si el comercio no está resuelto bien, puede hacer que todo lo demás deje de tener éxito. Hacer centros comerciales requiere de la sensibilidad de conocer el negocio de los mismos, el concepto del conjunto a llevarse a cabo, la mezcla de integrantes, comerciantes o giros. Cada centro comercial es diferente, si la composición inicial de oferta no es la adecuada desde el inicio del desarrollo, difícilmente será corregible posteriormente”, concluye el arquitecto y Director de IQ REALESTATE, José Luis Quiroz.

José Luis Quiroz Robles, architect graduated from Universidad Iberoamericana, has always been dedicated to design, planning and construction of spaces related to the commerce. His experience starts as founder and co-president of Grupo Arquitech, where jointly to Juan Sanchez Aedo projected, built and commercialized hundreds of stores and restaurants, as well as the planning and design of a lot of projects as Pabellón Bosques, Zentro Masaryk, Parque Duraznos, among others.

## HACER CENTROS COMERCIALES REQUIERE DE LA SENSIBILIDAD DE CONOCER EL NEGOCIO DE LOS MISMOS, EL CONCEPTO DEL CONJUNTO A LLEVARSE A CABO, LA MEZCLA DE INTEGRANTES, COMERCIANTES O GIROS. IQ REALESTATE SABE CÓMO HACERLO.

Related to that, in an interview he comments, “Since 1990, we have been dedicated to plan, design, develop, build and commercialize all kind of spaces appointed to the commerce: stores, restaurants, movie theaters, commercial centers and mixed-use buildings. We visualized the development possibilities of real estate and businesses relating the commerce; that is why our labor starts from the base concept development of the sale idea and the business model, as well as the choice of the most adequate architecture enterprise for the specific project, and also the supervision of all the process in the executive architectural project’s development, the value’s engineering, commercialization, real estate development and real estate’s operation”.

Later, José Luis Quiroz Robles was part of the GICSA during 10 years, where he was the Associate General Director and partner, being part of the responsible team that developed some project as: ARCOS BOSQUES II, Isla Acapulco and Isla Cancún, Punta Langosta, Forum Coatzacoalcos, Forum Tepic, Forum Talquepaque, Forum Culiacán, Forum Buenavista, City Santa Fe, Torre Esmeralda III, hotels, industrial units, three outlets and buildings for offices among other many projects.

“It has meant a pleasure and also a learning when working on projects with big enterprises and professionals from development as Elias, Abraham and Jacobo Cababie, David Daniel, Luis and Mauricio Amodio, Mauricio Rivera Torres, Javier Barrios, Liverpool and CARSO Inmuebles. Besides, jointly to architects as Teodoro González de León, Francisco and Juan Pablo Serrano, Jerde Partnership, LBC (Alfonso López Baz and Javier Calleja), SOM, Callison, Doherty Design Group, Enrique Nortern, Bernardo Gómez Pimienta, GVI, Michel Rojkind, RTKL, Gaeta Springall, among many others”, reveals architect Quiroz during the talk in his offices.

Five years ago roughly, he decided to leave GICSA to open IQ REALESTATE, an enterprise mainly focused on the process of real estate

development but with a bigger attention on the commerce, mainly on Fashion Centers or mixed use complexes. We have formed an efficient and compact team of professionals that allows us to offer the highest quality of service and results.

There were a lot of factors that favor the birth of IQ and architect Quiroz shares that... something important is what has happened in the last five years in Mexico, overall for the commerce, there is stability in the economy and what radically changes in the development of commercial center is the opening of duties, which was an obstacle for many brands to operate in our country; after that, the commerce was opened to a series of key brands (named by Architect Quiroz as “the other anchors of the commercial centers”) that, jointly to the change in the customers purchase experience, changed the commerce.

### *The commerce is updated*

The brands that have influenced in a positive way in our country with a great success and growth: Grupo INDITEX (Zara, Massimo Dutti, LFT, Pull & Bear, Bershka, Zara Home, Oysho, Stradivarius), H&M, Forever 21, American Eagle, Old Navy, GAP, Aeropostale, Banana Republic, Victoria’s Secret, Crate & Barrel, William Sodoma & Pottery Barn, among many others, are the same that have left a superior equivalent of 20,000 square meters for leasing in Mexico... “It immediately changes the market, because of the need to relocate them and the conventional commercial centers were never planned for having those dimensions; for instance: H&M uses 3,000 square meters of area and Forever 21 more than 2,000 square meters... In Mexico, Sanborn’s was the enterprise that used that extension”, complements José Luis Quiroz.

Those factors have caused a bigger development of the commercial centers. Additionally, there is an important need to develop a change of the commerce experience and the visit to

## “THE INTERESTING FACT ABOUT THINKING AS A DEVELOPER IS THAT I CAN MAKE A CHANGE IN ORDER TO OFFER WHAT THE MARKET NEEDS”

**JOSÉ LUIS QUIROZ**

## SANIPEP QUALITY CLEANNESS

In an interview for Inmobiliare, José Luis Quiroz Díaz, General Director of SANIPEP, emphasizes that the real estate sector grows more and more, so it is necessary to work more to be adapted to the customers' requirements. "The biggest challenge is to keep clean the places where there is a lot of people traffic as in the movie theaters, where a small staff is hired and it is also necessary to adjust the service".

By the moment, they offer their cleaning services in Mexico City, in the Metropolitan Area and in the State of Mexico; although Mr. Quiroz does not reject the idea to expand to other states of the Mexican Republic, he confesses that he is still conservative about opening markets, since it is a work that needs a lot of supervision, but something that he has clear is to seek new customers.

"Among our strengths I can emphasize the good treatment we offer to our customers, we supervise the work our staff makes every day; in this business, there is a lot of staff rotation, but thanks the workforce we have got, we can cover an absence in less of one or two hours. We know that the customers hire us because they do not want to give instructions to the maintenance staff, so we verify the service and we deliver reports to our customer", affirms SANIPEP's Director.

He finishes by stressing that the people working at IQ REALESTATE are young talent with a lot of growth potential.

those buildings. Nowadays, the biggest worry is to offer a public space more than forcing the purchase; it is about offering a walk and a more intimal relationship with the environment."

"Additionally, there are other important players: the gastronomy, that has become a key destination presented as a critical mass with a group of choices in the same place. Without leaving aside the entertaining, the cinema and sport; and even the cultural and social aspects."

"Having the kind of commerce concept to gather, the scale and the adequate match, today the other key member is the visitor or user's experience. This is an important factor to get success. Commercial centers are also modern public spaces, centers for meeting and amusement. Before, the commerce was developed in the streets and malls; today the visit's experience to the place must be linked to open pedestrian spaces and green areas."

"We create places and buildings with a big social and economic value, urban experiences that change the people's life; experiential buildings that the people use and where they want to come back; besides of good businesses".

"We had the opportunity of developing a key project that was the expansion of Centro Santa Fe de Grupo CAABSA; that let us make the first important operations as the first contract sign with H&M and Forever 21, and with

many other brands; allowing us having the ideal commercial center to locate them and learn about the needs", explains the General Director of IQ REALESTATE.

"Without a doubt, the big brands that entered the Mexican market in the commercial sector have requests that just a few can achieve: location, developer's experience, project's quality, scale and parking lot's size, which is more and more important."

"In 2014 there were very low sales in the commercial segment that, from my point of view, is a consequence of the promised investment's absence in Mexico, although the Reforms have been well done, I think it is going to affect in a growth for 2015. I consider that in the fourth quarter of 2015, the people will start to expense again and I believe that the entry of new players has affected the commerce because the new brands that arrive to sell have eliminated someone from the market and that affects the "small shops" or even the fashion areas of big department stores."

"The new brands that need thousands of square meters in a space and that also want to be together in a place where the purchase experience is different, offer a possibility of making new projects, the problem is having a big land today because they want a location in the main cities as Mexico City, Puebla, Gua-

dalajara, Monterrey and Querétaro, entering consumption areas with more than a million people", explains architect Quiroz.

"The challenge is the existing commercial centers do not have the capacity for hosting them and there are no lands, that is why we have chosen to restructure Centro Santa Fe that is going to reach the phase 3 or Plaza Fiesta San Agustín in Monterrey, Mundo E, for example; so the topics expansion and restructuring will be more common."

"However, something that is emerging is the use's modernizing on some lands as Vía Vallejo that was a carton factory and nowadays it is a project of 100,000 commercial square meters, two and a half kilometers away from Parque Lindavista that did not have the possibility of expansion. The interesting thing, as a developer, is to consider what I can change to supply the market's needs", mentions Quiroz Robles.

## New Business' Areas

"We are in the process of the real estate development either as consultants, developers or investors, in most of the projects we participate in the development process from the beginning (viability) to identify the concept, the size, the mixture of operations, investment's amounts and the business profitability", he continues.

The next stage is focused on developing the executive project working jointly to external architects.

As part of IQ's growth plans, the architecture enterprise which name is "PAPE" will formally start operations in 2015; this enterprise has already participated in the projects of supervision made at IQ so far, PAPE will be able to offer independent services or executive architectural projects and will be able to develop not just projects of commercial centers but any specialty's.

2015 will be also the year when "AKAAN TRANSAMERICA", the enterprise of Fernando Quiroz Robles will be dedicated to finance the projects focused on commerce, which will allow IQ to get resources for our own projects and to participate on Debt and Equity (Debt's refinancing) with other developers.

"Furthermore, within IQ we have an enterprise called SANIPEP which is expert on real estate maintenance, there we work jointly to several developers and we have seen a very significant growth."

"After several years working in different business areas in the real estate sector, without a doubt the development of commercial centers is the most complex of all of them. Having dozens of several business, segments or uses in an only site requires a slight planning, experience and capacity to be adapted to the changes that constantly appear in the commerce".

"Even in the mixed use buildings, if the commerce is not well solved, it can make the rest unsuccessful. Building commercial centers requires the feeling of knowing the businesses, the concept to be developed, the members, sellers or operations' mixture. Each commercial center is different, if the offer's initial composition is not the adequate one from the development's beginning, it will be difficult to correct it later", finishes architect and IQ REALESTATE's Director, José Luis Quiroz.

**"WE CREATE SPACES AND BUILDINGS WITH GREAT SOCIAL AND ECONOMIC VALUE, URBAN EXPERIENCES THAT CHANGE PEOPLE'S LIVES, EXPERIENTIAL BUILDINGS AND GOOD BUSINESSES, BUILDINGS PEOPLE USE AND WANT TO GO BACK TO."**

|               |   |
|---------------|---|
| PROYECTO:     | <b>CENTRO SANTA FE</b>  |
| DESCRIPCIÓN:  | <b>Mega Regional Fashion Center y usos mixtos</b>   |
| UBICACIÓN:    | <b>Santa Fe, Cuajimalpa México D.F.</b>   |
| DESARROLLO:   | <b>Grupo CAABSA / PALACIO DE HIERRO</b>   |
| SERVICIOS IQ: | <b>Proceso de desarrollo inicial, supervisión del desarrollo de proyecto, supervisión arquitectónica y comercialización</b> |
| PROYECTO:     | <b>FASE I: FTA / PAPE / FCA</b>   |
| STATUS:       | <b>FASE III: PROYECTO COLONIER</b>  |
| APERTURA:     | <b>FASE II Abierta. FASE III en construcción</b>  |
|               | <b>FASE III Noviembre 2016 a Noviembre 2018</b>   |

*CENTRO SANTA FE es hoy uno de los 10 centros comerciales más grandes tanto en el mundo y el más grande en metros cuadrados comerciales de América Latina; más de 250 mil metros cuadrados de área comercial en 520 locales, el único con cuatro tiendas departamentales, más de 8,000 cajones de estacionamiento, el complejo de cines más grande y de mayor venta de CINEMEX, así como la oferta más importante de gastronomía de la ciudad. En este desarrollo de GRUPO CAABSA, IQ participó en el proceso de desarrollo de modelo de negocio, proyecto arquitectónico, supervisión arquitectónica y comercialización del centro comercial. Este exitoso proyecto, además nos permitió cerrar las primeras tiendas para H&M y FOREVER 21 entre muchas otras marcas en el país.*

*Nuevamente, IQ participa en el desarrollo de la FASE III que incluirá entre otras cosas más de 100,000 metros cuadrados de oficinas, un hotel y residencias de la cadena SLS, también más de 25,000 metros cuadrados de área comercial nueva incluyendo una nueva tienda departamental.*

|              |   |
|--------------|---|
| PROJECT:     | <b>CENTRO SANTA FE</b>  |
| DESCRIPTION: | <b>Mega Regional Fashion Center and mixed uses</b>  |
| LOCATION:    | <b>Santa Fe, Cuajimalpa México City</b>   |
| DEVELOPMENT: | <b>Grupo CAABSA / PALACIO DE HIERRO</b>   |
| IQ SERVICES: | <b>Initial development process, supervision of project development, architectonic supervision and marketing</b> |
| PROJECT:     | <b>FASE I: FTA / PAPE / FCA</b>   |
| STATUS:      | <b>PHASE III: PROJECT COLONIER</b>  |
| OPENING:     | <b>PHASE II Opened. PHASE III under construction</b>  |
|              | <b>PHASE III November 2016 to November 2018</b>   |

*Today, CENTRO SANTA FE is one of the 10 world's largest shopping centers, and the largest one in commercial square meters in Latin America; more than 250 thousand square meters of commercial area in 520 commercial premises, the only one with four department stores, more than 8,000 parking spaces, the biggest CINEMEX movie complex and with highest sales, as well as the greatest gastronomic offer in the city. In this development of GRUPO CAABSA, IQ participated in the shopping center's development process of business model, architectonic project, architectonic supervision and marketing. In addition, this successful project allowed us to close deals for the first H&M and FOREVER 21 stores, among many other brands in the country.*

*Again, IQ participates in STAGE III that will include more than 100,000 square meters of office spaces, one hotel, and SLS residences, as well as more than 25,000 square meters of a new commercial area, including a new department store.*





**PROYECTO:** **LA PERLA**  
**DESCRIPCIÓN:** Regional Lifestyle Fashion Center y usos mixtos / Centro de ciudad  
**UBICACIÓN:** Av. Mariano Otero, Guadalajara Jalisco.  
**DESARROLLO:** GRUPO OUEST / IQ REALESTATE  
**GLA (áreas comerciales):** 135,000 m<sup>2</sup> (Centro Comercial)  
**LOCALES:** 185  
**SERVICIOS IQ:** Proceso de desarrollo inmobiliario supervisión del desarrollo de proyecto, supervisión arquitectónica y comercialización del centro comercial  
**PROYECTO:** SOM / JERDE / ARES ARQ / PAPE  
**STATUS:** EN DESARROLLO  
**APERTURA:** Centro comercial: Octubre de 2017 / CONJUNTO: 2015-2025

**PROJECT:** **LA PERLA**  
**DESCRIPTION:** Regional Lifestyle Fashion Center and mixed use / Downtown  
**LOCATION:** Av. Mariano Otero, Guadalajara, Jalisco.  
**DEVELOPMENT:** OUEST GROUP / IQ REALESTATE  
**GLA (commercial areas):** 135,000 m<sup>2</sup> (Commercial Center)  
**STORES:** 185  
**IQ SERVICES:** Process of the real estate development, supervision of the real estate project, architectural supervision and commercialization of the commercial center  
**PROJECT:** SOM / JERDE / ARES ARQ / PAPE  
**STATUS:** IN DEVELOPMENT  
**OPENING** Commercial Center: October 2017 / **COMPLEX:** 2015-2025

*Sin lugar a dudas, DISTRITO LA PERLA es el proyecto en tipo más grande de México en desarrollo porque cuenta con un terreno superior a las 45 hectáreas, lo que era anteriormente la planta de la KODAK en Guadalajara, se transformará en un centro urbano de dimensiones impresionantes. Además del centro comercial, se llevará a cabo en este desarrollo, un Power Center de 300,000 metros cuadrados de oficinas, un centro médico, tres hoteles y 5,000 residencias. Todo esto dentro de zona Dorada de Guadalajara.*

*Without a doubt, DISTRITO LA PERLA is the biggest project in its kind being developed in Mexico since it counts on a land surmounting the 45 hectares, which before was the plant of KODAK in Guadalajara, and it will become an urban center of impressive measurements. As well as the commercial center, a Power Center will be developed in this complex, counting 300,000 square meters of offices, a medical center, three hotels and 5,000 residences, all that within the Golden Area of Guadalajara.*



PROYECTO:  
DESCRIPCIÓN:

## VÍA VALLEJO

Regional Lifestyle Fashion Center y usos mixtos

UBICACIÓN:

Calzada Vallejo, Lindavista, México D.F.

DESARROLLO:

GRUPO DANHOS / IPB.

GLA (áreas comerciales):

99,000 m<sup>2</sup> (Centro Comercial)

LOCALES:

182 locales.

SERVICIOS IQ:

Proceso de desarrollo inmobiliario inicial, supervisión del desarrollo de proyecto hasta DD, comercialización del centro comercial

PROYECTO:

DAUGHERTY BEAME / FCA.

STATUS:

EN CONSTRUCCIÓN

APERTURA:

Centro comercial: Octubre de 2015

PRINCIPALES MARCAS:

H&M, FOREVER 21, VICTORIA'S SECRET, AMERICAN EAGLE, ZARA, BERSHKA, PULL & BEAR, STRADIVARIUS, JULIO, SHASA, EXPRESS, IVONNE, GAP, LOFT, STUDIO F, MASSIMO DUTTI, SUNGLASS HUT, DEVLIN, MARTI, ISHOP, SEARS, SANBORNS, CINEPOLIS, ENERGY FITNESS, STEVE MADDEN, GUESS, TOMMY HILFIGHER, SFERA, AEROPOSTALE, POLO CLUB, NIKE, MISTERTENNIS, INNOVA SPORT, ITALIANNIS, CHILLI'S, CPK, RECORCHOLIS, ENTRE OTRAS.

PROJECT:  
DESCRIPTION:

## VÍA VALLEJO

Regional Lifestyle Fashion Center and mixed use

LOCATION:

Calzada Vallejo Lindavista, Mexico City

DEVELOPMENT:

GRUPO DANHOS / IPB

GLA (commercial areas):

99,000 m<sup>2</sup> (Commercial Center)

SHOPS:

185

IQ SERVICES:

Process of initial real estate development, supervision of the real estate project until DD, commercialization of the commercial center.

PROJECT:

DAUGHERTY BEAME / FCA

STATUS:

IN CONSTRUCTION

OPENING

Commercial Center: October 2015

MAIN BRANDS:

H&M, FOREVER 21, VICTORIA'S SECRET, AMERICAN EAGLE, ZARA, BERSHKA, PULL & BEAR, STRADIVARIUS, JULIO, SHASA, EXPRESS, IVONNE, GAP, LOFT, STUDIO F, MASSIMO DUTTI, SUNGLASS HUT, DEVLIN, MARTI, ISHOP, SEARS, SANBORNS, CINEPOLIS, ENERGY FITNESS, STEVE MADDEN, GUESS, TOMMY HILFIGHER, SFERA, AEROPOSTALE, POLO CLUB, NIKE, MISTERTENNIS, INNOVA SPORT, ITALIANNIS, CHILLI'S, CPK, RECORCHOLIS, AMONG OTHERS.

VÍA VALLEJO se construye en más de 100,000 metros cuadrados de terreno, antes una fábrica de cartón. Este proyecto ofrece también importantes áreas de espacios abiertos como parques y calles peatonales. Además del Fashion Center, cuenta con un Power Center, dos hoteles y un área de reserva. Este año el desarrollo fue adquirido por FIBRA DANHOS. A 18 meses antes de su apertura, el centro comercial está firmado al 85% de su área total.

VÍA VALLEJO is built on more than 100,000 square meters of land, which was a carton factory before. This project also offers important areas of open spaces as parks and pedestrian streets. As well as the Fashion Center, it counts on a Power Center, two hotels, and a preserved area. FIBRA DANHOS acquired the development this year. Missing 18 months for the opening, the commercial center is signed at 85% of its total area.



**PROYECTO:** **ESPACIO CONDESA.**  
**DESCRIPCIÓN:** Conjunto de usos mixtos: oficinas, comercios, hotel y residencias  
**UBICACIÓN:** Avenida Benjamín Franklin, Hipódromo Condesa, México, D.F.  
**DESARROLLO:** ICA INMOBILIARIA / CAPITOLIO  
**GLA (áreas comerciales):** 26,000 m<sup>2</sup>  
**SERVICIOS IQ:** Proceso de desarrollo inmobiliario supervisión del desarrollo de proyecto, supervisión arquitectónica y comercialización del centro comercial  
**PROYECTO:** EDMONDS International  
**STATUS:** Inicio de obra.  
**APERTURA:** PENDIENTE

*ESPACIO CONDESA es otro excelente ejemplo de reciclaje en la ciudad de México. Antes era una enorme agencia de automóviles, hoy un conjunto de usos mixtos. ESPACIO CONDESA ofrecerá una extraordinaria alternativa para el corredor Reforma en un moderno conjunto con todos los servicios complementarios. El conjunto comercial es sencillo pero eficiente. Cuenta con servicios, cines y restaurantes, además de gimnasio y tienda de auto-servicio. El proyecto desde su inicio ha sido un éxito en la demanda comercial.*

**PROJECT:** **ESPACIO CONDESA**  
**DESCRIPTION:** Mixed-use complex: offices, shops, hotel and residences  
**LOCATION:** Avenida Benjamín Franklin, Hipódromo Condesa, Mexico City.  
**DEVELOPMENT:** ICA INMOBILIARIA / CAPITOLIO  
**GLA (commercial areas):** 26,000 m<sup>2</sup>  
**IQ SERVICES:** Process of real estate development, supervision of the real estate project, architectural supervision and commercialization of the commercial center  
**PROJECT:** EDMONDS International  
**STATUS:** Starting work  
**OPENING:** PENDING

*ESPACIO CONDESA is another excellent example of recycling in Mexico City. Before, it was an enormous car agency; today it is a mixed-use complex. ESPACIO CONDESA will offer an extraordinary option of offices along the corridor Reforma in a modern complex with all the complementary services. The commercial complex is plain, but efficient. It counts on services, movie theaters and restaurants, as well as a gym and a self-service store. From the beginning, the project has been a success concerning the commercial demand.*





|                          |  |
|--------------------------|--|
| PROYECTO:                | <b>NUEVO SUR</b>   |
| DESCRIPCIÓN:             | Centro de Barrio o ciudad: Centro comercial, 2,700 departamentos, hotel con 138 habitaciones y 50,000 metros cuadrados de oficinas .   |
| UBICACIÓN:               | Av. Revolución 2703, Ladrillera, Monterrey; Nuevo León.  |
| DESARROLLO:              | MIRA COMPANIES   |
| GLA (áreas comerciales): | 4,000 m <sup>2</sup> (Centro comercial)  |
| LOCALES:                 | 72   |
| SERVICIOS IQ:            | Proceso de desarrollo inmobiliario supervisión del desarrollo de proyecto, supervisión arquitectónica y comercialización del centro comercial  |
| PROYECTO:                | JERDE. FCA   |
| STATUS:                  | Fase I terminada   |
| PRINCIPALES MARCAS:      | SANBORNS, BEST BUY, SUPERAMA, CINEPOLIS, MARTI, SPORT CITY, FLEXI, PF CHANG'S, RED LOBSTER, OLIVE GARDEN, ITALIANNI'S, SUNGLASS HUT, DEVLYN, LOS ARBOLITOS, CPK, LAS ALITAS, ENTRE OTRAS |

*NUEVO SUR es el primer "Centro de Ciudad" o "Town-center" del país. Hoy se presenta ya terminada la primer FASE con 600 departamentos en 14 edificios diferentes de los más prestigiados arquitectos y despachos de arquitectura del país y Monterrey: Legorretta, López Baz y Calleja, Pablo Serrano, Enrique Norten, Gaeta-Springall, Javier Sánchez entre otros. El planteamiento es muy sencillo, pero complejo de realizar, se regresa a un ordenamiento de la zona actualmente deteriorada a través de los años, proporcionando en un solo lugar espacios públicos, servicios y seguridad para vivir. Las ventas de las unidades ha sido un éxito sin precedente.*

|                         |  |
|-------------------------|--|
| PROJECT:                | <b>NUEVO SUR</b>   |
| DESCRIPTION:            | Town or city center: Commercial center, 2,700 apartments, hotel with 138 rooms and 50,000 square meters for offices.   |
| LOCATION:               | Av. Revolución 2703, Ladrillera, Monterrey, Nuevo León.  |
| DEVELOPMENT:            | MIRA COMPANIES   |
| GLA (commercial areas): | 4,000 m <sup>2</sup> (Commercial Center)   |
| SHOPS:                  | 72   |
| IQ SERVICES:            | Process of real estate development, supervision of the project development, architectural supervision and commercialization of the commercial center                                       |
| PROJECT:                | JERDE. FCA   |
| STATUS:                 | Phase 1 finished   |
| MAIN BRANDS:            | SANBORNS, BEST BUY, SUPERAMA, CINEPOLIS, MARTI, SPORT CITY, FLEXI, PF CHANG'S, RED LOBSTER, OLIVE GARDEN, ITALIANNI'S, SUNGLASS HUT, DEVLYN, LOS ARBOLITOS, CPK, LAS ALITAS, AMONG OTHERS. |

*NUEVO SUR is the first "Town Center" of the country. Today, the first phase is already finished with 600 apartments in 14 different buildings of the most prestigious architects and architecture bureaus from the country and Monterrey: Legorretta, López Baz and Calleja, Pablo Serrano, Enrique Norten, Gaeta-Springall, Javier Sánchez among others. The approach is really simple, but difficult to make, they come back to arrange the area currently damaged because of the time, offering public spaces, services and security for living in an only place. The units' sales have been a success never seen before.*



PROYECTO:  
DESCRIPCIÓN:

**FASHION DRIVE.**

Ampliación y remodelación a Centro comercial regional, hotel y oficinas.

UBICACIÓN:

Avenida Lázaro Cárdenas esquina con Diego Rivera , Valle Oriente, Monterrey, Nuevo León.

DESARROLLO:

GIM Grupo Inmobiliario Monterrey

GLA (áreas comerciales):

36,200 m<sup>2</sup> (Centro comercial solo ampliación)

LOCALES:

66 (Centro comercial solo ampliación)

SERVICIOS IQ:

Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura, supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial

PROYECTO:

CALLISON SEATTLE, GIM, PAPE.

STATUS:

En construcción

APERTURA:

OCTUBRE 2016

PRINCIPALES MARCAS:

H&M, FOREVER 21, AMERICAN EAGLE, OLD NAVY, SFERA, AEROPOSTALE, SPORT CITY, STEVE MADDEN, VINCE CAMUTO, ONDA DE MAR, DIESEL, CINEMEX, ALBOA BOWLING, ENTRE OTRAS.

PROJECT:  
DESCRIPTION:

**FASHION DRIVE.**

Expansion and change into a Regional Commercial Center, hotel and offices.

LOCATION:

Avenida Lázaro Cárdenas esquina con Diego Rivera, Valle Oriente, Monterrey, Nuevo León.

DEVELOPMENT:

GIM Grupo Inmobiliario Monterrey

GLA (commercial areas):

36,200 m<sup>2</sup> (Commercial center, just expansion)

SHOPS:

66 (Commercial center, just expansion)

IQ SERVICES:

Initial process of business analysis, choice of architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center

PROJECT:

CALLISON SEATTLE, GIM, PAPE.

STATUS:

In construction

OPENING:

OCTOBER 2016

MAIN BRANDS:

H&M, FOREVER 21, AMERICAN EAGLE, OLD NAVY, SFERA, AEROPOSTALE, SPORT CITY, STEVE MADDEN, VINCE CAMUTO, ONDA DE MAR, DIESEL, CINEMEX, ALBOA BOWLING, AMONG OTHERS.

*FASHION DRIVE es la última ampliación a PLAZA FIESTA SAN AGUSTIN, hoy el centro comercial con más tráfico en Monterrey y el segundo de más ventas de la ciudad. Plaza Fiesta tiene más de 300 locales actualmente y es uno de los tres centros comerciales más largos de la República Mexicana. Su área de Gastronomía Main Entrance, le dio un nuevo reposicionamiento al ofrecer más de 14 opciones de restaurantes en un solo lugar con pasarela y terrazas. Hoy Monterrey se ha convertido en uno de los tres lugares más importantes de consumo para restaurantes del país.*

*FASHION DRIVE is the last expansion to PLAZA FIESTA SAN AGUSTIN, today the busiest commercial center in Monterrey and the second with most sales of the city. Plaza Fiesta has got more than 300 stores currently and is one of the longest three commercial centers of the Mexican Republic. Its gastronomical area Main Entrance, gave it a new position by offering more than 14 possibilities of restaurants in an only place with runway and terraces. Nowadays, Monterrey has become one of the three most important places of restaurant consumption in the country.*



PROYECTO:  
DESCRIPCIÓN:

## MUNDO E

Ampliación y remodelación a centro comercial regional, para convertirlo a un Lifestyle Fashion Center.

UBICACIÓN:  
DESARROLLO:  
GLA (áreas comerciales):

Periférico Norte, Naucalpan, Estado de México  
FRISA  
58,800 m<sup>2</sup> (Ampliación de Centro comercial) 128,000 m<sup>2</sup> GLA total

LOCALES:  
SERVICIOS IQ:

150 locales nuevos, 270 en total  
Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura. supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial  
CALLISON SEATTLE, PAPE, GVI

PROYECTO:  
STATUS:  
PRINCIPALES MARCAS:

En construcción  
H&M, FOREVER 21, AMERICAN EAGLE, OLD NAVY, BERSHKA, PULL & BEAR, STRADIVARIUS, LFT, JULIO, STUDIO F, ITALIANNI'S, MANGO, MARTI, LA PISTA DE HIELO, CHILI'S, STARBUCKS, MR SUSHI, ENTRE OTROS

PROJECT:  
DESCRIPTION:

## MUNDO E

A regional commercial center expansion and remodeling to make it a Lifestyle Fashion Center.

LOCATION:  
DEVELOPMENT:  
GLA (commercial areas):

Periférico Norte, Naucalpan, State of Mexico  
FRISA  
58,800 m<sup>2</sup> (Expansion of the Commercial Center) 128,000 m<sup>2</sup> GLA total

SHOPS:  
IQ SERVICES:

150 new shops, 270 in total  
Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center.

PROJECT:  
STATUS:  
MAIN BRANDS:

CALLISON SEATTLE, PAPE, GVI  
In construction  
H&M, FOREVER 21, AMERICAN EAGLE, OLD NAVY, BERSHKA, PULL & BEAR, STRADIVARIUS, LFT, JULIO, STUDIO F, ITALIANNI'S, MANGO, MARTI, LA PISTA DE HIELO, CHILI'S, STARBUCKS, MR SUSHI, AMONG OTHERS.

*MUNDO E ha sido uno de los proyectos más difíciles pero a la vez de mayor satisfacción para nosotros, en especial para mí en lo personal. En 1998 participé con FRISA en convertir una estructura iniciada de un proyecto destinado a ser el primer Fashion Center con tiendas departamentales extranjeras que cancelaron venir a México debido a la crisis del 1994, en un centro integral de entretenimiento.*

*Sin ninguna ancla más allá del complejo de cine más grande de CINEMEX, Zara, C&A y 100 locales más, MUNDO E pudo operar como un centro comercial y de entretenimiento exitosamente durante muchos años (PREMIO ADI).*

*Con un terreno de más de 200,000 metros cuadrados y la oportunidad que se presenta en los últimos años de nuevas marcas y anclas, estamos transformando completamente a MUNDO E en un moderno Lifestyle Fashion Center. Hoy todo esto es una realidad, la obra en desarrollo integra las más importantes cadenas de tiendas de moda del mundo y del país. MUNDO E tendrá además, más de 20 opciones de restaurantes para comer: Cambalache, 50 Friends, Italiannis, Santa FE Ver Factory, Sirloin Stocade, Chilis, entre muchos otros,*

*MUNDO E has been one of the most difficult projects, but at the same time, one of the biggest satisfactions for us, especially for me. In 1998 I participated with FRISA to make an already started structure of a project conceived to be the first Fashion Center with foreign department stores that cancelled their arrival to Mexico due to the crisis of 1994, an entertaining integral center.*

*With no more anchor than the biggest complex of CINEMEX, Zara, C&A and 100 more stores, MUNDO E was able to operate successfully as a commercial and entertaining center during several years (PREMIO ADI).*

*With a land of more than 200 square meters and the opportunity present in the recent years of new brands and anchors, we are completely changing MUNDO E into a modern Lifestyle Fashion Center. Today, it is real; the work in development contains the most important chains of fashion stores of the world and the country's. In addition, MUNDO E will have more than 20 choices of restaurants where to eat: Cambalache, 50 Friends, Italianni's, Beer Factory Santa Fe, Sirloin Stocade, Chili's, among others more.*



**PROYECTO:** **PUERTO CANCÚN**  
**DESCRIPCIÓN:** Lifestyle Fashion Center y centro de barrio. (Centro comercial, oficinas, hotel y 400 departamentos)  
**UBICACIÓN:** Puerto Cancún, Cancún, Quintana Roo  
**DESARROLLO:** MIRA Companies  
**GLA (áreas comerciales):** 45,000 m<sup>2</sup> (Centro comercial)  
**LOCALES:** 111 locales  
**SERVICIOS IQ:** Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura, supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial .  
**PROYECTO:** JERDE / PAPE / FCA  
**STATUS:** En construcción  
**APERTURA:** Primavera, 2017  
**PRINCIPALES MARCAS:** H&M, ZARA, LFT, OYSHO, BERSHKA, STRADIVARIUS, MASSIMO DUTTI, PULL & BEAR, ZARA HOME, CINEPOLIS, SPORT CITY, MARTI, DIESEL, BALLY, ONDA DE MAR, PUERTO MADERO, PUNTA ARENAS, ENTRE OTROS

**PROJECT:** **PUERTO CANCÚN**  
**DESCRIPTION:** Lifestyle Fashion Center and town center. (Commercial center, offices, hotel and 400 apartments)  
**LOCATION:** Puerto Cancún, Cancún, Quintana Roo  
**DEVELOPMENT:** MIRA Companies  
**GLA (commercial areas):** 4,5000 m2 (Commercial Center)  
**SHOPS:** 111  
**IQ SERVICES:** Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center.  
**PROJECT:** JERDE / PAPE / FCA  
**STATUS:** In construction  
**OPENING:** Spring, 2017  
**MAIN BRANDS:** H&M, ZARA, LFT, OYSHO, BERSHKA, STRADIVARIUS, MASSIMO DUTTI, PULL & BEAR, ZARA HOME, CINEPOLIS, SPORT CITY, MARTI, DIESEL, BALLY, ONDA DE MAR, PUERTO MADERO, PUNTA ARENAS, AMONG OTHERS.

*PUERTO CANCÚN será el nuevo centro comercial tipo Fashion Center destinado a atender a la ciudad de Cancún, la comunidad de Puerto Cancún y la zona hotelera. Su ubicación estratégica sobre Avenida Kukulcan, permite atender a ambos mercados. Con la marina terminada que podrá recibir a más de 150 embarcaciones, la comunidad de puerto Cancún es la más importante en la ciudad con más de 2,200 residencias por construir y más de 1,500 viviendas existentes. PUERTO CANCÚN será el lugar ideal para ir de compras y el único centro gastronómico frente al mar ubicado en una marina única en su tipo en este importante destino turístico.*

*PUERTO CANCÚN will be the new commercial Fashion Center focused on serving the city of Cancún, the community of Puerto Cancun and the hotel area. Its strategic location along Avenida Kukulcan allows serving both markets. With the marine finished, that will host more than 150 boats, the community of puerto Cancun is the most important in the city with more than 2,200 residences to be built and more than 1,500 existing houses. PUERTO CANCÚN will be the ideal place to go shopping and the only gastronomical center in front of the ocean located in a unique marine in its kind in this important touristic destination.*



|                         |   |
|-------------------------|---|
| PROYECTO:               | <b>CITADEL II</b>   |
| DESCRIPCIÓN:            | Ampliación y remodelación a centro comercial regional en operación  |
| UBICACIÓN:              | Avenida Miguel Alemán, esquina con Avenida Rómulo Garza, La Fe, Monterrey, Nuevo León   |
| DESARROLLO:             | STIVA   |
| GLA (área comerciales): | 43,000 m <sup>2</sup> actuales y 23,000 m <sup>2</sup> de la ampliación   |
| LOCALES                 | Actuales. 95<br>Ampliación: 47  |
| SERVICIOS IQ:           | Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura, supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial |
| PROYECTO:               | ARES ARQUITECTOS.   |
| STATUS:                 | En operación y desarrollo   |
| PRINCIPALES MARCAS:     | C&A, Innova Sports, SEARS, Sanborns, Starbucks, Applebee's, Cuadra, Iusacell, Las Alitas, Peter Piper Pizza, Martí, CAC Telcel, Julio Cepeda, entre otros   |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| PROJECT:                | <b>CITADEL II</b>   |
| DESCRIPTION:            | Expansion and remodeling of a regional commercial center in operation   |
| LOCATION:               | Avenida Miguel Alemán, esquina con Avenida Rómulo Garza, La Fe, Monterrey, Nuevo León   |
| DEVELOPMENT:            | STIVA   |
| GLA (commercial areas): | Currently 43,000 m <sup>2</sup> and 23,000 m <sup>2</sup> of the expansion  |
| SHOPS:                  | Currently: 95<br>Expansion: 47  |
| IQ SERVICES:            | Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center. |
| PROJECT:                | ARES ARQUITECTOS  |
| STATUS:                 | In operation and development  |
| MAIN BRANDS:            | C&A, Innova Sports, SEARS, Sanborn's, Starbucks, Applebee's, Cuadra, Iusacell, Las Alitas, Peter Piper Pizza, Martí, CAC Telcel, Julio Cepeda, among others.        |

*CITADEL es un centro comercial y Power Center, que opera exitosamente en el este – noreste de la ciudad de Monterrey en más de 5 kilómetros de radio, no hay un centro comercial de este tipo. La Fe es una importante zona de desarrollo y crecimiento, en esta misma esquina se encuentra hoy, además el primer SENDERO de Monterrey. En conjunto ambos centros comerciales otorgan la más importante oferta comercial en 10 kilómetros de radio.*

*La ampliación de la CITADEL pretende consolidar el éxito que hoy tiene este conjunto trayendo a las nuevas marcas de moda, "Category Killers"; una ampliación a los cines para lograr el complejo más importante del Este de la ciudad y un nuevo conjunto de restaurantes.*

*CITADEL is a commercial center and a Power Center that successfully operate in the east – northeast of Monterrey city, and in more than 5 kilometers of radius there is no another commercial center like this one. La Fe is an important development and growth area; on this same corner we can also find today the first SENDERO of Monterrey. Together, these two commercial centers grant the most important commercial offer in 10 kilometers of radius.*

*The expansion of CITADEL pretends to consolidate the success that this complex owns today bringing the new trendy brands, "Category Killers"; an expansion of the movie theaters to reach the most important complex in the Eastern city and a new group of restaurants.*



|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <p>PROYECTO:<br/>DESCRIPCIÓN:<br/>UBICACIÓN:<br/>DESARROLLO:<br/>GLA (área comerciales):<br/>LOCALES (totales):<br/>SERVICIOS IQ:</p> | <p><b>CUSPIDE II</b><br/>Lifestyle Fashion Center, residencias y oficinas<br/>Avenida Lomas Verdes, Naucalpan, Estado de México<br/>COJAB / CAPITOLIO<br/>60,000 m<sup>2</sup><br/>125<br/>Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura, supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial</p> | <p>PROYECTO:<br/>DESCRIPCIÓN:<br/>LOCATION:<br/>DEVELOPMENT:<br/>GLA (commercial areas):<br/>SHOPS:<br/>IQ SERVICES:</p> | <p><b>CUSPIDE II</b><br/>Lifestyle Fashion Center, residences and offices<br/>Avenida Lomas Verdes, Naucalpan, State of Mexico<br/>COJAB / CAPITOLIO<br/>60,000 m<sup>2</sup><br/>125<br/>Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center.</p> |
| <p>PROYECTO:<br/>STATUS:</p>  | <p>CALLISON SEATTLE, PAPE.<br/>En proceso de desarrollo</p>  | <p>PROYECTO:<br/>STATUS:</p>   | <p>CALLISON SEATTLE, PAPE.<br/>In process of development</p>  |

LA CUSPIDE es hoy un Power Center y centro comercial con un gran éxito en Lomas Verdes. Reúne a WARMART Supercenter, Sam's, Homedepot, Cinépolis, entre otros comerciantes. Lomas Verdes es hoy una zona de importante crecimiento residencial vertical con unidades de un precio que inicia en los dos millones de pesos. Mucha gente le llama "El bosque de las lomas de Satélite". Lomas Verdes cuenta con todos los servicios como escuelas, hospitales e importantes vialidades que la ligan al resto de la ciudad como el libramiento La Venta -Chamapa. LA CUSPIDE II ofrecerá ahora un cómodo Fashion Center, cines y restaurantes dentro de un desarrollo residencial vertical de más de 1,000 unidades.

LA CUSPIDE is today a Power Center and a commercial center with a great success in Lomas Verdes. It puts together WARMART Supercenter, Sam's, Home Depot, Cinépolis, among other businesses. Lomas Verdes is today an important area of vertical residential growth containing units with prices starting from two million pesos. Lots of people call it "El Bosque de las Lomas de Satélite". Lomas Verdes counts on all the services as schools, hospitals and important roads that link it to the rest of the city as the libramiento La Venta - Chamapa. LA CUSPIDE will offer now a comfortable Fashion Center, movie theaters and restaurants within a vertical residential development of more than 1,000 units.



PROYECTO: **PUNTO LA VICTORIA**  
 DESCRIPCIÓN: Lifestyle Fashion Center, 500 condominios, hotel y oficinas.  
 UBICACIÓN: Avenida Constituyentes 26, Las Alamedas, Querétaro, Qro.  
 DESARROLLO: ABILIA  
 GLA (áreas comerciales): 60,000 m<sup>2</sup> (Centro Comercial)  
 LOCALES: 100  
 SERVICIOS IQ: Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura, supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización del centro comercial

PROYECTO: GVI / FCA / PAPE  
 STATUS: En construcción  
 PRINCIPALES MARCAS: H&M, OLD NAVY, LFT, PULL & BEAR, BERSHKA, AMERICAN EAGLE, STRADIVARIUS, SEARS, SANBORNS, JULIO, STEVE MADDEN, ALDO CONTI, COLUMBIA, MARTI, QUARRY, FERRIONI, CAMPANITA, OLIVE GARDEN, CINEPOLIS, SPORT CITY, ENTRE OTRAS

PROJECT: **PUNTO LA VICTORIA**  
 DESCRIPTION: Lifestyle Fashion Center, 500 condominiums, hotel and offices.  
 LOCATION: Avenida Constituyentes 26, Las Alamedas, Querétaro, Qro.  
 DEVELOPMENT: ABILIA  
 GLA (commercial areas): 60,000 M<sup>2</sup> (Commercial Center)  
 SHOPS: 100  
 IQ SERVICES: Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center.

PROJECT: GVI / FCA / PAPE  
 STATUS: In construction  
 MAIN BRANDS: H&M, OLD NAVY, LFT, PULL & BEAR, BERSHKA, AMERICAN EAGLE, STRADIVARIUS, SEARS, SANBORNS, JULIO, STEVE MADDEN, ALDO CONTI, COLUMBIA, MARTI, QUARRY, FERRIONI, CAMPANITA, OLIVE GARDEN, CINEPOLIS, SPORT CITY, AMONG OTHERS.

*Avenida Constituyentes es el equivalente a Avenida Insurgentes en la Ciudad de México y comunica el oeste con el este de la ciudad pasando por el centro de la misma; además Querétaro al día de hoy es el estado de la República Mexicana con más crecimiento a nivel nacional. Este terreno de más de 80,000 metros cuadrados era la antigua planta de la Coca Cola. Hoy ABILIA desarrolla aquí su primer centro comercial regional junto con una importante oferta de departamentos, oficinas, hotel y servicios.*

*Avenida Constituyentes is the equivalent to Avenida Insurgentes in Mexico City and communicates the west with the east of the city crossing the downtown; besides, Querétaro is the state of the Mexican Republic with the most national growth at the moment. This land of more than 80,000 square meters was the antique plant of Coca-Cola. Today, ABILIA develops here its first regional commercial center jointly to an important offer of apartments, offices, hotel and services.*



**PROYECTO:** **PLAZA FIESTA NORTE**  
**DESCRIPCIÓN:** Lifestyle Fashion Center.  
**UBICACIÓN:** Avenida Sendero Norte esquina con Avenida Colombia; Santa Catarina, Monterrey, Nuevo León  
  
**DESARROLLO:** GIM Grupo Inmobiliario Monterrey .  
**GLA (áreas comerciales):** 150,000 m<sup>2</sup> (solo centro comercial)  
**LOCALES (totales):** 220  
**SERVICIOS IQ:** Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura. Supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización de centro comercial  
**PROYECTO:** CALLISON SEATTLE, PAPE, GIM.  
**STATUS:** En proceso de desarrollo

**PROJECT:** **PLAZA FIESTA NORTE**  
**DESCRIPTION:** Lifestyle Fashion Center  
**LOCATION:** Avenida Sendero Norte esquina con Avenida Colombia; Santa Catarina, Monterrey, Nuevo León  
  
**DEVELOPMENT:** GIM Grupo inmobiliario Monterrey.  
**GLA (commercial areas):** 150,000 m<sup>2</sup> (just the commercial center)  
**SHOPS:** 220  
**IQ SERVICES:** Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center.  
**PROJECT:** CALLISON SEATTLE, PAPE, GIM  
**STATUS:** In process of development

*PLAZA FIESTA NORTE es parte de un plan maestro sobre más de 80 hectáreas de terreno dentro de la Ciudad de Monterrey. El predio se encuentra en la zona Norte y será en conjunto el nuevo polo de desarrollo para clase media de esta ciudad. El plan maestro contempla el desarrollo de más de 25 viviendas, edificios para segunda oficina (back office), hoteles y predios para co-desarrollo e importantes áreas verdes y espacios públicos.*

*PLAZA FIESTA NORTE is a master plan's part of more than 80 hectares of land within Monterrey city. The land is located in the northern area and it will totally be the new pole of development for the middle class of this city. The master plan is focused on the development of more than 25 houses, buildings for back offices, hotels, and lands for co-developments and important green areas and public spaces.*





|                          |  |
|--------------------------|--|
| PROYECTO:                | <b>ANDADOR AZTECA</b>  |
| DESCRIPCIÓN:             | Centro de reordenamiento urbano. Centro comercial, hotel y oficinas, remodelación del estadio Azteca   |
| UBICACIÓN:               | Tlalpan, Ciudad de México  |
| DESARROLLO:              | Grupo Televisa ALHEL. IQ REALESTATE  |
| GLA (áreas comerciales): | 120,000 m <sup>2</sup> (centro comercial), 30,000 m <sup>2</sup> de oficinas, 2 hoteles.   |
| LOCALES (totales):       | 220 (aprox.)   |
| SERVICIOS IQ:            | Proceso inicial de análisis de negocio, selección de empresa de arquitectura. Supervisión del desarrollo de proyecto, comercialización de centro comercial |
| PROYECTO:                | EDMONDS International.   |
| STATUS:                  | En proceso de desarrollo   |

Grupo Televisa desarrolla un plan maestro en terrenos que rodean y conforman desde el Estadio Azteca, Parque de Santa Úrsula y lo que es hoy la Federación Mexicana de Fútbol. La intención es hacer un proyecto que reordene la zona, otorgando nuevas vialidades entre el Periférico y Tlalpan, favoreciendo el tráfico diario así como el ingreso y salida al estadio. También, una de las premisas es crear un centro urbano donde los habitantes de la zona puedan usarlo para actividades diarias de paseo y deporte, mejorando con importantes espacios públicos, la calidad de vida de la zona en especial del peatón.

Se llevó a cabo un concurso donde se invitó a algunos de los más importantes desarrolladores con experiencia en conjuntos de uso mixto, centros comerciales, oficinas y hoteles: GICSA, DANHOS, SORDO MADALENO, THOR, y ALHEL. El proyecto fue otorgado a ALHEL e IQ REALESTATE fue invitado desde el inicio por los ganadores al desarrollo del proyecto. ANDADOR AZTECA será el proyecto más grande de su tipo en la ciudad a llevarse a cabo en los próximos años.

|                         |   |
|-------------------------|---|
| PROJECT:                | <b>ANDADOR AZTECA</b>   |
| DESCRIPTION:            | Urban reordering center. Commercial center, hotel and offices, remodeling of the Azteca stadium   |
| LOCATION:               | Tlalpan, Mexico City  |
| DEVELOPMENT:            | Grupo Televisa ALHEL. IQ REALESTATE   |
| GLA (commercial areas): | 120,000 m <sup>2</sup> (Commercial Center), 30,000 m <sup>2</sup> of offices, 2 hotels.   |
| SHOPS:                  | 220 (roughly)   |
| IQ SERVICES:            | Initial process of business analysis, choice of the architecture enterprise, supervision of the project development and commercialization of the commercial center. |
| PROJECT:                | EDMONDS International   |
| STATUS:                 | In process of development   |

Grupo Televisa develops a master plan on lands surrounding and being part from the Azteca Stadium, Santa Úrsula Park and what today is the Mexican Football Federation. The goal is to make a project to reorder the area, by granting new roads between the Periférico and Tlalpan, favoring this the daily traffic as well as the entry and exit to the stadium. Besides, one of the premises is to create a urban center so that the population of the area can use it for daily activities as walks and sports, improving with public spaces the quality of life in the area, especially the pedestrian's.

A competition took place and some of the most important developers were invited, they have got lots of experience in mixed-use complexes, commercial centers, offices and hotels: GICSA, DANHOS, SORDO MADALENO, THOR AND ALHEL. The project was granted to ALHEL and from the beginning IQ REALESTATE was invited by the winners to make part of the project development. ANDADOR AZTECA will be the biggest project of its kind in the city to be developed in the next years.

# Breve panorama de la oferta de CENTROS COMERCIALES EN LATINOAMÉRICA

**EN LATINOAMÉRICA HAY APROXIMADAMENTE 48,000,000 DE METROS CUADRADOS DE ESPACIO RENTABLE DENTRO DE 1,800 CENTROS COMERCIALES; ESTO SIGNIFICA UN RATIO DE 8 M<sup>2</sup> POR CADA 100 HABITANTES. ¿ES ESTO UNA SOBREOFERTA? ¿CÓMO CAMBIARÁ ESTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?**



Cada vez que hay una reunión internacional relativa a la industria de los centros comerciales, sale a relucir el índice basado en la superficie total rentable y la población, ya sea medida en pies cuadrados por habitantes o en metros cuadrados por cada cien habitantes. ¿Cuál es este índice en el país y cómo se compara con el de Estados Unidos?

Ésta es la pregunta que siempre se escucha y la respuesta siempre ha sido un poco vaga, no sólo por la falta de información al respecto en toda la región (aunque en algunos países es menos escasa que en otros), sino por la relevancia de la misma, ya que la diferencia que existe entre los países del norte del continente y Latinoamérica es abismal, ¿será que esta brecha significa un déficit en la oferta en estos países, o es producto de las diferencias económicas (particularmente, de la capacidad de consumo de las familias en cada país)?

Para poder responder esto de una mejor forma hay que poner siempre en contexto que la estructura comercial en Latinoamérica difiere mucho de aquella que se encuentra en Estados Unidos y en Canadá, resultado tanto de la estructura urbana que los colonizadores trajeron a cada región como de la mezcla de cultura que se generó entre la de estos y la de los que habitaban el continente. Por ejemplo, los tradicionales tianquis que existen en México desde la época Azteca, y que de alguna forma se replican en algunos de los países del Sur (San Andresitos en Colombia), no se encuentran de ninguna forma en el Norte, y esto representa una parte importante de la oferta comercial en nuestra región, que recibe una considerable derrama económica y que nunca se ha ni se habrá de contabilizar como parte de estos índices comparativos, pues estos se refieren exclusivamente a la oferta de espacio dentro centros comerciales.

Al ser así, consideramos que al ver los índices de la oferta en cada país, se debe de considerar la cultura de cada uno de estos, así como la estructura comercial y oferta de los mercados "tradicionales" en cada uno, y sólo así comparar entre países latinoamericanos con mayor relevancia que entre el norte y el sur.

Para hablar de Latinoamérica, hay que entender que el término se refiere a los 20 países en los que se habla alguna lengua Romance, así como dos territorios, Puerto Rico y Guayana Francesa, lo cual genera un territorio con similitudes históricas y culturales más allá de su lenguaje.

Esta región está habitada por 606 millones de personas, siendo Brasil y México los países con mayor número de población, 200 y 120 millones de personas respectivamente, un gran contraste contra los más pequeños, Panamá y Puerto Rico, que tienen menos de 4 millones de habitantes cada uno (Ver figura 1).

El Producto Interno Bruto que genera la región es de 7.7 billones de dólares y la inversión extranjera directa durante 2014 se estima en el orden de 185 mil millones de dólares (Ver figura 2).

|                      | POBLACIÓN<br>Total | POBLACIÓN<br>Urbana | TASA DE<br>CRECIMIENTO |
|----------------------|--------------------|---------------------|------------------------|
|                      | millones           | % crecimiento       | prom. Anual            |
|                      | 2014               | 2014                | 2000-2025              |
| Argentina            | 41.77              | 0.94                | 1.08%                  |
| Bolivia              | 10.60              | 0.69                | 2.09%                  |
| Brasil               | 201.50             | 0.86                | 1.15%                  |
| Chile                | 17.75              | 0.89                | 1.03%                  |
| Colombia             | 49.01              | 0.80                | 1.74%                  |
| Costa Rica           | 4.92               | 0.70                | 2.18%                  |
| Cuba                 | 11.29              | 0.79                | 0.31%                  |
| Ecuador              | 16.02              | 0.67                | 2.19%                  |
| El Salvador          | 6.36               | 0.64                | 1.33%                  |
| Guatemala            | 15.79              | 0.64                | 4.44%                  |
| Guyana               | 0.80               | 0.32                | 0.66%                  |
| Haití                | 10.39              | 0.52                | 2.92%                  |
| Honduras             | 8.23               | 0.54                | 2.83%                  |
| México               | 120.61             | 0.79                | 1.39%                  |
| Nicaragua            | 6.15               | 0.61                | 1.68%                  |
| Panamá               | 3.93               | 0.73                | 2.34%                  |
| Paraguay             | 6.89               | 0.65                | 2.45%                  |
| Perú                 | 30.65              | 0.74                | 1.29%                  |
| Puerto Rico*         | 3.68               | 0.96                | -0.14%                 |
| República Dominicana | 10.42              | 0.72                | 2.00%                  |
| Uruguay              | 3.42               | 0.96                | 0.35%                  |
| Venezuela            | 30.83              | 0.94                | 1.63%                  |
| <b>LATINOAMERICA</b> | <b>606.51</b>      | <b>0.81</b>         | <b>1.42%</b>           |

Fuente: CEPALSTAT Base de Datos, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

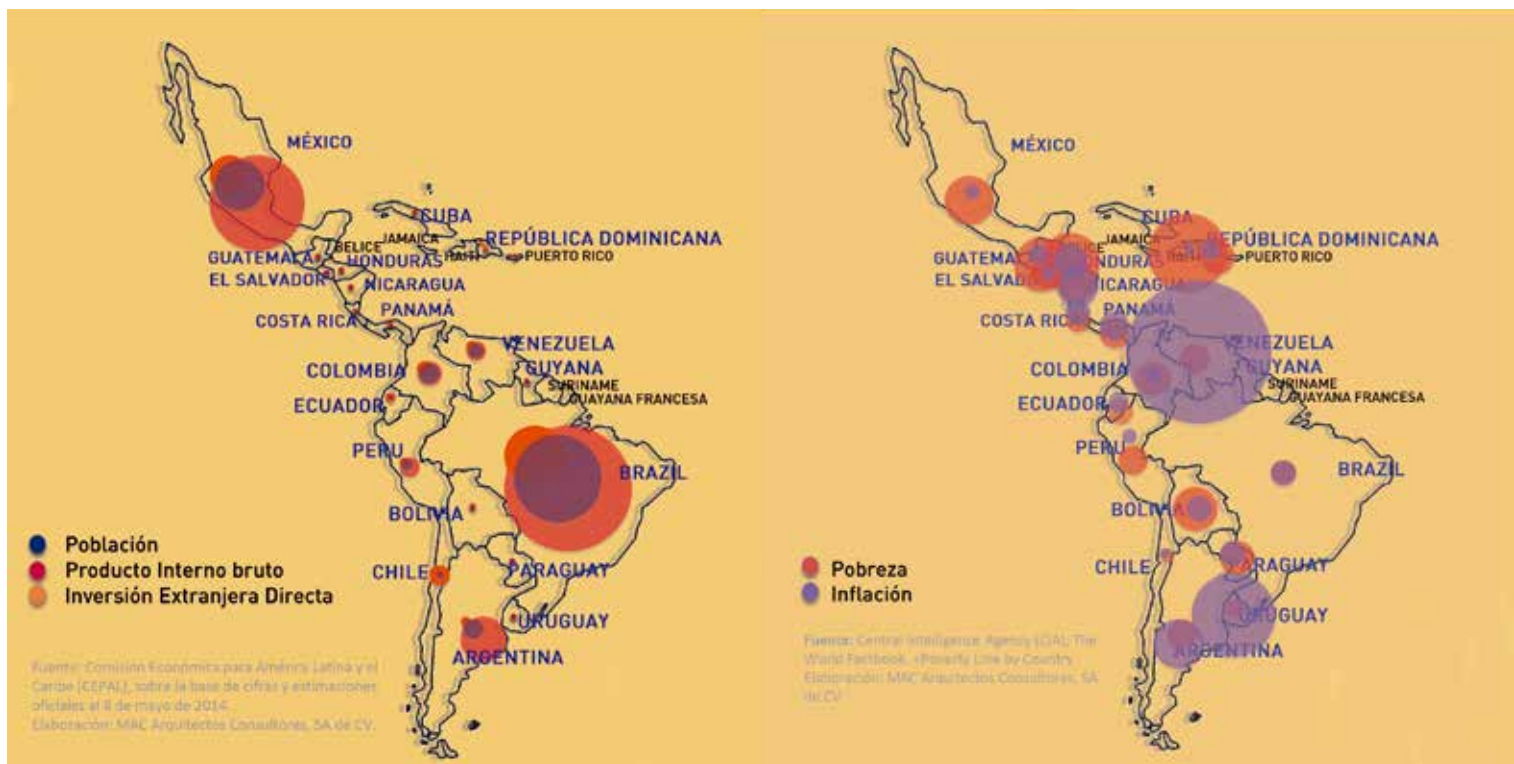
## EL PRODUCTO INTERNO BRUTO QUE GENERA LA REGIÓN ES DE 7.7 BILLONES DE DÓLARES Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DURANTE 2014 SE ESTIMA EN EL ORDEN DE 185 MIL MILLONES DE DÓLARES.

Sin embargo, esta riqueza es muy diferente entre cada uno de los países, incluso dentro de estos existen márgenes de desigualdad e índices de pobreza muy importantes, razón por la cual todos los comparativos que haremos más adelante se refieren a población urbana y no a la población total de los países, aunque ésta es cada vez más representativa en toda Latinoamérica, pues representa el 81% del total de la población.

En este sentido, los coeficientes de desigualdad son menores en los países del Cono Sur, donde también los niveles de educación son mayores y los porcentajes de pobreza menores, aunque contrastan países como

Chile y Uruguay con Bolivia y Perú, con márgenes de desigualdad y pobreza más parecidos a los que se encuentran en los países de Centroamérica, donde la pobreza es mayor. Por el contrario, en la zona sur es donde se registra un porcentaje de inflación mayor, que a pesar de una mejor distribución de la clase media, hace poco competitivas a algunas de las económicas de esa zona y dificulta la entrada de productos de importación (Ver figura 3).

Como comentamos, estas grandes diferencias entre países hacen que la comparación entre estos no sea equitativa, además de la diferencia en la estructura comercial



que trataremos de describir a continuación, aunque ésta sea planteada sólo sobre los cinco países con mayor oferta comercial: Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México, donde la información disponible es más confiable.

### ARGENTINA

Es el país con mayor porcentaje de población Urbana, el 94% de sus habitantes residen en ciudades, los coeficientes de desigualdad y pobreza son bajos y de educación alto, así como el PIB per Cápita. A pesar de ello, es el país con menor ratio comercial, sólo 5.2 m<sup>2</sup> por cada 100 habitantes, lo cual es resultado

de una alta presencia de marcas comerciales de relevancia en locales comerciales ubicados en plantas bajas de edificios de vivienda u oficinas distribuidas por toda la ciudad, por lo que la visita a centros comerciales es poco frecuente.

Aunado a ello, la alta inflación de los últimos años ha encarecido los productos y reducido las importaciones, haciendo poco atractivo el desarrollo de nuevos centros comerciales, por lo que el crecimiento de la industria en ese país ha sido incipiente en los últimos 5 años, tan solo 25 centros comerciales con un promedio de 120,000 m<sup>2</sup> por año.

### BRASIL

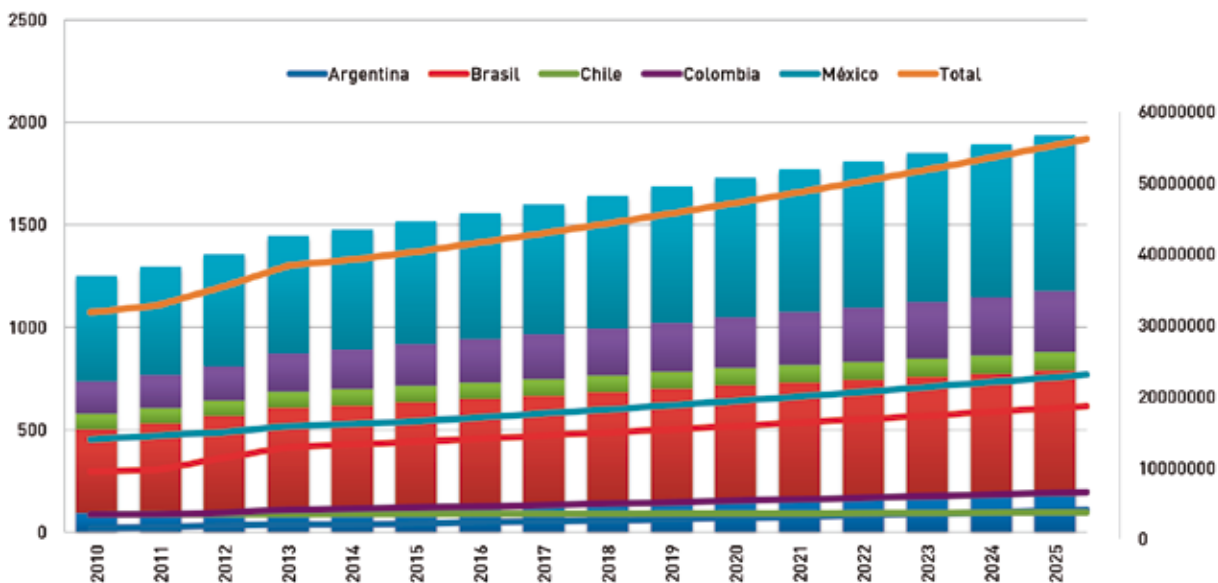
Éste es el país con mayor población de la región y el segundo con mayor oferta de centros comerciales: 511 y 13.5 millones de metros cuadrados rentables, que significa un ratio de 7.8 m<sup>2</sup> por cada 100 habitantes urbanos. Sin embargo, esto tan solo representa aproximadamente el 19% de los espacios de comercio minorista, el resto se desarrolla en formatos tradicionales en las principales avenidas de las ciudades, y se ve afectado por comercio informal que se desarrolla en las llamadas Ferias Libres, que son mercado de productores donde se comercializan alimentos perecederos, particularmente frutas

| Oferta Comercial y Proyecciones de Crecimiento en Países Seleccionados |            |             |            |            |             |
|--|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| año 2014   | ARGENTINA  | BRASIL      | CHILE      | COLOMBIA   | MEXICO      |
| Población  | 41,775,000 | 200,000,000 | 17,800,000 | 49,000,000 | 120,000,000 |
| P. Urbana  | 94%        | 86%         | 89%        | 80%        | 80%         |
| Población Urbana   | 39,268,500 | 172,000,000 | 15,842,000 | 39,200,000 | 96,000,000  |
| Centros Comerciales  | 114        | 511         | 79         | 194        | 584         |
| ART  | 2,000,000  | 13,500,000  | 3,500,000  | 4,230,000  | 16,150,000  |
| Ratio (m <sup>2</sup> / 100 hab)                                       | 5.2        | 7.8         | 22.3       | 10.8       | 16.9        |
| año 2025   |            |             |            |            |             |
| Población Urbana   | 43,400,000 | 188,000,000 | 17,100,000 | 45,800,000 | 107,000,000 |
| Centros Comerciales  | 178        | 700         | 90         | 280        | 760         |
| ART  | 4,000,000  | 22,800,000  | 3,800,000  | 6,200,000  | 23          |
| Ratio (m <sup>2</sup> / 100 hab)                                       | 9.3        | 12.0        | 22.3       | 14.0       | 22.0        |

**Fuentes:**

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras y estimaciones oficiales al 8 de mayo de 2014.  
 Reporte de Centros Comerciales, ReCC, MAC Arquitectos Consultores  
 Carlos Routolo, Consultor Senior, MC15 Consultoria, Sao Paulo Brasil.  
 Cristina Vigoya, Líder División de Estudios, Asociación de Centros Comerciales de Colombia, Acecolombia.  
 Elaboración: Equipo de Investigación de MAC Arquitectos Consultores.

Proyección de Crecimiento de CC's en Países Seleccionados



y verduras, y el contrabando que proviene de Paraguay y que se ofrece de casa en casa. Sin embargo, el crecimiento en los últimos cinco años ha sido muy importante, pues se han desarrollado aproximadamente 100 centros comerciales con un promedio de 630,000 m<sup>2</sup> anualmente.

### CHILE

Ésta es la economía más desarrollada y estable de Latinoamérica, con uno de los menores porcentajes de pobreza y desigualdad. La inflación ha sido de apenas 1.5%, la más baja de la zona, y una clase media muy alta reflejada en el mayor PIB per cápita de la región.

A pesar de tener una población reducida de apenas 17.5 millones de habitantes, la oferta de centros comerciales es alta, cuenta con localidades de menos de 200,000 habitantes con más de un centro comercial, y por ello, el ratio por cada 100 habitantes es el más alto: 22 metros cuadrados. Pese a ello, su crecimiento es muy reducido, tan solo 5 centros comerciales y 150,000 m<sup>2</sup> de área rentable desarrollados en los últimos 5 años.

### COLOMBIA

Con una población de 39 millones y una tasa de crecimiento alta, este país es uno de los que más ha crecido proporcionalmente en los últimos años, lo cual es producto de una industria reciente que está cubriendo el déficit existente gracias a una alta proporción de clase media y el deterioro de un importante comercio tradicional que se venía desarrollando en centros de comercio informal llamados "San Andresitos", donde se comercializan productos de importación legal e ilegal, y perecederos.

En los últimos 5 años se han desarrollado en Colombia 35 centros comerciales, con un ritmo de 160,000 m<sup>2</sup> rentables anualmente, generando un ratio de 11 m<sup>2</sup> rentables por cada 100 habitantes urbanos.

**EN LA ZONA SUR DE LATINOAMÉRICA ES DONDE SE REGISTRA UN PORCENTAJE DE INFLACIÓN MAYOR, QUE A PESAR DE UNA MEJOR DISTRIBUCIÓN DE LA CLASE MEDIA, HACE POCO COMPETITIVAS A ALGUNAS DE LAS ECONÓMICAS Y DIFICULTA LA ENTRADA DE PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN.**

### MÉXICO

En este país, el desarrollo de centros comerciales inició desde hace varias décadas, sin embargo, hace apenas 15 años tomó relevancia con la llegada de capitales extranjeros y fondos institucionales. Es por ello que a pesar de ser el segundo en tamaño de población, cuenta con la oferta más alta de centros comerciales, 584 y 16 millones de metros cuadrados rentables.

Con una economía estable y una clase media creciente, el desarrollo en los últimos cinco años ha sido muy dinámico, generando alrededor de 20 nuevos proyectos y 635,000 metros cuadrados rentables cada año.

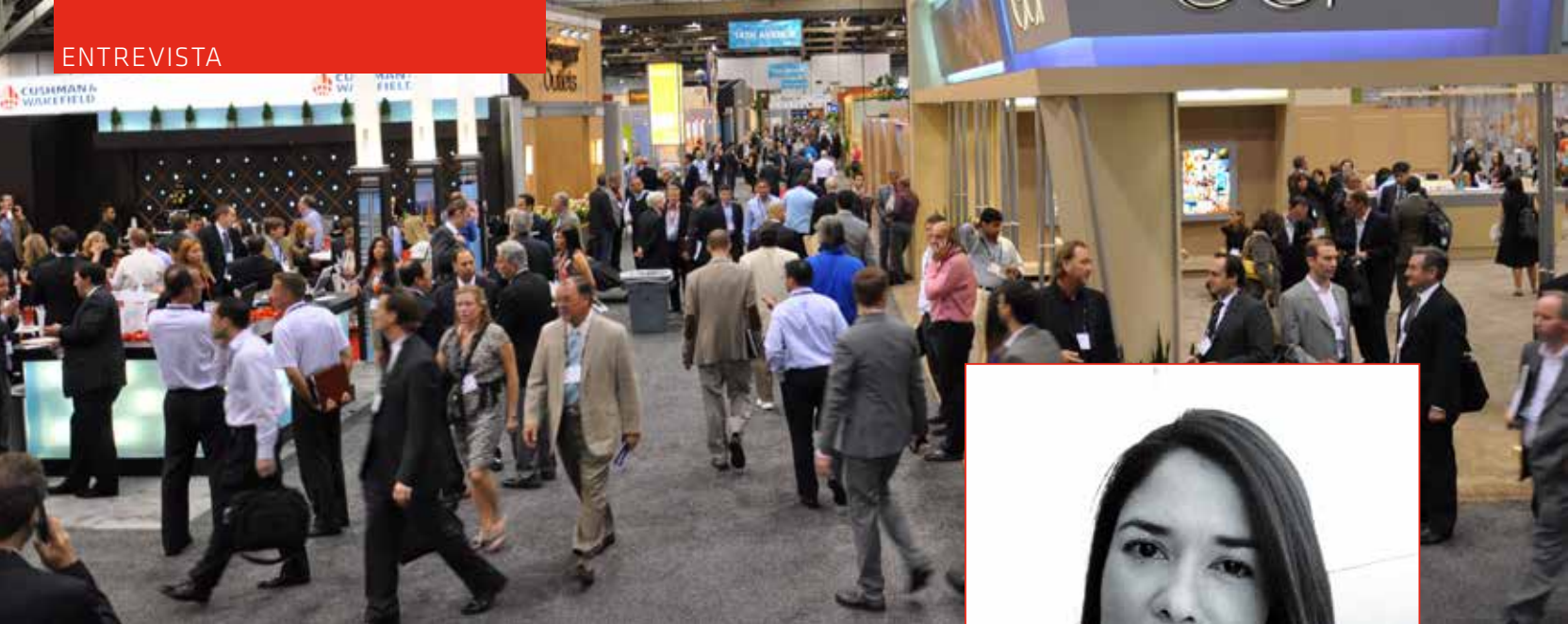
Al igual que en Colombia, este nuevo desarrollo ha ido reemplazando el comercio tradicional e informal que se desarrolla en los Tianguis o Mercados de Pulgas y en los mercados sobre ruedas, similares a las ferias libres o móviles de otros países sudamericanos, donde no sólo se ofrece alimentos sino todo tipo de productos, en su mayoría de procedencia ilegal.

Como vemos, el desarrollo de centros

comerciales en estos cinco países ha sido muy activo en los últimos años y aunque no se puede generalizar por toda la región Latinoamericana, sí se observan comportamientos similares en algunos otros países de Sudamérica y Centro América, como El Salvador y Costa Rica.

En función del crecimiento demográfico y las tasas de desarrollo comercial de estos cinco países, estimamos que durante los próximos 10 años, se habrán de desarrollar aproximadamente otros 20 millones de metros cuadrados rentables en 1,200 nuevos centros comerciales.

Con ello, los ratios de oferta entre población deberán ascender de manera considerable, debiendo para ello, reemplazar una gran parte del comercio informal, y modificando los formatos a centros de menor tamaño, anclados con tiendas más pequeñas y con mezclas comerciales diferentes, para ubicarse en mercados de menor tamaño o con zonas de influencia menores, algo también fundamental, considerando la escasez de tierra en las zonas urbanas de toda la región. ■



Sandhya Espitia  
Vice President, Latin America and the Caribbean

## RECon LATAM: CONOCIMIENTO Y TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA, RELACIONES DE NEGOCIOS, EXPOSICIÓN COMERCIAL, Y OTRAS ACTIVIDADES ESENCIALES PARA RESPONDER DE FORMA EFECTIVA AL DINAMISMO Y RÁPIDO CAMBIO DEL SECTOR.

### INMOBILIARE MAGAZINE (IM): ¿CUÁL ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DE UN PROGRAMA COMO RECON LATIN AMERICA?

**Sandhya Espitia (SE):** RECon Latin America es la convención más importante del ICSC en la región. Es una plataforma que proporciona una experiencia completa de conocimiento y tendencias en la industria, relaciones de negocios, exposición comercial, y otras actividades esenciales para responder de forma efectiva al dinamismo y rápido cambio del sector.

### IM: ¿POR QUÉ CANCÚN?

**SE:** México se ha posicionado en los últimos años como un país estratégico en nuestra industria. México es también la sede de la oficina regional del ICSC. En años anteriores la Ciudad de México fue anfitriona de RECon Latin America; este año, nuestros miembros eligieron, por medio de un proceso de votación democrático, a Cancún como la sede para el 2015.

### IM: ¿CUÁL ES EL ESTADO DE LA INDUSTRIA EN MÉXICO Y QUÉ CAMBIOS Y TENDENCIAS PREVE EL ICSC DE CARA AL 2016?

**SE:** México cuenta con casi 600 centros comerciales y \$2,543,708,476 de ventas anuales en retail. La consolidación de las Fibras ha generado procesos importantes de regulación del mercado. Uno de los desafíos para

el futuro es la disponibilidad de propiedad raíz, pues en algunas regiones ya vemos saturación en el mercado. Por otra parte, la expansión de marcas globales generalmente inicia en México y después sigue a lo largo de la región en países como Brasil, Chile y Colombia. Aunque México haya tenido el año pasado un crecimiento económico bajo en comparación con el proyectado, las expectativas para el próximo año son más positivas gracias a procesos de acceso a capital más sofisticados, adquisiciones y la transición de entidades privadas hacia el espacio público.

### IM: ¿QUÉ TEMAS SE ABORDARÁN ESTE AÑO?

**SE:** RECon Latin America 2015 tiene como tema dominante la innovación. Este año nos hemos dedicado a tener conversaciones relevantes con líderes de la industria acerca del tipo de convención que les gustaría tener. El común denominador ha sido la necesidad de diseñar un programa con conocimiento nuevo, caras nuevas, temas que miran hacia el futuro y grandes tendencias globales que puedan beneficiar a la región. El desarrollo de conocimiento en la industria es nuestra misión, al igual que facilitar interacciones reales de negocios, así que todo el programa se ha diseñado bajo esta premisa.

### IM: ¿NOS PUEDES DAR UN "ADELANTO" SOBRE ALGUNAS ACTIVIDADES IMPORTANTES PARA LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN, QUE ESTÉN

### PLANEANDO PRESENTAR EN RECON LATIN AMERICA 2015?

**SE:** Las más importantes serán:

- **Pasarela de Retailers:** Plataforma presencial de negocios dedicada a reuniones personales con retailers regionales y globales en la Exposición Comercial y de Negocios.
- **Sesiones a Gran Escala:** Presentaciones magistrales de 60 minutos lideradas por profesionales de influencia y reconocimiento global, enfocadas en temas macro y relevantes para la industria. En unas semanas estaremos anunciando algunos nombres.
- **Sesiones Especializadas Concurrentes:** Conversaciones prácticas de 45 minutos en disciplinas específicas y/o segmentos de la industria, enfocadas en las buenas prácticas, procesos y tendencias actuales.
- **Exclusividad a la Exposición Comercial:** Epicentro de negocios para todos los participantes del programa. Los participantes podrán pasar más tiempo en este dinámico espacio interactuando con colegas, sin preocuparse de dejar conversaciones sin terminar o perderse las sesiones de su interés en el auditorio.
- **Fiesta RECon Latin America:** Invitación abierta y sin costo adicional a una noche de celebración en la playa, con la mejor selección de bebidas y culinaria mexicana. ■



**Regístrese hoy** y aproveche la tarifa preferencial.

Únase a más de 1.000 participantes y expositores en Cancún, en el evento más importante de la industria para establecer contactos, explorar nuevas tendencias y realizar negocios. Disfrute de un selecto grupo de conferencistas y una variedad de nuevos eventos incluidos en la convención.

Inscríbese hoy: [www.icsc.org/2015RLA](http://www.icsc.org/2015RLA)

# PERSPECTIVAS 2015 PARA CENTROS COMERCIALES EN LATINOAMÉRICA

**2014 HA SIDO EL MEJOR AÑO DE SU HISTORIA PARA LOS CENTROS COMERCIALES EN LATINOAMÉRICA: LOS RETAILERS GLOBALES SIGUIERON ENTRANDO Y EXPANDIÉNDOSE EN TODA LA REGIÓN, PERO ADEMÁS, EL FINANCIAMIENTO YA NO FUE PROBLEMA.**



Jorge Lizán  
Consultor Internacional en Retail



**E**l 2014 ha sido un año fascinante para la industria de centros comerciales en el mundo, pero para Latinoamérica tal vez haya sido el mejor año de su historia. El recuerdo de la crisis económica de hace 5 años prácticamente se ha borrado de nuestra memoria, y vemos actividad en toda la región. Nuestra industria ha llegado a la madurez, la evolución es clara; desde el primer centro comercial que se construyó en Brasil hacia el año 1966, hasta el último país integrado que fue Bolivia en diciembre de 2013, los más de 1,800 centros comerciales que hay en Latinoamérica son una muestra de que esta industria está más que viva y tiene un futuro brillante.

A lo largo de 2014, los retailers globales siguieron entrando y expandiéndose en toda la región, hay pocos países donde no están Zara, Gap y Forever 21, y en poco tiempo H&M también tendrá presencia en todo el continente. También vemos la entrada de nuevos retailers tanto de Europa como de los Estados Unidos y otras regiones; desde algunos conceptos novedosos como Desigual y Scotch & Soda, hasta marcas de lujo, pasando por los retailers especializados como Crate & Barrel y Bed, Bath & Beyond, y marcas de las cuales pocos hemos escuchado, pero que en poco tiempo serán tema de conversación para el consumidor latinoamericano.

Pero también ha sido el año en el cual el capital parece haber decidido hacerse presente en la región. Actualmente, las fuentes de capital ya no sólo son internacionales, sino locales. Las FIBRAS han revolucionado la industria en México y los Fondos de Inversión siguen buscando oportunidades en toda la región -fondos de capital privado, aseguradoras, REIT's, fondos de pensiones, fondos soberanos, AFP's, o proveedores de deuda. Hoy, el financiamiento ya no es un problema en la región, el problema tal vez es que no hay suficiente producción inmobiliaria para todo el capital disponible, y mucho del producto que había hace unos años ya fue adquirido. Pero para quienes nos dedicamos al desarrollo inmobiliario, éste es un buen problema a tener.

2014 también ha sido un buen año para los desarrolladores de centros comerciales de la región; muchos de ellos siguen internacionalizándose, en especial los chilenos, pero también hemos visto a desarrolladores centroamericanos cruzar fronteras -de Guatemala, Honduras y el Salvador-, y seguimos viendo a algunos desarrolladores venezolanos y argentinos poniendo el desarrollo en sus países "on hold" y aventurándose cada vez más a nuevos territorios. ¿Sabe quién está desarrollando el proyecto más ambicioso de Paraguay? Un inversionista guatemalteco. Curiosamente, los únicos que aún no salen de sus países son los desarrolladores mexicanos y brasileños, quienes todavía tienen mucho trabajo en sus respectivos países.

¿Y qué nos depara el 2015? En mi opinión, el año próximo va a ser aún mejor que el presente; veremos una intensificación en la llegada de nuevas marcas, seguirá llegando más capital del exterior y los mercados de capital locales seguirán proveyendo re-

curso; los desarrolladores seguirán incrementando sus portafolios y

expandiéndose internacionalmente, en algunos casos con el objetivo de vender su producto a los fondos o FIBRAS. Pero qué mejor que escuchar las perspectivas de los expertos, quienes están haciendo una diferencia en nuestra industria. Para ello, entrevisté a algunos de los líderes de la industria en Latinoamérica, quienes además nos hablan un poco de su propia historia. Esto es lo que nos dijeron:

### Jaime Alverde

Presidente de la ADI  
Director de Operaciones  
Grupo Gigante  
Ciudad de México, México

"El negocio de los centros comerciales es un negocio a largo plazo, cuyos aspectos más importantes son: la tienda ancla, y por supuesto, la ubicación", JA

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Inicié cuando me incorporé al equipo de trabajo de Grupo Gigante, ocupando distintos puestos en la operación de las tiendas de autoservicio Gigante, y posteriormente en el desarrollo de centros comerciales, donde estaban ubicadas las tiendas de autoservicio.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA ACTUAL DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS Y EN LATINOAMÉRICA?

México, particularmente el Distrito Federal, ha mostrado un desarrollo muy importante. Actualmente tiene un área rentable de casi 5 millones de metros cuadrados, que junto con las ciudades de Guadalajara y Monterrey equivalen a casi el 47% del total nacional de los 17 millones de m<sup>2</sup> existentes en toda la nación. En comparación con América Latina, de acuerdo a datos del estudio "Shopping Center Development Report", elaborado recientemente por Cushman & Wakefield, México tiene un área rentable bruta de 91.8 m<sup>2</sup> por cada mil habitantes, debajo de Chile que cuenta con 167.5 m<sup>2</sup>. En tercer lugar se ubica Perú, con 79 m<sup>2</sup>; en cuarto sitio Brasil, con poco más de 63 m<sup>2</sup>; y en quinto sitio se ubica Colombia, superando los 62 m<sup>2</sup>.

En general, la industria retail presenta un buen crecimiento, particularmente en México, algunos empresarios tienen nuevos planes de expansión, además de idear nuevas estrategias para atraer más clientes, tanto en los centros comerciales que están por abrir como en los ya existentes, la tendencia es que no sólo sean un lugar de encuentro y compras, sino un lugar de convivencia y recreación.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN LATINOAMERICANA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Desde hace 10 años, la industria ha presentado un crecimiento importante en todas las ramas, sobre todo en el mercado del Fashion Mall. Se pensaba que en México no había



Jaime Alverde  
Presidente de la ADI

clientes para ese segmento, sin embargo, desde la apertura del Centro Comercial Santa Fe en 2006, y tras su ampliación en 2014, llegó casi al millón de m<sup>2</sup> de área bruta rentable, que lo hace el centro comercial más grande de América Latina, y en una zona de alto poder adquisitivo.

Otro ejemplo es Gran Terraza Oblatos, que se integró a la zona metropolitana de Guadalajara en 2012, y la cual, además de darle otra cara a la localidad donde se ubica y de ser una fuente importante de empleos, es de los primeros centros comerciales en Jalisco en incorporar tecnología sustentable en su operación.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN EN 2015?

Desde luego, los retos económicos y de desarrollo, ya que somos un mercado en consolidación. Así mismo, se requiere que estos espacios vayan más allá de ofrecer un lugar cómodo y seguro para efectuar una compra; deben ser desarrollos amigables con el medio ambiente, por lo que la certificación LEED, más que una moda, es ya una necesidad que exige el mercado.

Preveo que en los tres próximos años, en países como México, Brasil, Colombia, Perú y Chile se añadan 6.4 millones de m<sup>2</sup> de nuevos espacios comerciales, de los cuales 2.4 millones de m<sup>2</sup> serán terminados en 2014, cifra que representaría un crecimiento de casi 11% del área de compras existente en esas naciones.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN MÉXICO?

El principal desarrollo se está llevando a cabo con recursos que consiguen las propias empresas desarrolladoras, con la participación de inversionistas y con el esquema de las llamadas Fibras (Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces). En la actualidad existen tres jugadores enfocados a la construcción y administración de propiedades comerciales, Fibra UNO, Fibra Shop y Grupo Danhos, así



Víctor Manuel Barreiro  
Mexico Retail Properties (MRP)

como los inversionistas extranjeros que han apostado a este sector en México, el cual espera una inversión de 18,000 millones de dólares en los próximos 10 años, según algunos especialistas.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

De acuerdo con un sondeo realizado por la revista Real Estate, se espera la apertura de 16 nuevos centros comerciales en todo el país, que con la renovación y ampliación de otros, sumarían un área bruta rentable de casi 1 millón de m<sup>2</sup>. En este contexto destacan las ampliaciones de Antara y Paseo Interlomas, además de la incorporación de Miyana en su área comercial que añadiría una opción más a la zona de Polanco en la Ciudad de México.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A MÉXICO, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Se espera que marcas como GAP, Forever 21, American Eagle, Create & Barrel, Old Navy, Banana Republic, Victoria's Secret, y Lowe's consoliden su presencia en México. En estos días H&M abrirá una sucursal más en el nuevo centro Comercial del Toreo.

### Víctor Manuel Barreiro

Vicepresidente de Desarrollo y Operaciones  
Mexico Retail Properties (MRP)  
Ciudad de México, México

"MRP ha desarrollado 70 proyectos, entre centros comerciales y usos mixtos, sumando 1.3 millones de metros cuadrados rentables que reciben sobre 125 millones de visitas por año rentables, y equivalen a una inversión aproximada de 21,500 millones de pesos", VMB

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Inicié en los bienes raíces hace aproximadamente 25 años. Desde entonces he estado capturado por este sector tan fascinante, donde cada proyecto es diferente; te presenta retos y oportunidades, te da experiencias y enseñanzas, te permite innovar para adaptarte a las necesidades que el mercado



Santa Fe, México

va requiriendo, pero más importante aún, te permite crear nuevos productos, y con ello, generar mercado.

En un principio comencé como co-franquiciario de una cadena internacional de hamburguesas, donde me tocó estar del lado del comerciante, negociando con los principales desarrolladores de centros comerciales en varias regiones de México. Posteriormente, pasé al sector de vivienda, donde logramos desarrollar más de 25,000 viviendas de interés social y medio. Después de 10 años de estar en ese sector, pasé al otro extremo de la vivienda, a la residencial de lujo, tanto turísticas como en el Distrito Federal, generando más de 3,000 residencias. Fue en esta última empresa, aproximadamente hace 11 años, donde tuve las primeras participaciones con centros comerciales. Ahí se tenían entre 7 y 8 centros desarrollándose simultáneamente. A pesar de que yo era responsable y estaba enfocado a la parte residencial, me tocó presenciar durante años, en los diversos comités, la planeación, concepción, diseño, comercialización y desarrollo de los centros comerciales.

Hace 6 años fui invitado a formar parte de la sociedad de MRP, con lo cual me incorporé con las responsabilidades del desarrollo y operación de los centros comerciales. Cuando ingresé, se tenían 14 centros concluidos y uno en desarrollo, y al día de hoy estamos por rebasar la cifra de 70 centros comerciales.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN LA ACTUALIDAD EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA?

La industria de centros comerciales en los últimos años ha tenido un desarrollo importante en México, debido principalmente a la combinación de una creciente demanda y un mercado proveedor capitalizado.

Con relación a la demanda, el país cuenta con condiciones económicas favorables como son el crecimiento del PIB, el bono demográfico, el aumento en el ingreso neto per-cápita, una clase media creciente, un mercado subatendido y la formalización de la economía, factor importante ya que la informalidad representa hoy dos terceras partes del consumo. Todos estos factores gene-

ran una base propicia para generar planes de inversión y crecimiento de largo plazo en nuestro sector.

Por otro lado, y particularmente en los últimos años, se ha tenido una captación de capital importante por diversos grupos que han impulsado el crecimiento de centros comerciales a lo largo del país. Lo anterior se ha visto reflejado en todos los tipos de centros comerciales desde los "fashion malls" hasta los centros de servicio.

Uno de los elementos que ha impulsado lo anterior es el plan de expansión que han tenido las principales tiendas departamentales, así como las cadenas de autoservicio, las cuales además de estar aprovechando las condiciones de mercado favorables que describí anteriormente, tienen la preferencia de que sus tiendas estén arropadas por centros comerciales de tamaño considerable, generando con esto polos de destino e importantes concentraciones poblacionales. Estas condiciones le han dado a los desarrolladores de centros comerciales la demanda necesaria para crecer el mercado.

A pesar de que el crecimiento se ha dado en todos los tipos de centros comerciales, se ha tenido un desarrollo importante, en particular en los proyectos de usos mixtos verticales, los cuales han vuelto a surgir en los principales centros poblacionales debido a la falta de tierra, los incrementos en el costo de la misma, la demanda de las principales marcas comerciales por entrar a esos mercados, sumado a la expansión y crecimiento que se ha tenido en los sectores de oficinas y hotelería.

Como ejemplo de lo anterior, en MRP hemos logrado invertir en los últimos 10 años más de 21,500 millones de pesos en 70 centros comerciales a lo largo del país, y logrando comprometer establemente entre 2,500 y 3,000 millones anuales por los últimos 5 años.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACER 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Si analizamos el mercado hace 10 años, el desarrollo de centros comerciales estaba siendo llevado a cabo principalmente por empresas desarrolladoras familiares con ca-

pital privado, o por las empresas de tiendas departamentales. El crecimiento de las cadenas de autoservicio era bajo, por lo que el desarrollo estaba más enfocado a "fashion malls". Se tenían las restricciones arancelarias por lo cual había un gran número de retailers que no podían penetrar este mercado. No se tenía la participación activa de fondos institucionales, ya fueran nacionales o extranjeros, y existían ciertas restricciones para obtener créditos.

A pesar de lo anterior, ya se empezaban a vislumbrar indicios de un sector creciente, principalmente en las tiendas de autoservicio. Esto llevaría a la oportunidad de los centros comerciales regionales, anclados con dichas tiendas, los cuales combinan muy bien con moda, entretenimiento, comida y servicios. Fue por esto que hace 10 años decidimos iniciar MRP, con un modelo diferente al que estaba en el mercado, con una plataforma y fondeo institucional, y con un enfoque inicial a este tipo de centros.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN EL 2015?

Existen varios retos, de los cuales uno de los más relevantes es conseguir la tierra apropiada para el desarrollo, debido a que en varias zonas del país la posibilidad de crear estos espacios comerciales está restringida por la penetración que se tiene, así como los costos elevados de tierra. Como lo comenté anteriormente, las fuentes de capital han incrementado, y por lo tanto, los desarrolladores inmobiliarios su oferta. El aumento en la competencia ha provocado que los espacios libres sean muy demandados, y los precios de los terrenos han aumentado, volviendo más complicado elaborar proyectos rentables o con retornos atractivos.

Otro reto tiene que ver con el tipo de centros comerciales que actualmente están siendo más viables para el desarrollo. En los últimos años se ha visto un crecimiento más moderado en algunas de las cadenas de autoservicio, lo que afecta directamente el modelo de centros comerciales regionales. Lo anterior sumado a los factores de demanda de los retailers, penetración de mercado y encarecimiento de la tierra son algunas de las razones por las cuales se ha dado el cambio a desarrollos verticales de usos mixtos, en donde se logra un mayor aprovechamiento de la tierra; sin embargo, lo anterior genera un nuevo reto para los desarrolladores, ya que el grado de complejidad de dichos proyectos requieren de una muy alta especialización en la planeación y ejecución de los mismos, lo cual es un barrera de entrada para algunos.

Finalmente, otro reto importante es el de los temas regulatorios, tanto con los instrumentos del fondeo del mercado actuales como son las FIBRAS y los CKDs, que

continuamente van adaptando y ajustando su marco regulatorio, y se requiere de una permanente actualización. Por otro lado, se tiene el reto de la complejidad de la parte regulatoria y de permisos con las diferentes entidades, ya sean federales, estatales o municipales.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN MÉXICO?

Actualmente, los centros comerciales están siendo financiados y desarrollados a través de una gran variedad de mecanismos. Por un lado, sigue existiendo el fondeo tradicional de las empresas desarrolladoras privadas familiares o el de las grandes empresas de tiendas departamentales que se financian con recursos propios y deuda, pero el mayor crecimiento se está logrando mediante el mercado de capital institucional privado, ya sea de origen nacional o internacional. Los CKDs y las FIBRAS son los principales instrumentos de fondeo nacional, siendo los CKDs, por sus características, los más adecuados para el desarrollo. Por otro lado, se ha visto la participación de capital institucional internacional invirtiendo de manera muy importante en México ya sea de forma directa con desarrolladores o armando su propia estructura de colocación de capital.

Todas estas figuras, tanto los fondos de capital privado, como los CKDs y FIBRAS, son valoradas favorablemente por los bancos, con lo cual se ha dado una mejoría e incremento en los esquemas de apalancamiento a los proyectos.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Las proyecciones de los factores macroeconómicos se pronostican favorables para México en los próximos años, y las tendencias que se han tenido recientemente apuntan a un crecimiento para el 2015 cercano al 5% para el sector en cuestión de área rentable. Lo anterior se desprende de una muestra de los principales retailers, los cuales incrementaron el total de piso de venta del 2002 al 2011 a una tasa cercana al 10% anual mientras que en los últimos dos años ha sido cercana a la mitad de ese crecimiento. Tomando en cuenta lo anterior y la información general que se tiene del mercado consideramos que el área rentable que se desarrollará en el 2015 oscilará entre los 750,000 y un millón de metros cuadrados.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

En los últimos años se ha visto la llegada de un número muy importante de marcas internacionales a nuestro país. Lo anterior se ha dado en todos los segmentos comerciales,



Salvador Cayón  
Fibra Shop

ya sea de ropa, comida, entretenimiento o servicios. La disminución a las tarifas arancelarias que se tuvo hace unos años logró la llegada de varias marcas de ropa que no habían podido penetrar el mercado. Algunas de ellas ofrecían sus productos a través de las grandes tiendas departamentales pero actualmente ya lo hacen de forma directa como puede ser el caso, entre otras, de GAP, Aeropostale o American Eagle. Actualmente se encuentran la gran mayoría de las tiendas internacionales en nuestro país, sin embargo, todavía existe un grupo de marcas que están activas y que han anunciado que están por ingresar al mercado tales como Old Navy, Buffalo, Arie, Mothercare y Charming Charlie. Las que se mencionan también que están analizando el mercado sin que aún se tenga confirmación son marcas como Abercrombie & Fitch, Hollister y Victoria's Secret con su línea de prendas ya que actualmente si tienen presencia con su segmento de perfumería. Finalmente por el lado de otros giros, como podría ser el gastronómico, se menciona la llegada de Panera Bread y Houston's y en cuestión de entretenimiento, la llegada del grupo chileno de entretenimiento Happyland.

**Salvador Cayón**  
Director General  
Fibra Shop  
Ciudad de México, México

"Generar crecimiento económico sostenible en niveles adecuados para crear una clase media más fuerte, será uno de los retos de los gobiernos para 2015", SC

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Soy egresado del Tec de Monterrey, contador público, inicié en el negocio financiero operando en arrendadoras, unión de cré-

**INMOBILIARE**  
LATAM

la revista líder en  
negocios inmobiliarios

Consulta en tu tablet la edición gratuita en:

[www.inmobiliare.com/la-revista](http://www.inmobiliare.com/la-revista)

Suscripciones y publicidad





Alfredo J. Cohen  
Grupo Sambil

ditto, ranchos, y en la industria de las franquicias. En el año 1999 comencé a tener la inquietud por mi ciudad, Irapuato, preocupado por que los jóvenes y adultos tuvieran un lugar donde pasar tiempo, y que el lugar pasara conceptualmente de ser un pueblo a una ciudad. Esto se logró con un centro comercial tipo fashion mall, con Liverpool, cines, tiendas de ropa y entretenimiento.

Visualice qué terreno era el conveniente para hacer un centro comercial regional, en el cual asistieran no sólo la gente de Irapuato, sino de todas las ciudades cercanas. Así es como nace Plaza Cibele en el año 2002, con la etapa de power center; y en 2003, el área de fashion mall, que hoy en día cuenta con 60 mil m<sup>2</sup> de área de venta y que actualmente está creciendo a 85 mil m<sup>2</sup>.

En el año 2006, ya con la experiencia de Plaza Cibele, inicié el desarrollo de La Luciérnaga en San Miguel de Allende, el cual fue inaugurado a principios de 2008; en el 2012 inicié plaza Galerías en San Juan del Río, la cual se inauguró en 2013; y ese mismo año, realicé Plaza Cuatro Vías, de nuevo en Irapuato.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA?

Creo que en México esta industria tiene mucho camino por recorrer. Hay una gran oportunidad de crecimiento, ya que México es uno de los países menos desarrollados en centros comerciales, hablando en metros cuadrados per cápita, y comparado con países similares como Brasil u otros de Latinoamérica, y no se diga contra países desarrollados. Es sabido que tiendas de autoservicio traen planes de expansión muy importantes para los siguientes años, igualmente las departamentales, sólo este año se anunciaron más de 200 nuevas tiendas, y así será en el futuro próximo. De todas estas tiendas, aproximadamente de un 20 a 25% se convierten en algún tipo de centro comercial, y esto da a los desarrolladores una oportunidad de crecimiento muy importante.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Creo que sí, porque siempre ha existido la demanda; el tema era que las tiendas no traían ese nivel de crecimiento años atrás, y

también ha ayudado la llegada de jugadores internacionales que han presionado y han encontrado esa demanda.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

Yo creo que será la capacidad de los gobiernos para generar crecimiento económico sostenible y en niveles adecuados para crear una clase media más fuerte. El reto mayor será el de fortalecer sus instituciones, atacar y minimizar la corrupción, mejorar y asegurar el estado de derecho.

### ¿COMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

A través de capital tanto nacional como extranjero, créditos bancarios y Fibras, las cuales tienen un papel muy importante en el desarrollo.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Yo creo que de unos 40 a 50 nuevos centros comerciales, de todos los tipos: Power, Fashion, Urban Centers.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Como es sabido, en los últimos 4 años han entrado varios nuevos jugadores como H&M, Forever XXI, American Eagle, Old Navy, Grupo Cortefiel, Victoria's Secret, Aeropostal, y muchos más; y creo que seguirán llegando muchos más de la talla de estos.

### Alfredo J. Cohen

Director  
Grupo Sambil  
Caracas, Venezuela

"Latinoamérica es un continente de grandes oportunidades. Nuestros centros comerciales y quienes hacen vida laboral en ellos se han venido profesionalizando. Debemos sentirnos muy orgullosos de ello y seguir trabajando para brindar la más alta calidad", AJC

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Soy ingeniero civil egresado de la Universidad Metropolitana de Caracas y he desarrollado toda mi carrera en Constructora Sambil, empresa familiar fundada por mi padre, Salomón Cohen, en 1958. Comenzamos construyendo edificios de viviendas, luego incursionamos en el área de las torres de oficinas, y a mediados de los 90 levantamos el Centro Lido, en Caracas, que conjugaba tres torres corporativas, un hotel y tres niveles de centro comercial. Esa fue nuestra experiencia inicial en lo que a centros comerciales se refiere. Con este bagaje, proyectamos nuestro primer gran centro de compras, servicios y entretenimiento, el Centro Sambil Caracas,

que se inauguró en mayo de 1998. Luego vendrían sus similares en Valencia, Margarita, Maracaibo, San Cristóbal, Barquisimeto, Paraguaná, Santo Domingo (Rep. Dominicana), además de Curazao -en fase final de construcción y comercialización- y Madrid. Adicionalmente a mis labores en Constructora Sambil he formado parte, y sigo haciéndolo, de la directiva de la Cámara Venezolana de Centros Comerciales (CAVECECO).

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN VENEZUELA Y LATINOAMÉRICA?

En Venezuela, la industria de los centros comerciales se encuentra algo contraída, como producto de políticas que desestimulan la inversión privada: expropiaciones, control de cambio, control de precios, que afectan tanto a los desarrolladores de centros comerciales como a franquiciantes y locatarios, que se ven imposibilitados de importar mercancía, y por ende, seguir ofreciendo sus servicios de manera óptima. Sin embargo, afortunadamente esto no se repite en el resto de Latinoamérica, que ha visto en los últimos tiempos no sólo crecer de manera importante este sector que tanto aporta a la economía de cada nación, sino robustecer y afianzar los centros comerciales que tienen ya años operando de manera más que satisfactoria.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

En realidad sí. Hace ya 10 años que se proyectaba el importante crecimiento del sector. Y a lo largo de esta década ha habido un importante crecimiento a nivel económico en países como Colombia, Panamá, Perú, Chile, República Dominicana, entre otros. Una de las consecuencias de ello siempre es el auge de la construcción, que incluye obviamente el desarrollo de proyectos de gran envergadura como son los centros comerciales. Por otra parte, ha sido tendencia a nivel mundial que los centros comerciales se han ido convirtiendo en las nuevas plazas de las ciudades, lugares de reunión y encuentro de la población, donde se efectúan actividades que van mucho más allá de las compras, como son eventos culturales, de moda, exposiciones, conciertos, etc. Latinoamérica no ha sido ajena a esta evolución de los centros comerciales; de ahí su éxito y crecimiento.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

Latinoamérica continúa siendo una región atractiva para los inversionistas foráneos, salvo contadas excepciones. Hablamos de un subcontinente con economías emergentes, y aquellos países que poseen reglas claras y respeto para el capital interesado en hacer negocios serán sin duda quienes seguirán captando el grueso de las inversiones. Creo que en este sentido el boom de los centros comerciales, que obviamente pertenece al sector de las bienes raíces, continuará para

2015 en nuestra región, sobre todo en países como Chile, Colombia, Brasil, México y Perú. Hablamos de más de 100 nuevos centros comerciales proyectados para los próximos dos años. El reto, a nivel general y sin duda, consiste en seguir manteniendo este ritmo de crecimiento sostenido. Y en aquellos países cuyas limitaciones hacen algo hostil el desarrollo del sector, ser aún más ingeniosos y creativos para poder sobrevivir e incluso crecer en medio de las dificultades.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

En la mayoría de los casos nos financiamos con fondos propios o créditos con la banca nacional, a corto plazo en moneda local, Bolívares.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN VENEZUELA EN 2015?

En el país hay actualmente entre 12 y 15 proyectos nuevos a ser inaugurados en 2015. En Venezuela, a pesar de las grandes dificultades económicas y políticas que vive nuestro país, sabemos que saldremos muy pronto de los inmensos problemas que afrontamos, contamos con muchas personas muy capacitadas para sacar al país adelante.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Sí hay nuevos retailers, pero buscando socios

locales que operen y manejen el negocio. Por ejemplo, en julio de este año abrió Bath & Bodyworks en la bella Isla de Margarita; Pinkberry también le ha apostado al mercado venezolano, por lo que el próximo año abre su primera operación en el país.

### Rafael Dasso

Gerente General  
Real Plaza  
Lima, Perú

“Los países de la región crecerán a tasas más bajas, y eso puede cambiar el estado de ánimo de los retailers, los cuales serán más selectivos y conservadores a la hora de elegir un mal”, RD

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Comencé en el año 2007, cuando el Grupo Intercorp decide ingresar firmemente en la industria de centros comerciales. En ese momento, el Grupo tenía 2 malls, uno en Lima y el segundo en la ciudad de Chiclayo. Hoy somos la cadena líder, con 19 centros comerciales. Antes de entrar en los Shoppings fui fundador y CEO de la cadena de cines Cine-Planet, y abrí las operaciones en Perú y Chile.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN PERÚ Y LATINOAMÉRICA?

Hemos tenido un crecimiento muy importante en los últimos años. El GLA en Perú ha crecido en 40 por ciento en los últimos dos años. Un similar fenómeno estamos teniendo



Rafael Dasso  
Real Plaza

en Colombia, Chile y algunos otros países de la región. Si bien no creemos que la industria siga creciendo a la misma velocidad, todavía hay oportunidad de seguir incursionando en algunas ciudades medianas del Perú y Lima, pues la penetración sigue siendo baja. Por otro lado, las altas tasas de crecimiento que ha tenido la región en relación al mundo han despertado el interés de muchas marcas regionales y globales que están ingresando, y por ende revitalizando la industria. Para que se den una idea, hemos abierto nuestro mall Real Plaza Salaverry este año con 8 marcas que incursionan por primera vez en Perú. Esto también le está metiendo mucha presión a las marcas locales, las cuales se están modernizando y capitalizando.

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>Contratos multiempresa y control de notarías</p>   |   | <p>Control presupuestal de todo proyecto</p> |
| <p>Único ERP con control de contratos para Clientes, Proveedores y Socios</p> <p>#1</p>                       | <p>Consolidación de la información financiera de los diferentes desarrollos</p> | <p>Integrado con OPUS</p>                    |
| <p>Flujos de efectivo, control de las cuentas por cobrar por ventas de inmuebles, rentas y mantenimientos</p> |   | <p>intelisis.com</p>                         |

## Simplifique y controle su Negocio Inmobiliario

Intelisis Inmobiliaria y Construcción, facilita el control y la operación de sus inmuebles, desde la obra hasta los contratos de renta y venta.

Contacte un consultor Intelisis:

Atención personalizada:  
e-mail: info@intelisis.com  
tel: +52 (55) 5081-1212





Jorge Gamboa de Buen  
Fibra Danhos

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

El Grupo Intercorp hizo una gran apuesta por el Perú y fuimos los primeros en salir decididamente a provincias y ciudades medianas. Siempre confiamos que venía un cambio, y de hecho participamos de ese gran cambio con nuestra propuesta de formatos modernos para el segmento emergente en todo el país.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

Es muy probable que los países de la región crezcan a tasas más bajas de lo que solíamos ver, y eso puede cambiar el estado de ánimo de los retailers. Considero que los retailers serán más selectivos y conservadores a la hora de elegir un mall. Considero también que los terrenos son cada vez más escasos y caros, por consiguiente, los centros comerciales que tengan un buen banco de terrenos tendrán mayor facilidad para crecer.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

Los centros comerciales están cada vez más concentrados en grupos importantes y con buenas espaldas financieras, y pueden financiar sus proyectos con bancos locales y en el mercado de capitales. El dinamismo del mercado financiero en Perú ha sido un factor crítico para el crecimiento de la industria en los últimos años.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN PERÚ EN 2015?

Entre 2 y 3. Varios malls están aprovechando para hacer ampliaciones para incorporar nuevas marcas que están llegando a Perú y para consolidar sus ubicaciones.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Cada día nos visitan más marcas intere-

sadas en ingresar al Perú. Por ejemplo, en Real Plaza Salaverry han abierto sus primeras tiendas las marcas Colombianas Cuero Velez y Totto, y la Ecuatoriana Nu. Otras marcas globales que han ingresado a Salaverry son Aldo, MotherCare, Pepe Jeans, Stride Rite, Forever 21, entre otras. Esta tendencia va a continuar considerando el crecimiento de la clase media del Perú.

**Jorge Gamboa de Buen**  
Director de Desarrollo de Negocios  
Fibra Danhos  
Ciudad de México, México

“Hay necesidad de crear nuevos espacios comerciales. Estos tienen que estar bien localizados, bien concebidos y diseñados; contruidos con altos estándares, adecuadamente comercializados y administrados eficientemente”, JGB

### ¿COMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Soy Arquitecto de la universidad Iberoamericana, con una maestría en Town Planning en el Politécnico de Oxford, Inglaterra. Trabajé veinte años en el Gobierno del Distrito Federal, y fui lo que ahora se conoce como Secretario de Desarrollo Urbano y Vivienda en el sexenio en el que Manuel Camacho fue Regente (1988-1994). Desde 1995 comencé una carrera en el sector privado, primero como consultor independiente, y a partir de 1998, como Director General de Grupo DANHOS.

Grupo DANHOS comenzó a partir del año 2000 una estrategia de desarrollo de centros comerciales, oficinas y usos mixtos en la zona metropolitana de la Ciudad de México, y en 2013 dio luz a Fibra DANHOS. Así, Parque DURAZNOS, Parque ALAMEDA, Parque DELTA, Parque LINDAVISTA, REFORMA 222, Parque TEZONTLE, Pedregal 24 y El TOREO fueron concebidos, contruidos, comercializados y ahora son administrados por la Fibra.

### ¿COMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS Y EN LATINOAMÉRICA?

Los indicadores de cobertura de mercados y demográficos apuntan a la necesidad de crear nuevos espacios comerciales. Sin embargo, queda claro que estos tienen que estar bien localizados, bien concebidos y diseñados; contruidos con altos estándares, adecuadamente comercializados y administrados eficientemente.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Los números estaban ahí, pero ni los planificadores urbanos ni muchos desarrolladores supieron leerlos. Una mejor planeación pública y privada hubiera permitido mejores procesos y mejores resultados.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN EL 2015?

Trabajar en un entorno de mayor incertidumbre económica y política. También enfrentar una mayor competencia y en algunos mercados locales una sobreoferta.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

En nuestro caso, la exitosa colocación de Fibra DANHOS en octubre de 2013 ha permitido financiar la expansión de algunos de los centros comerciales existentes; la adquisición de uno nuevo y la compra de dos predios para nuevos desarrollos.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

No sé, pero en los últimos años se han inaugurado más de una decena por año, Fashion Malls y similares.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

La llegada de nuevos jugadores ha fomentado en parte el proceso de rápida expansión comercial ya descrito. En buena medida, la llegada de H&M, Forever 21, Amercian Eagle, GAP, Banana Republic, Old Navy, Crate and Barrel, y otros, ha aumentado la demanda de espacio en centros comerciales existentes y nuevos. Se espera la llegada de Victoria's Secret, Falabella, Cheesecake Factory, Abercrombie y Pottery Barn.

### Ricardo González

Director General  
Multi Proyectos  
Ciudad de Guatemala, Guatemala

“La demanda de entretenimiento infantil ha permitido que conceptos como el reciente parque infantil de ‘edu-entretenimiento’, DIVERCITY, ha sido un éxito en nuestro Centro Comercial Pradera Concepción”, RG

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Tras diez años en la industria de telecomunicaciones, me inicié en el desarrollo inmobiliario hace más de 5 años, operando una cadena de 14 centros comerciales en el país, en los formatos Súper Regional, Regional y de conveniencia, bajo la marca Pradera.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN GUATEMALA Y LATINOAMÉRICA?

Definitivamente vemos que es el momento de la industria de Centros Comerciales en Latinoamérica, las cifras de nuevos desarrollos en los últimos años han sido las más altas de la historia, sólo el año pasado se reportaron 170 nuevas aperturas. Brasil, México y Colombia marcan el paso de nuevos desarrollos, seguidos por Chile y Perú; la globalización y la fuerza económica de la región han contribuido para que muchas marcas se vean interesadas en nuestros países, y eso ha apoyado



Pradera Concepción, Guatemala

un crecimiento aún más proliferado. Guatemala no es la excepción; cada vez vemos más y mejores desarrollos, muchos de los proyectos de calidad mundial. En los últimos 5 años se han duplicado la cantidad de metros cuadrados de área rentable en los que la moda y el entretenimiento han sido los principales drivers del desarrollo de nuevos proyectos. Veo que Guatemala en lo particular está iniciando una etapa de crecimiento de marcas internacionales que vienen a mejorar las mezclas y a profesionalizar el retail en el país.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Hemos seguido de cerca los desarrollos que se venían dando en las grandes economías de la región y era de esperarse un crecimiento importante, pero no deja de sorprenderme la calidad de los proyectos que se construyen en Latinoamérica. El detalle en el diseño, la ambientación de los espacios, el enfoque en crear espacios diseñados para generar un estilo de vida diferente y funcional para el retail, ha sido, en mi perspectiva, lo que nos ha hecho únicos.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

La coyuntura política no deja de ser un reto importante en nuestros países, pero en el corto plazo veo que la diferenciación y el enfoque en el cliente serán factores determinantes para el éxito de nuevos y existentes desarrollos. Veo un reto importante para las marcas locales que deberán enfrentarse en las grandes marcas de ropa que están arribando al país. La gran cantidad de nuevas opciones nos obliga a profesionalizarnos, a innovar y buscar nuevas formas de atraer al cliente. Adicionalmente, el incorporar sistemas y aplicaciones tecnológicas en nuestros espacios físicos deben ser prioridad para ser atractivos para las nuevas generaciones.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

La banca privada guatemalteca es muy sólida, y ha apoyado el crecimiento inmobiliario en el país con tasas muy competitivas, creo que a medida que los centros comerciales maduros y con total control sobre la propiedad en condominio, podrán activarse mecanismos de monetización de los centros comerciales con la participación de fondos de inversión inmobiliarios.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Vemos que para el 2015 se proyectan al menos 15 nuevas opciones en distintos formatos, dominando los formatos de conveniencia y vecinales. El interior del país se ha vuelto cada vez más atractivo para los desarrolladores y se estiman varios proyectos por encima de los 10,000 metros cuadrados de área rentable.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Guatemala se ha vuelto muy atractivo para varios retailers de fuera, desde la reciente incorporación de Forever XXI, hay cada vez más marcas que nos ven como una excelente opción. Grupos como Inditex están buscando opciones para otras marcas de su portafolio, y también pronostico la entrada de marcas europeas y de América del Sur.

### Carlos Jereissati Filho

Presidente y Director General  
Iguatemi Empresa de Shopping  
Centers  
São Paulo, Brasil

"Iguatemi tiene una larga historia en Brasil, hemos sido y seguiremos siendo el principal puerto de entrada para las marcas internacionales en Brasil. Creemos que nuestra historia, experiencia y gran conocimiento del mercado de lujo hace que nuestros centros comerciales sean muy exitosos", CJF

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Mi padre, Carlos Jereissati Sr, abrió su primer centro comercial hace casi 50 años. Cuando se fundó en 1966, Iguatemi São Paulo fue el primer centro comercial en Brasil. Empecé en la empresa como pasante, y me abrí camino trabajando en varios departamentos dentro del grupo -planificación, comercialización, operaciones y finanzas. Me convertí en CEO en 2002, después de trabajar para nuestra empresa familiar por más de 8 años. No puedo recordar un momento en que yo no hubiera estado inmerso en la experiencia de compra.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN BRASIL Y LATINOAMÉRICA?

La economía brasileña sigue creciendo, a pe-

sar de los ciclos naturales de altibajos. El mercado ofrece grandes oportunidades para las operaciones que sirven la demanda no satisfecha. Creemos que la apertura de los centros comerciales en excelentes ubicaciones, con la combinación correcta de la arquitectura, la mezcla de los arrendatarios y los servicios continuarán teniendo éxito no sólo en el futuro inmediato, sino también en las próximas décadas. El mercado del lujo y el mercado medio han crecido de manera exponencial en los últimos años, y Brasil sigue creciendo en todos los niveles de ingreso. El consumidor ha cambiado rápidamente en los últimos años, debido a la explosión de la clase media. La industria tiene que atender a los nuevos consumidores que ahora, gracias a Internet, tienen acceso a todo el mundo. Hay una mezcla diversificada de personas, e Iguatemi ofrece entretenimiento y servicios para la amplia gama de clientes cada vez más exigentes.



Carlos Jereissati Filho  
Iguatemi Empresa de Shopping Centers

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Los centros comerciales en Brasil se han convertido en instituciones poderosas que tienen la autoridad para llevar a los consumidores de la mano y volver a definir su actitud hacia el lujo. El centro se ha convertido en el lugar donde la gente puede comprar, comer, socializar e ir a cumplir con una serie de necesidades diarias. Nuestros centros ofrecen todas las comodidades de la seguridad, la integración de las tiendas en un solo lugar, el arte y la cultura, y muchos espacios al aire libre, zonas verdes y la interacción con la ciudad y la comunidad.



Iguatemi, Brasil

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

La industria de centros comerciales está más consolidada en las grandes ciudades como São Paulo, por lo que el objetivo es encontrar el espacio para crecer en otras regiones. Iguatemi está enfrentando este desafío mediante el desarrollo en el interior del Estado de São Paulo, que es un mercado potencial, con un crecimiento en el consumo por encima de la de la zona metropolitana. Con esto en mente, en 2013 abrimos dos nuevos proyectos, en Ribeirão Preto y Sorocaba. Con la inauguración de Iguatemi São José do Rio Preto, en abril de 2014, nos estamos afianzando en zonas clave del Estado.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Sólo podemos hablar en nombre del grupo Iguatemi que se está expandiendo rápidamente y tendrá 17 centros en 2015. Seguimos creciendo y mejorando nuestros centros. Recientemente tuvimos expansiones en Campinas y Porto Alegre, y esto nos permite dar la bienvenida a más marcas de lujo. También entramos en el segmento de Outlet Centers en algunas regiones del país, logrando llevar a las marcas premium a esos lugares con precios más bajos. Actualmente contamos con un centro comercial y dos Outlet Centers en desarrollo.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Ya hemos ayudado a llevar marcas de lujo internacionales a Brasil, abriendo las primeras ubicaciones en América del Sur para Tiffany & Co., Lanvin, Goyard, Gucci, Bur-

berry, Christian Louboutin, Diane von Furstenberg, Miu Miu, TOD, Bottega Veneta, Coach, Sephora, Tory Burch, Van Cleef & Apels, entre otros. El incremento en los niveles de ingresos medios y más altos en Brasil han hecho que sea muy importante crear un ambiente casual, aunque de una manera sofisticada para satisfacer al cliente brasileño; es por eso que ahora hemos mezclado las marcas de gama alta internacional con reconocidas marcas más tradicionales de Brasil. Con estas marcas de gama más alta entrando al país por primera vez, es muy importante crear un ambiente amigable, accesible, por lo que la evolución es natural.

Carlos A. Lecueder  
Estudio Luis E. Lecueder

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

La economía de la zona se va a desacelerar. Eso significa ventas menores o ventas creciendo menos; y por otro lado, la tecnología que avanza en forma espectacular. Los desafíos serán:

En un entorno de bajo crecimiento, y con un aumento de costos internos en casi todos los países, un desafío será mantener la rentabilidad de los retailers. Como sus costos operativos han subido, y las ventas dejarán de hacerlo, los retailers y los operadores de shopping centers deberán hacer un esfuerzo para mantener los costos operativos a niveles aceptables, para no afectar la rentabilidad. Si se afecta la rentabilidad del retailer, a corto plazo se va a afectar la de los shopping centers.

Otro desafío es la nueva y creciente competencia de la venta por internet. Es un canal que apunta sus baterías contra los centros comerciales. Los mismos deben prepararse para mejorar la "experiencia" de compra dentro de los shoppings.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

En Uruguay hay muy buen financiamiento bancario. A buenos plazos y con tasas bajas. Todos los shoppings se financian de esa forma.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Recordemos que Uruguay es un país pequeño, con 3,300,000 habitantes. Ya tenemos 6 shopping centers en el gran Montevideo, y 5 en el interior del Uruguay. El año próximo se anuncia en inicio de 5 nuevos shopping centers: 1 en Montevideo y 4 en el interior.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Zara ha consolidado su liderazgo, duplicando el área en su flagship store en Montevideo Shopping, y ha abierto su primera Zara Home, también en Montevideo Shopping. En pocos días inaugura el primer Forever 21 de Uruguay, también en Montevideo Shopping.

### Carlos A. Lecueder

Presidente  
Estudio Luis E. Lecueder  
Montevideo, Uruguay

*"La nueva y creciente competencia de la venta por internet apunta sus baterías contra los centros comerciales; estos deberán prepararse para mejorar la "experiencia" de compra dentro de los shoppings", CAL*

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Mi padre fundó el Estudio Luis E. Lecueder el 14 de junio de 1971. Ese día comencé a trabajar con él. El Estudio se dedicó al asesoramiento de empresas y a desarrollar proyectos inmobiliarios en Punta del Este. En 1981, habíamos comprado un excelente predio para hacer un complejo de vivienda en Montevideo, pero vino una crisis inmobiliaria y el negocio no parecía rentable; ante ello, mi Padre propuso la posibilidad de comenzar a construir un shopping center. No sabíamos mucho lo que era un shopping center. Había conocido el Omni de Miami, pero no tenía idea de cómo funcionaban. Entonces viajamos a Brasil a ver lo que era eso, y así comenzó esta nueva etapa de mi vida, que ya lleva 33 años. Hoy tengo a varios de mis hijos trabajando conmigo en el Estudio, pues lo más importante para mí es mi familia. Soy casado, tengo 6 hijos y 8 nietos, más 1 en viaje.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN URUGUAY Y LATINOAMÉRICA?

Podemos ver 2 períodos diferentes. Los años 90, que vieron el desarrollo de una fuerte industria, con el fortalecimiento del concepto 'compra en shopping center'; y la última década, en la que Latinoamérica ha tenido un importante crecimiento y desarrollo eco-





Josephine Maalouf  
Corporación Lady Lee

## Josephine Maalouf

Directora Comercial Inmobiliaria  
Corporación Lady Lee  
San Pedro Sula, Honduras

“Como región, estamos en la mira del mundo; tenemos todas las bondades necesarias para desarrollarnos al igual que el resto de los países americanos, europeos y asiáticos. Es realmente un honor poder participar y formar parte del futuro y crecimiento que le espera a Latinoamérica”, JM

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Recién graduada de la universidad regresé a Honduras y comencé mis labores en Corporación Lady Lee, la cual es un conglomerado de negocios divididos en retail, franquicias de restaurantes, ropa juvenil, y bienes muebles comerciales. Mi entrenamiento consistió en pasar de división en división, hasta terminar en la división inmobiliaria, siempre enfocada en la parte comercial y mercadeo. Es en esta última área donde me sentí en casa y donde mi creatividad se desarrolló plenamente. De todas las divisiones por las cuales pasé, esta fue la más natural y alineada con mi personalidad.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN HONDURAS Y LATINOAMÉRICA?

Latinoamérica es el futuro en ésta y otras industrias; en especial, Honduras y sus hermanos centro americanos, son países con crecimiento. Hay oportunidades y espacio para crecimiento y desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

Claro que sí. Latinoamérica tiene nada que envidiar a otro continente ya que contamos con los recursos necesarios, como profesionales calificados y gobiernos impulsores que son cruciales en el desarrollo de centros comerciales modernos, innovadores y con mezclas comerciales excepcionales, así como en Norte América y Asia. También los gobiernos latinoamericanos cada día impulsan más el desarrollo local de sus países, e incentivan obras y proyectos para la mejora y crecimiento continuo.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA



City Mall Tegucigalpa, Honduras

### INDUSTRIA EN 2015?

Más que retos, lo veo como áreas de oportunidad para desarrollar nuevos conceptos y modas en la industria. Hoy en día, todos los desarrolladores tienen conceptos ganadores y realmente excepcionales, la oportunidad está en poder satisfacer la constante y cambiante demanda de los consumidores.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

La mayoría se están financiando a través de la banca privada.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Corporación Lady Lee abre oficialmente su primer centro comercial fuera de Honduras, en Costa Rica. City Mall Alajuela estará abierto al público el 30 de Octubre 2015. Ese mismo año comienza la construcción de City Mall Palenque (segundo City Mall en la ciudad de San Pedro Sula) y la remodelación/ampliación de Megaplaza La Ceiba, convirtiéndolo en City Mall La Ceiba.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Tenemos retailers como Forever 21, Parfois, Suite Blanco, Columbia, Outdoor y Nicklodean.

## Juan José Martinucci

Gerente de Centros Comerciales  
IRSA  
Buenos Aires, Argentina

“En menos de 30 años, los centros comerciales de IRSA se han convertido en un destino elegido por el público argentino. Los desafíos irán en crecimiento, y estamos preparados para enfrentarlos, seguir creciendo y satisfacer a consumidores cada vez más exigentes”, JJM

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Comencé a trabajar en la industria de los shopping centers hace 23 años, cuando ingresé a Alto Palermo Shopping, líder en Argentina y uno de los iconos de la industria en la región. El crecimiento de la compañía APSA Centros Comerciales me permitió asumir un gran desafío profesional, con distintas responsabilidades en la gestión del negocio. Desde hace dos años estoy a cargo del portafolio de centros comerciales de la compañía.



Juan José Martinucci  
IRSA

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA?

Estamos en una etapa de crecimiento, tanto a nivel local como regional. Nuestra empresa está trabajando en tres grandes proyectos, en distinto grado de avance: Distrito Arcos Premium Outlet, próximo a inaugurar; Alto Comahue, en la capital de la provincia de Neuquén -el primero de la compañía en la Patagonia- abrirá sus puertas en marzo próximo; y pronto iniciaremos la construcción de nuestro gran desarrollo “San Martín”, de usos múltiples, que incluye un gran centro comercial en la periferia de Buenos Aires. Por supuesto,



Abasto, Argentina

seguimos evaluando proyectos todo el tiempo, en todo el territorio nacional y también en el exterior. A nivel regional, países como Uruguay, Perú y Colombia ofrecen excelentes perspectivas para los próximos años.

#### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

América latina no tiene por qué estar afuera de la tendencia mundial. Además, en países como Argentina, Uruguay, Chile y Perú, la industria de los centros comerciales es una actividad "joven", y el potencial para seguir creciendo es inmenso.

#### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

Cada país presenta desafíos diferentes, que

van, según el caso, desde dificultades financieras hasta la necesidad de satisfacer las demandas de un público cada vez más exigente, sofisticado, informado y ávido de novedades.

#### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

La posición de APSA como empresa líder en centros comerciales, y el hecho de que su controlante IRSA cotice en los principales mercados bursátiles del mundo, nos permite un acceso a diversas fuentes de financiamiento a través de un amplio portafolio de instrumentos de inversión.

#### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

En la Argentina funcionan actualmente 106

centros comerciales, de acuerdo al relevamiento de la Cámara Argentina de Shopping Centers. La misma entidad afirma que hay otros seis en construcción. Tanto nuestra compañía como los restantes jugadores de la industria estamos siempre estudiando oportunidades de nuevos negocios, "analizando" terrenos de posibles locaciones para futuros centros comerciales, etc.

### Marcel Scholem

Director  
Centro Comercial El Condado  
Quito, Ecuador

"Ecuador, aunque es un país pequeño y con un mercado limitado, es uno de los países más avanzados dado el nivel de competencia y complejidad de esta actividad. Estas condiciones no nos permiten cometer errores; tenemos que ser audaces e innovadores para mantener nuestros negocios vigentes", MS

#### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Yo soy ingeniero electrónico de profesión y me encontraba en 1990 haciendo un postgrado en Israel, donde adicionalmente me desempeñaba como asistente de profesor. Cuando termine mis estudios viajé a Ecuador y terminé trabajando en un centro comercial (CCL) que acababan de comprar, y cuya intención era mejorarlo y ampliarlo para venderlo en propiedad horizontal. Las ampliaciones inicialmente implementadas no dieron el resultado inmediato esperado. En un medio como el ecuatoriano, muy competido en el rubro de centros comerciales, implicó una investigación más profunda sobre el funcionamiento de estos proyectos y terminé

liderando una concepción muy novedosa para la época (1993), un centro comercial muy anclado en entretenimiento con un multiplex interno de 8 salas de cine (en esa



El Condado, Ecuador



ARQUITECTOS CONSULTORES

*planimagina*

## **México, el Caribe, Centro y Sudamérica.**

Somos líderes en la industria del retail, Planeando, Proyectando e Integrando diversos proyectos de CC en México, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.



Planeación / Arquitectura / Gerencia de Desarrollo

época las salas se encontraban adyacentes), una pista de hielo, un local de bolos, un teatro, un bingo, restaurantes, patio de comida, además de la tradicional oferta comercial que el centro incluía. El resultado fue muy exitoso y el impacto en el funcionamiento de la propiedad inmediato.

Con la experiencia adquirida posteriormente, se desarrolló el Condado Shopping (2007), con 35,000 m<sup>2</sup> de GLA, que posiblemente es el centro comercial ecuatoriano que más rápido se ha consolidado, convirtiéndose en un éxito instantáneo. En 2014 inauguramos Scala Shopping, con 46,000 m<sup>2</sup> de GLA. A la fecha nos encontramos desarrollando proyectos de diferente tamaño en Quito y otras ciudades del Ecuador.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN ECUADOR Y LATINOAMÉRICA?

Toda la región se encuentra experimentando un mejoramiento de las condiciones económicas de su población con un mejor poder adquisitivo y con la ambición de consumir bienes y servicios, a los cuales tuvo poco acceso antes. Además, la estabilidad macroeconómica ha permitido la implementación de diversos programas de crédito para estos sectores de la población. En este contexto, todas las iniciativas comerciales se han dinamizado enormemente, y los centros comerciales también, como catalizadores de esta actividad. Ecuador no es la excepción y la demanda de la población de bienes y servicios de mejor calidad y a precios competitivos se ha incrementado notablemente. Sin embargo, Ecuador es un país petrolero y su economía dolarizada se encuentra muy vinculada a los precios del crudo.

Adicionalmente, dado el relativo tamaño del mercado, la producción nacional es insuficiente y poco competitiva para satisfacer la generalidad de la demanda creada en los últimos años. En esta coyuntura y con la preocupación de una balanza de pagos desfavorable, el gobierno ha iniciado políticas restrictivas de importaciones, lo cual complica el panorama general del comercio en Ecuador y con seguridad afectará el desarrollo de nuevos proyectos. En todo caso, en Ecuador y en toda Latinoamérica el consumo se encuentra sembrado en el espíritu de una nueva clase que demandará cada vez mejores bienes y servicios y a mejores precios, por lo que el comercio y la industria de centros comerciales tienen un futuro promisorio.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

La verdad es que el desarrollo de centros comerciales ha sido vertiginoso e insospechado. Cuando me inicié en este negocio en 1990, planeábamos la expansión del CCI e incluimos las alternativas más audaces que concebíamos. Aunque sí contemplamos la posibilidad de salas de cines, nunca imaginamos pistas de hielo, bolos, etc. Incluso era imposible prever un proyecto como Scala Shopping con 2,700 plazas de parqueo,



David Toledo  
Gerente General  
Único Centros Comerciales  
Cali, Colombia

una plaza al aire libre de más 2,500 m<sup>2</sup>, o las tiendas de nivel internacional que incluyen nuestra oferta comercial. Creo que los proyectos latinoamericanos deben encontrarse entre los mejores del mundo en arquitectura, diseño, funcionalidad, y sobretodo en visitantes.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

Esta respuesta se debe dividir en dos partes: para proyectos existentes y antiguos, su principal desafío será mantenerse vigentes y rentables; con el aumento del área y población de las ciudades, los mercados no se centran en ciertas zonas y más bien la población puede acceder a otras ubicaciones. Así mismo, en general

los desarrolladores no sólo estamos colonizando mercados nuevos sino también conquistando mercados deficientemente atendidos, lo cual es desafiante para centros existentes. Para proyectos nuevos, la complicación reside en la rentabilidad y la facilidad de encontrar ubicaciones a precios razonables. Debido a la demanda insatisfecha de vivienda competimos con desarrolladores de apartamentos que dada la naturaleza de su negocio pueden pagar más por el terreno. En fin, seremos más profesionales y seguramente tendremos que pensar en proyectos de uso mixto. Adicionalmente en Ecuador, por la coyuntura económica, tendremos que enfrentar una desaceleración del consumo por la reducción de la inversión y gasto público ligado a políticas restrictivas en cuanto a la importación de artículos que normalmente se consiguen en centros comerciales.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

En Ecuador, los proyectos se financian de fondos propios y con la contratación de créditos en el sistema financiero local.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Calculo que en los próximos 2 años se desarrollarán aproximadamente 10 proyectos de diferente tamaño.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Seguramente la tienda más notoria es Forever 21, que abrirá para la temporada navideña su primera tienda en Quito en Scala Shopping. Se rumora que Starbucks llegará a Ecuador y posiblemente ingresarán algunas franquicias latinoamericanas adicionales en las áreas de alimentos y servicios.

### David Toledo

Gerente General  
Único Centros Comerciales  
Cali, Colombia

“Los comercios deben transformarse en función del cliente y sus necesidades. El futuro de los centros comerciales está en consolidarse como la opción de compras y entretenimiento para las familias en todos los estratos y ciudades”, DT

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

La experiencia que recibimos mi familia y yo al pasar del sector de las confecciones al retail, nos ha permitido encontrar oportunidades que se manifiestan en mejores prácticas y que nos ha consolidado como un referente nacional e internacional. Mi mayor compromiso al frente de la compañía siempre ha sido buscar oportunidades de compra para el consumidor y estrategias comerciales innovadoras para nuestros locatarios.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN COLOMBIA Y LATINOAMÉRICA?

Las expectativas de desarrollos son muy grandes. En Colombia, el auge de los centros comerciales se debe en gran medida al desarrollo de la clase media en el país, que permite que los centros comerciales lleguen a ciudades principales e intermedias. En Latinoamérica sucede lo mismo, el crecimiento poblacional, el poder adquisitivo de la clase media, los constructores que ahora también son operadores de centros comerciales, y la puesta en marcha de nuevos escenarios comerciales, son los motores que inciden en gran medida al crecimiento de la industria.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?

El negocio de los centros comerciales está cambiando para adaptarse al modelo que se impone en Colombia; mientras que anteriormente las superficies comerciales eran de propiedad horizontal; donde las compañías construían para vender, ahora se transforman para desarrollar un modelo único en renta, donde las compañías construyen el centro comercial para alquilar y gestionan su operación. Este último modelo fue al que decidimos apostar desde hace 17 años, y que ahora resulta ser el más atractivo y efectivo para los inversionistas.

Sin duda, el comercio evoluciona y lo he evidenciado con el crecimiento de ÚNICO. La dinámica del consumidor, la transformación de sus necesidades, los nuevos conceptos de ventas, la entrada de nuevas marcas y el desarrollo de nuevos productos son variables que abrieron paso a la evolución de la industria en Colombia y Latinoamérica.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

El consumidor busca cosas diferentes todos los días y quiere ser sorprendido, el reto de la industria es evolucionar en la misma medida. La experiencia de compras del consumidor y la confianza de los inversionistas y comerciantes se construye con el tiempo y la experiencia. Los desarrolladores y operadores de centros comerciales deben generar un diferenciador de marca que se convierta en la mejor carta de presentación para el consumidor y el locatario.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

En 2015 ÚNICO se prepara para desarrollar un nuevo complejo comercial en la ciudad de Neiva, y las ampliaciones de Yumbo, Barranquilla y Pasto.

#### Andrew Vickers

Gerente General  
Portafolio Inmobiliario  
San José, Costa Rica

“Los centros comerciales se han convertido en un lugar importante en nuestras ciudades en donde se crean recuerdos que pertenecen para siempre en la memoria de las personas”, AV

### ¿CÓMO COMENZASTE EN LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES?

Mi experiencia laboral es bastante diversa, incluye consultoría en gestión estratégica, desarrollo de bases de datos y software, la creación de dos empresas y en fusiones, adquisiciones y capital de riesgo. Llegué a Centroamérica hace 13 años, y hace 10 tuve la oportunidad de tomar las riendas de un pequeño paquete de inversiones inmobiliarias en crisis, y convertirlos en una empresa desarrolladora y administradora de proyectos de las más fuertes de la región. Así nace Portafolio Inmobiliario, con algunas pequeñas plazas comerciales y sueños grandes. Hoy Portafolio Inmobiliario es reconocido en el mercado con un claro enfoque en el desarrollo de grandes proyectos de uso mixto de gran impacto en el panorama urbano de Costa Rica.

### ¿CÓMO VES LA INDUSTRIA DE CENTROS COMERCIALES EN COSTA RICA Y LATINOAMÉRICA?

El crecimiento de esta industria ha sido exponencial en los últimos 5 años, hemos visto la proliferación tanto de ‘regional centers’ como de centros comerciales de conveniencia. Esta tendencia se ve en toda la región y por ende



CityMall Alajuela, Costa Rica

la competitividad en la oferta y entre las desarrolladoras inmobiliarias ha aumentado.

### ¿TE HUBIERAS IMAGINADO HACE 10 AÑOS QUE LA INDUSTRIA EVOLUCIONARÍA COMO LO HIZO?



Andrew Vickers  
Portafolio Inmobiliario

La verdad sí, el potencial de consumidores con poder adquisitivo para el desarrollo de estos centros comerciales en la región existe hace años, pero se requerían las condiciones ideales de marco económico para que los comerciantes también dieran pasos importantes para la expansión de sus negocios a centros comerciales. Se necesitaba que los grandes retailers de mercados como los Estados Unidos y Europa pusieran su foco en una región, con mucha pasión por la moda y con un poder adquisitivo en auge.

### ¿CUÁLES SON EN TU OPINIÓN LOS RETOS QUE ENFRENTARÁ LA INDUSTRIA EN 2015?

2015 va a ser un año con muchos retos para el sector comercial debido a algunas tendencias económicas y políticas del país que podrían impactar los ingresos disponibles. Va a ser un año crucial para definir aquellas desarrolladoras y centros comerciales que

serán exitosos a largo plazo. Por otro lado, vamos a empezar a ver la consolidación de los proyectos que se han desarrollado en los últimos años, y por ende, entender las fortalezas y debilidades de cada uno.

Los centros comerciales deberán centrar sus esfuerzos en asegurar el tráfico y el perfil necesario de sus consumidores para que los inquilinos sean exitosos. Las activaciones y promociones que desarrollen los centros comerciales durante 2015 también serán un factor decisivo en su éxito o fracaso durante el año.

### ¿CÓMO SE ESTÁ FINANCIANDO ACTUALMENTE EL DESARROLLO DE CENTROS COMERCIALES EN TU PAÍS?

Todavía es un mercado financiero relativamente básico y la mayoría del financiamiento para el desarrollo de estos proyectos se hace por medio de bancos y algunos inversionistas importantes que han decidido convertirse en socios de este tipo de proyectos.

### ¿CUÁNTOS NUEVOS CENTROS COMERCIALES ESTIMAS QUE SE DESARROLLARÁN EN TU PAÍS EN 2015?

Actualmente, lo que más se está desarrollando son numerosas plazas comerciales y de conveniencia que vienen a complementar desarrollos habitacionales y de oficinas. Como ‘regional center’, en 2015 hay un proyecto en construcción y otros 3 más que están en diferentes etapas de pre-desarrollo.

### ¿EN TU CONOCIMIENTO, QUÉ NUEVOS RETAILERS ESTÁN ENTRANDO A TU PAÍS ACTUALMENTE, O LO HARÁN EN LOS PRÓXIMOS 14 MESES?

Varios de nuestros socios comerciales nos han indicado que tienen la representación de marcas internacionales que están interesados en entrar al país debido al éxito que han tenido muchas marcas que han entrado en los últimos años. En 2014 hemos visto la apertura de marcas nuevas como P.F. Chang’s, OVS, Lolita y Bath & Body Works, por nombrar algunas. ■

# EL MERCADO DE OFICINAS EN MEXICO RUMBO AL 2015

*The office market in Mexico heading to 2015*



**LAS PERSPECTIVAS PARA LOS SIGUIENTES AÑOS SON OPTIMISTAS: LAS FIBRAS HAN PROFESIONALIZADO AÚN MÁS EL MERCADO INMOBILIARIO Y CONTINÚAN INVIRTIENDO EN INMUEBLES CORPORATIVOS; LOS PRECIOS DE ARRENDAMIENTO HAN MOSTRADO ESTABILIDAD Y SE ESPERA QUE PERMANEZCAN CON LA MISMA TENDENCIA.**



**E**l mercado de oficinas en el país se encuentra concentrado en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México, y en dichas ciudades el mercado de oficinas se comportó de manera muy distinta a lo largo del año 2014. El inventario y la actividad de mercado continúa con dinamismo, aunque con variaciones de una ciudad a otra.

En la Ciudad de México se registraron operaciones importantes en pre-arrendamiento, y la construcción de inmuebles de primera clase continúa creciendo de manera importante. Monterrey, por su parte, mantiene una oferta de superficie alta; sin embargo, la actividad ha ajustado la tasa de disponibilidad a la baja. Guadalajara, ha mostrado una actividad moderada tanto en la absorción como en el desarrollo de nuevos inmuebles; sin embargo, se espera que en el mediano plazo, este mercado madure de manera importante (Gráfica 1).

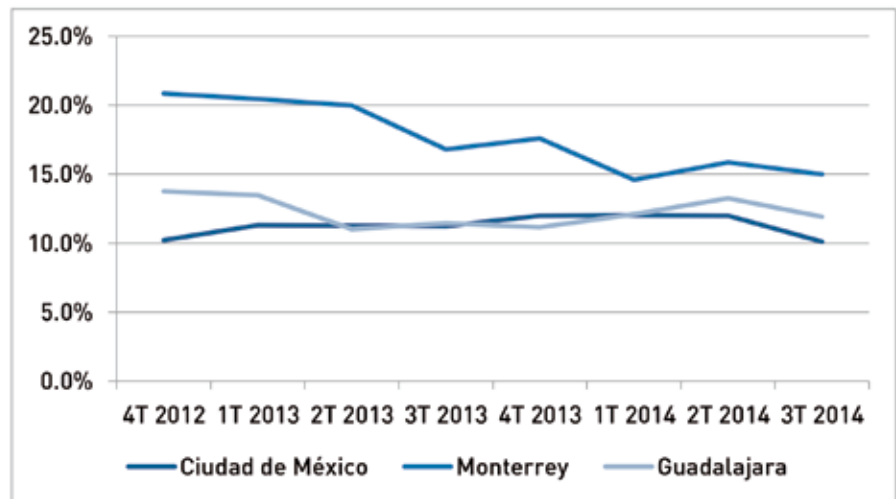
### CIUDAD DE MÉXICO

En lo que va de 2014, se incorporaron 13 inmuebles clase A+ y A en el mercado de la Ciudad de México, incrementando el inventario en más de 180 mil m<sup>2</sup> -5 inmuebles fueron pre arrendados. Durante 2014, la actividad del mercado inmobiliario ha sido muy importante, se registraron arrendamientos relevantes en distintos inmuebles, por lo cual la tasa de disponibilidad se mantuvo constante en niveles de 11%. En lo que respecta a inmuebles de clase A+ y A, se tienen actualmente monitoreados más de 1.2 millones de m<sup>2</sup> en construcción; se espera que dichos proyectos se incorporen durante los siguientes años. Los precios en renta, dentro de los principales submercados, cuestan en promedio 27 dólares por metro cuadrado en la zona de Reforma Polanco y Lomas Palmas, y 22 dólares por metro cuadrado en las zonas suburbanas; se espera que los precios continúen con el mismo comportamiento.

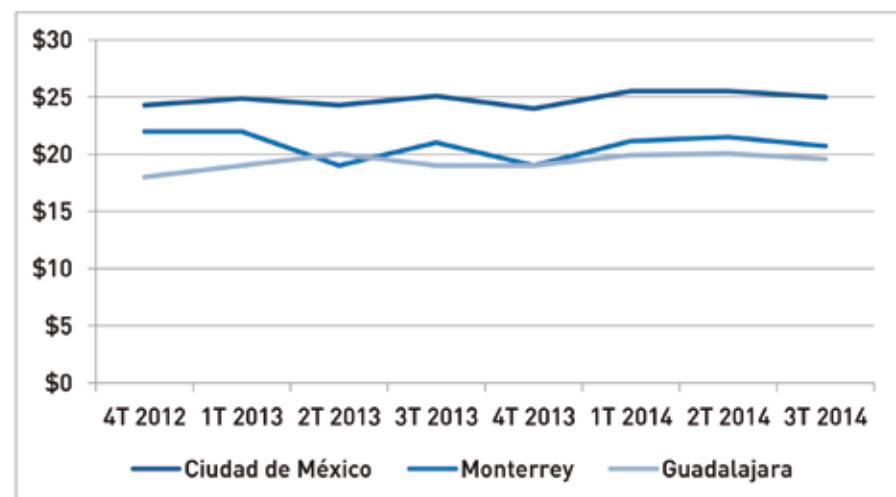
### MONTERREY

Durante el año 2014, dentro de los 7 submercados se monitoreó la incorporación de ocho inmuebles de clase A+ y A en la zona metropolitana de la ciudad de Monterrey.

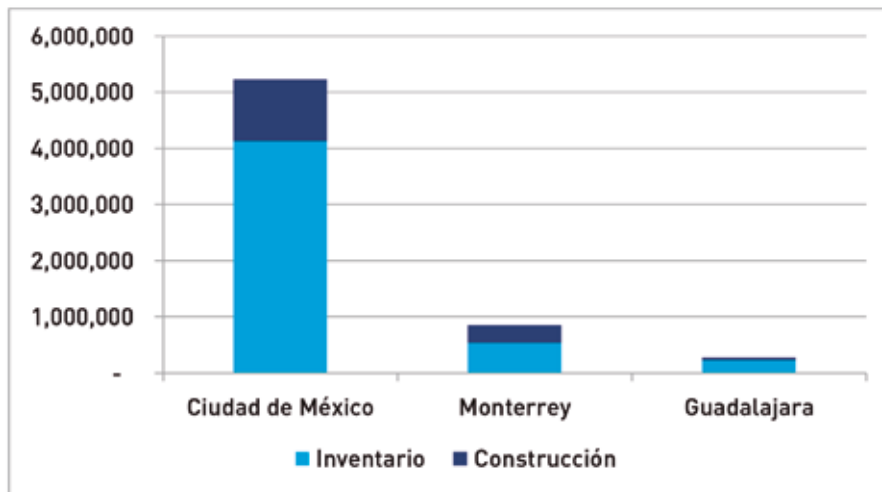
## HISTÓRICO: TASA DE DISPONIBILIDAD EDIFICIOS CLASE A+ Y A, 4T 2012 - 3T 2014



## HISTÓRICO: PRECIO PROMEDIO CLASE A+ Y A (USD/M<sup>2</sup>)



## INVENTARIO Y CONSTRUCCIÓN (M2) CLASE A+ Y A ESPERADOS HACIA 2015



### THE PROJECTIONS FOR THE FOLLOWING YEARS ARE OPTIMISTIC: THE FIBRAS PROFESSIONALIZED THE REAL ESTATE MARKET AND CONTINUE TO INVEST IN CORPORATE PROPERTIES; RENTAL PRICES HAVE SHOWN STABILITY THROUGHOUT THE YEAR AND ARE EXPECTED TO FOLLOW THE SAME TREND.

Debemos destacar que la actividad del mercado inmobiliario corporativo se ha mostrado activo, lo cual ha propiciado que la tasa de disponibilidad de clase A+ y A se mantenga a la baja, registrando al final del tercer trimestre un 15%. En lo que va del año, el mercado demandó más de 80 mil metros cuadrados, ajustando a la baja 1 punto porcentual la tasa de disponibilidad, comparado con el 2T de 2014 (14%). En lo que respecta a inmuebles de clase A+ y A, se tienen actualmente monitoreados más de 200 mil m<sup>2</sup> en construcción y más de 40 mil m<sup>2</sup> en proyecto; se espera que dichos proyectos se incorporen durante los siguientes años. Los precios de renta en la ciudad de Monterrey, muestran un rango entre 13 y 35 dólares por m<sup>2</sup>, dentro de sus principales corredores (Gráfica 2).

#### GUADALAJARA

Durante el 2014, en los 7 principales corredores de Guadalajara, se monitoreó la incorporación de 2 inmuebles clase A+ y A, dichos inmuebles incrementaron el inventario en más de 20 mil metros cuadrados y cerca del 50% del espacio disponible fue pre-comercializado. La actividad del mercado inmobiliario se ha desempeñado de manera constante, registrándose arrendamientos que ocasionaron que la tasa de disponibilidad se encuentre en un promedio de 12%. En lo que respecta a inmuebles clase A+ y A, actualmente se tienen monitoreados más de 50 mil m<sup>2</sup> en construcción, esperando

que se incorporen durante el periodo de 2014 - 2016. Los precios en renta, dentro de sus principales corredores, muestran en promedio 20 dólares por metro cuadrado, y se espera que se mantengan de este mismo modo.

Debemos destacar que las perspectivas para los siguientes años 2015 y 2016 son optimistas (Gráfica 3). Las Fibras han profesionalizado aún más el mercado inmobiliario y continúan invirtiendo en inmuebles corporativos. En cuanto a los precios de arrendamiento de las tres ciudades, han mostrado estabilidad a lo largo del año y se espera que permanezcan con la misma tendencia. En términos generales, el mercado de oficinas en las distintas ciudades del país continúa en desarrollo y se espera que continúe con esta misma inercia.

**M**exico's main office markets are located in Monterrey, Guadalajara and Mexico City, during 2014 the inventory and market activity of the three cities continue to be proactive, even though the variations between one city to another.

In Mexico City major operations in pre lease properties and the development of new world class buildings continues. Monterrey, continues to show an important amount of available surface, however, activity has adjusted down the vacancy rate. Guadalajara, showed moderate activity in absorption and development of new properties, however, it's expected that the market will mature in the medium term (Graph 1).

#### Mexico City

In 2014, 13 class A+ and A buildings were incorporated into the market, increasing the inventory for more than 180,000 s.q.m, 5 properties showed pre-leasing operations. During 2014, activity in the real estate market has been very important, relevant leases were recorded at different properties, so the vacancy rate remained constant at levels of 11%. Currently, there are monitored over 1.2 million s.q.m. under construction in properties class A+ and A. These projects are expected to be incorporated in subsequent years. The Central Business District sub markets (Reforma, Polanco and Lomas Palmas) show an average lease price of 27USD per square meter, while for de suburban areas the average price is 22USD per square meter, it is important to mention that prices are expected to continue with the same behavior.

#### Monterrey

During 2014, within the 7 submarkets eight properties from class A+ and A were incorporated in the metropolitan area of Monterrey. Remarkably, the activity of the corporate real estate market has been active this has adjust the class A+ and A availability downwards, ending the third quarter in 15%. So far this year, the market has demanded more than 80 thousand square meters, which is 1% lower than the availability rate of Q2 2014 (14%). In regard to property class A+ and A, we have monitored more than 200 thousand square meters under construction, and more than 40,000 s.q.m in project. These projects are expected to be incorporated in subsequent years. Rental rates in Monterrey City show a range between US \$ 13 to US \$ 35 USD per s.q.m. within its main corridors (Graph 2).

#### Guadalajara

During 2014, in the 7 main corridors of Guadalajara, 2 properties class A+ and A were incorporated, those properties increased the inventory in 20 thousand square meters and about 50% of the available space was pre-leased. The activity in the real estate market has performed steadily keeping the vacancy rate in average of 12%. In regard to property class A+ and A, at present time, we have monitored more than 50,000 s.q.m. under construction that are expected to join the inventory during the period from 2014 to 2016. The prices for rent, within its main corridors shown on average \$ 20 USD per square meter and no variations are expected.

We must emphasize that the projections for the following years 2015 and 2016 are optimistic (Graph 3); the FIBRAS professionalized the real estate market and continue to invest in corporate properties. As for rental prices all three cities, have shown stability throughout the year and are expected to follow the same trend. Overall, the office market in different cities of the country is still under development and is expected to continue with the same motion. ■



Lo que **buscas**  
se une a lo que **encuentras.**



**mercado  
libre**

**Clasificados**

**PUBLICA  
GRATIS TU  
PROPIEDAD**

Más de   
**220,000**  
visitas por mes

[mercadolibre.com.mx/inmuebles](https://www.mercadolibre.com.mx/inmuebles)

Descarga gratis  
nuestra aplicación



Si eres inmobiliaria contáctanos: [inmobiliarias@mercadolibre.com.mx](mailto:inmobiliarias@mercadolibre.com.mx)

\*Un aviso gratis por usuario cada 365 días. Información de audiencia: comScore (jun/14)

# SE DESARROLLAN NUEVAS ZONAS PARA EL MERCADO DE OFICINAS

*New areas for the office market are developed*

**LA CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA Y  
MONTERREY PRESENTAN OFERTAS INTERESANTES  
EN INMUEBLES CLASE A ATRACTIVOS PARA  
EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES**

## “AUNQUE NO HAY MUCHAS EMPRESAS DE ENERGÍA, YA EMPIEZAN A LLEGAR REQUERIMIENTOS, LO CUAL ES UNA BUENA SEÑAL, SE ESTÁN CONCENTRANDO MÁS EN LAS LOMAS”

HÉCTOR KLERIAN



Héctor Klerian  
Director Internacional de JLL-México

Los espacios de oficinas Clase A son los más atractivos para las grandes empresas que necesitan de amplios espacios y con ubicaciones estratégicas de acuerdo a los sectores en los que se desempeñan.

Hasta el mes de septiembre de 2014 se registró que para 2015 se entregarán 28 edificios con un total de 534,932 metros cuadrados disponibles y para el 2017 será 22 inmuebles con una oferta de 464,473 metros cuadrados.

En la ciudad de México hay un total de 4,756,927 metros cuadrados en inventario de edificios terminados, Santa Fe encabeza la lista con 26%, seguido por Polanco con 16% y el mismo 12% entre Lomas e Insurgentes. En cuanto a los edificios en construcción Reforma cuenta con 31%, Polanco e Insurgentes con 18 y 17% respectivamente, el total del inventario es de 1,204,773 metros cuadrados.

Para Héctor Klerian, Director Internacional de Jones Lang LaSalle México, el mercado de bienes raíces y oficinas particularmente, registran mucha actividad en el último trimestre pero ha sido un periodo flojo el que se registró a inicios de 2014, sin embargo se observó una recuperación.

“Aunque no es muy claro, hay ciertas compañías que prefieren algunas zonas y sobre todo por los costos, Reforma es el tradicional Distrito Financiero ahí están las grandes aseguradoras que buscan una nueva presencia como New York Life o Mapfre. El Sur tiene concentración de empresas farmacéuticas y muchas dependencias de gobierno; Polanco y Santa Fe son más mezclados. Aunque no hay muchas empresas de energía, ya empiezan a llegar requerimientos, lo cual es una buena señal, se están concentrando más en Las Lomas”, explicó Klerian.

El inventario total de edificios en proyecto confirmados es de 714,949 metros cuadrados donde 39% será en la zona Norte y 36% en Reforma. En cuanto a la Oferta en Edificios ya terminados hay un total de 468,213 metros cuadrados, Santa Fe, Perisur, Norte y Reforma muestran los mayores porcentajes con 18, 15 y 14% respectivamente, las dos

últimas zonas registran el mismo porcentaje.

En cuanto a las rentas promedio por sub mercado se observó que Bosques de las Lomas ha registrado un monto estable de entre 24 – 29 dólares por metro cuadrado pero con tendencia a incrementar la cifra al igual que Perisur cuyo precio actual es de 23 – 26 dólares por metro cuadrado. Datos dados a conocer en el Panorama del Mercado de Oficinas Clase A de la ciudad de México de JLL.

El especialista de JLL, opinó que Nuevo Polanco se ha desarrollado bien en los último 3 o 4 años por lo que presenta una oferta interesante pero los terrenos se están agotando. En contraste una nueva zona de crecimiento es el denominado Corredor Norte “que comienza con el importante proyecto Tereo de Grupo Danhos y se sigue hasta la zona de Naucalpan donde hay reconversión de predios industriales a oficinas.

“En Lomas de Chapultepec hay una saturación y el último gran proyecto es la Torre Virreyes, ante la falta de terrenos los desarrolladores buscan nuevas zonas con el Sur donde se han encontrado buenos terrenos y hay un resurgimiento de la zona.

Santa Fe pasó por un momento donde los desarrolladores dejaron de construir porque para algunas empresas el tráfico era un impedimento, al irse agotando los espacios disponibles, los precios se están recuperando y pronosticamos que volverán las construcciones pronto. Otro dato interesante es que esta zona es de las pocas zonas de la ciudad donde hay inversión pública como el caso de la Super Vía Poniente y Constituyentes”, destacó el Director Internacional de JLL.

### PERLA TAPATÍA MUESTRA BUEN COMPORTAMIENTO EN OFICINAS CLASE A

El mercado de oficinas en Guadalajara presentó una gran actividad al registrar un total de inventario en edificios terminados de 186,413 metros cuadrados, de acuerdo con el Reporte Panorama Corporativo Clase A – Zona Metropolitana de Guadalajara Q2 2014.

Hay cuatro principales sub mercados, el conocido como Américas, se ha consolidado como una zona financiera al contar con firmas bancarias como HSBC, Santander, Scotiabank, Banco del Bajío e IXE Banco; además de empresas como Cisco, Deloitte, PWC y KPMG.

Américas y Vallarta tiene 94% de generación de nuevos desarrollos corporativos en construcción que se entregarán en los siguientes dos años; el primer sub mercado, cuenta en el mayor inventario de edificios en etapa de construcción con 50 por ciento.

Por su parte, Puerta de Hierro tiene una disponibilidad total de 2,224 metros cuadrados en sus edificios en construcción y una tasa de desocupación en las edificaciones terminadas de 6.8 por ciento; finalmente en López Mateos hay 13 edificios terminados y un total de inventario de 154,730 metros cuadrados, esta zona muestra el mayor total de metros cuadrados disponibles de edificios en construcción con 43,023.

### MONTERREY ATRAE EMPRESAS INTERNACIONALES

El total del inventario en edificios clase A+, A y B es de 1,016,663 metros cuadrados dividido en cinco corredores, Valle y Valle Oriente representan 36 por ciento. El corredor con mayor atracción de empresas nacionales e internacionales es Valle Oriente conocida como la zona corporativa y financiera de Monterrey.

En contraste, el corredor de Valle ofrece grandes amenidades porque se ubican restaurantes, bares, tiendas de prestigio y centros comerciales. En el caso del sub mercado Contry, hay mayor presencia de nuevos complejos de usos mixtos (incluyendo oficinas).

**“EVEN THERE ARE NOT MANY ENERGY ENTERPRISES, THERE ARE ALREADY SOME REQUIREMENTS, WHICH IS A GOOD SIGN, AND THEY ARE ESTABLISHING IN LAS LOMAS, OVERALL”,**

**HÉCTOR KLERIAN**



**T**he spaces of Class A offices are the most attractive for the big enterprises that need wide spaces with strategic location according to the sectors where they perform.

Until September 2014 it was registered that 28 buildings will be delivered for 2015 with a total of 534,932 square meters available and for 2017 they will be 22 real estates with an offer of 464,473 square meters.

In Mexico City there is a total of 4,756,927 square meters in stock of finished buildings, and Santa Fe leads the list with 26%, followed by Polanco with 16% and the same 12% between Lomas and Insurgentes. Concerning the buildings in construction, Reforma counts on 31%, Polanco and Insurgentes with 18 and 17% respectively; the total stock is 1,204,773 square meters.

For Héctor Klerian, International Director of Jones Lang LaSalle Mexico, the real estate market and the office one particularly have registered a lot of activity in the last three months but there was a lazy period at the beginning of 2014, however a recovery was observed.

“Although it is not clear enough, there are some companies that prefer some areas due to the costs overall, Reforma is the traditional Finance District, there we can find the big insurance companies that seek a new presence as New York Life or Mapfre. The south has a concentration of pharmaceutical enterprises and a lot of government bureaus; Polanco and Santa Fe are mixed. Even there are not many energy enterprises, there are already some requirements, which is a good sign, and they are settled in Las Lomas, in general”, explained Klerian.

The total stock of buildings in project is 714,949 square meters, from which 39% will be in the Northern area and 36% on Reforma. Concerning the Offer in finished buildings there is a total of 468,213 square meters. Santa Fe,

Perisur, Norte ad Reforma show the biggest percentages with 18, 15 and 14% respectively, the last two register the same percentage.

Relating to the average rents by sub market, it is observed that Bosques de las Lomas has registered a stable amount between 24-29 dollar per square meter but with the tendency to increase the number as Perisur, which current price is between 23-26 dollars per square meter. These data were announced in Mexico City at the Panorama del Mercado de Oficinas Clase A (Panorama of the Class A Offices Market) of JLL.

The expert of JLL said that Nuevo Polanco has known a good development during the last 3 or 4 years that is why it presents an interesting offer, but the lands are getting over. In contrast, a new growth area is the named Corredor Norte “that starts with the important project Toreo of Grupo Danhos and it continues until Naucalpan, where industrial lands are being restructured into offices”.

“In Lomas de Chapultepec there is a saturation and the last big project is the Torre Virreyes; facing the lack of lands, the developers seek new areas in the South where they have found good lands and there is a revival of the area.

Santa Fe knew a moment when the developers stop building because for some enterprises the traffic was a big trouble then, when the available spaces were sold out, the prices got recovered and we forecast that the constructions will come soon again. Another interesting point is that the areas are some of the few where it exists public investment as the case of Super Via Poniente and Constituyentes”, emphasized the International Director of JLL.

### ***Perla Tapatía shows a good behavior in Class A offices***

The office market in Guadalajara showed a

great activity when registering a total stock in finished buildings of 186,413 square meters according to the report Class A Corporative Panorama- Metropolitan Area of Guadalajara Q2 2014.

There are four main sub markets, the one known as Américas, consolidated as a finance area and counting with bank firms like HSBC, Santander, Scotiabank, Banco del Bajío, and IXE Banco; as well as enterprises like Cisco, Deloitte, PWC and KPMG.

América and Vallarta have a 94% of generation of new corporative developments in construction that will be delivered in the following two years; the first sub market counts on the biggest stock of buildings in construction with 50 per cent.

On the other hand, Puerta de Hierro has got a total availability of 2,224 square meters for buildings in construction and a vacancy rate in finished buildings of 6.8 per cent; finally on López Mateos there are 13 finished buildings and a total stock of 154, 730 square meters, this area shows the biggest total available square meters of buildings in construction with 43,023.

### ***Monterrey attracts international enterprises***

The total stock of buildings class A+, A and B is 1,016,663 square meters divided into five corridors: Valle and Valle Oriente represent 36 per cent. The corridor with the most attraction for national and international enterprises is Valle Oriente, known as the corporative finance area of Monterrey.

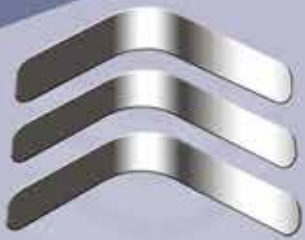
In contrast, the corridor Valle offers great amenities because it has got restaurants, bars, prestigious stores and malls. In the case of the sub market Contry, it has a bigger presence of new complexes of mixed use (including offices). ■

# THE REAL ESTATE SHOW 2015

EL ACONTECIMIENTO INMOBILIARIO  
MÁS IMPORTANTE DEL AÑO

**21 Y 22 ABRIL 2015**

CENTRO BANAMEX  
CIUDAD DE MÉXICO



**THE  
REAL ESTATE  
SHOW**

2015

UN EVENTO DE



ASOCIACIÓN DE  
DESARROLLADORES  
INMOBILIARIOS A.C.

[www.therealestateshow.mx](http://www.therealestateshow.mx)

(55) 5540-3181 / 5540-3196

# ¿Qué es Cactus Verde?

**RE SWAP ES UN SERVICIO DE CORRETAJE DE INTERCAMBIOS, A TRAVÉS DEL CUAL LOS DESARROLLADORES INTERCAMBIAN SUS DEPARTAMENTOS U OFICINAS EN VENTA POR BIENES Y SERVICIOS PARA SU PROYECTO, PAGANDO EL EQUIVALENTE DE UNA COMISIÓN DE VENTA.**

**ARGUS SOFTWARE, EL ESTÁNDAR ENTRE FONDOS INTERNACIONALES, ES UNA APLICACIÓN QUE PUEDE IR DESDE EL CÁLCULO DE UN PROYECTO ESPECÍFICO HASTA SOLUCIONES DE ADMINISTRACIÓN DE PORTAFOLIOS INTEGRADOS CON EL ERP DE LA EMPRESA.**



**C**actus Verde es una empresa dedicada a dar servicios que maximicen la cadena de valor del desarrollador inmobiliario. Dentro de nuestros servicios, el más innovador es RE Swap, el cual es un servicio de corretaje de intercambios donde los desarrolladores intercambian sus departamentos u oficinas en venta por bienes y servicios para su proyecto, pagando el equivalente de una comisión de venta. Esto les aumenta la absorción de sus proyectos, la tasa interna de retorno, baja el costo financiero de sus proyectos, y le mejora el flujo de efectivo a los mismos. Asimismo, aplica para instituciones financieras que tengan en sus balances inmuebles o bienes improductivos que pueden ser intercambiados por bienes y servicios útiles para su operación, optimizando sus presupuestos y mejorando sus balances.

### ¿CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA?

El desarrollador nos da su presupuesto de obra antes de contratar, y nosotros comenzamos a licitar entre nuestro *pool* de proveedores, las distintas partidas. Los proveedores nos pasan sus ofertas con el porcentaje que están dispuestos a intercambiar y la forma de pago del bien o servicio, luego pasamos las ofertas al cliente para su visto bueno, y aplicamos un análisis financiero para que pueda medir el efecto del intercambio en el proyecto.

En relación al tamaño de los proyectos que se puede intercambiar, el valor total de venta mínimo debe ser de 100,000,000 de pesos, por el tema de las unidades a ser entregadas a los proveedores; asimismo, es importante destacar que no hay canibalización de las unidades comercializadas ya que salen al mercado al mínimo 70% de venta del proyecto.

Asimismo, usamos un *pool* de ventas para que los proveedores cobren de forma equitativa a medida que se venden las unidades, sólo cuando lo pide el proveedor es que se le entrega la unidad para su patrimonio personal.

Cuando nos contrata una institución financiera, por ejemplo, podemos intercambiar por publicidad alguna casa que le haya quedado de algún juicio, costo que de otra forma demandaría desembolso del presupuesto u optimización de recursos.

### ¡INCREMENTE SU T.I.R DESDE UN 6% O MAS!

El otro producto que traemos es la representación de **Argus Software**, la empresa más importante en análisis financiero de proyectos inmobiliarios a nivel mundial.

Actualmente es poco utilizado en México, pero si se es un fondo internacional invirtiendo a través de un desarrollador local, se está más cómodo si se habla entre socios el mismo lenguaje. **"Argus Software es el estándar entre los fondos internacionales para el análisis financiero de sus proyectos"**, por eso es tan importante que un desarrollador mexicano tenga Argus. Asimismo, es una aplicación que puede ir desde el cálculo de un proyecto específico

## RE SWAP IS A SERVICE OF EXCHANGE BROKERAGE THROUGH WHICH THE DEVELOPERS EXCHANGE THE APARTMENTS OR OFFICES THEY WANT TO SELL FOR GOODS AND SERVICES FOR THEIR PROJECTS, PAYING THE EQUIVALENT TO A SALE'S COMMISSION.

hasta soluciones de administración de portafolios integrados con el ERP de la empresa. Además, es importante el entrenamiento en español, teniendo la oportunidad de tomar cursos abiertos o *in Company* a la medida del cliente.

Asimismo, ofrecemos servicio de consultoría. Podemos hacer análisis financieros para desarrolladores, listos para entregar a socios o fondos que requieren opiniones independientes en su gobierno corporativo.

**C**actus Verde is an enterprise dedicated to offer services maximizing the value chain of the real estate developer. Within our service, the most innovating is RE Swat, which is a service of exchange brokerage where developers exchange the apartments or offices they want to sell for goods and services for their project, paying the equivalent to a sale's commission. This raises their projects' absorption, the internal rate of return, the financial cost of their projects decreases and the cash flow improves. Besides, this service also applies for finance institutions in their real estate stock or unproductive goods that can be exchanged for useful goods and services for their operation, optimizing their budgets and improving their stocks this way.

### How does it work?

The developer gives us the work budget before contracting, and we start to bid the several items within our pool of suppliers. The suppliers give us their offers with the percentage they would like to exchange and the type of payment for the good or service, then we send the offers to the customer so that they can get the approval, and we apply a financial analysis in order to measure the exchange's effect in the project.

Concerning the exchangeable projects' size, the total value of the minimum sale must

be 100,000,000 pesos, because of the units to be delivered to the suppliers; in addition, it is important to highlight that there is no cannibalization of the commercialized units, since they get out to the market at 70% minimum of the project's sale.

Furthermore, we use a sales pool so that the suppliers can get paid in an equitable way as the units are being sold and, just if the supplier demands it, we deliver him the unit for his personal heritage.

When a finance institution hires us, for instance, we can exchange a house gained at a trial for advertising, a cost that in other way would demand a payment of the budget or resources' optimization.

### Increase your IRR from a 6% or even more!

The other product we offer is the representation of Argus Software, the most important enterprise in financial analysis of real estate projects worldwide. Currently, it is not so used in Mexico, but if we have an international fund investing through a local developer, and it would be more comfortable if the same language is spoken between partners. "Argus Software is the standard among the international funds for the financial analysis of your projects", that is why it is so important that a Mexican developer can get Argus. In addition, it is an application that can go from a specific project calculation until solutions of management of portfolios integrated to the enterprise's ERP. It is also important the training in Spanish, giving the opportunity of taking open courses or *in Company* following the customer's preference.

Additionally, we offer the service of consultancy. We can make financial analysis for developers, ready to deliver to their partners or funds requiring independent opinions in their corporate government. ■

## ARGUS SOFTWARE, THE STANDARD BETWEEN INTERNATIONAL FUNDS, IS AN APPLICATION THAT CAN GO FROM A SPECIFIC PROJECT'S CALCULATION TO MANAGEMENT SOLUTION OF INTEGRATED PORTFOLIOS WITH THE ERP OF THE ENTERPRISE.

# Expectativas para el desarrollo de infraestructura en México para el 2015

*Expectations for infrastructure development in Mexico for 2015*

**CON 743 PROGRAMAS DE INVERSIÓN Y PROYECTOS Y UNA INVERSIÓN ESTIMADA DE 7.7 BILLONES DE PESOS, EL PNI SE CONVIERTE EN EL PLAN EN MATERIA DE INFRAESTRUCTURA MÁS AMBICIOSO JAMÁS LANZADO.**





## EL PNI PREVÉ UNA INVERSIÓN HISTÓRICA A TRAVÉS DE LA AMPLIACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE CASI 3 MIL KILÓMETROS DE AUTOPISTAS, EL AUMENTO EN LA CAPACIDAD DE LOS PUERTOS Y LOS NUEVOS PROYECTOS DE LA CFE Y DE PEMEX.

La infraestructura y la conectividad de un país juegan un papel fundamental para impulsar el comercio, la productividad y la competitividad. Recientemente, durante el pasado Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), el presidente Enrique Peña Nieto señaló que con el Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018 (PNI), se dio inicio a una nueva etapa en la construcción, modernización y conservación de la infraestructura del país, teniendo la meta de convertir a México en un centro logístico global de valor agregado.

Para 2015, las proyecciones económicas del Fondo Monetario Internacional (FMI) consideran que México presentará un avance en la recuperación de su economía, mejorando su proyección de crecimiento en 3.5%, presentando una revisión a la alza de una décima de punto porcentual respecto a la valoración dada a conocer en abril de 2014; el FMI argumenta que hay dos factores que son relevantes para México: el crecimiento acelerado de los Estados Unidos de América, y las reformas estructurales aprobadas.

El PNI describe los distintos sectores de la industria, proyectos y áreas geográficas que el Gobierno Federal de México promoverá con el sector privado. Con 743 programas de inversión y proyectos, y una inversión estimada de 7.7 billones de pesos, el PNI se convierte en el plan en materia de infraestructura más ambicioso jamás lanzado, del cual se prevé una importante generación de empleos y el aumento en la tasa de

crecimiento. El PNI prevé una inversión histórica a través de, entre otros, la ampliación y modernización de casi 3 mil kilómetros de autopistas, el aumento en la capacidad de los puertos con respecto al manejo de TEUs al año, y los nuevos proyectos de la CFE y de Pemex, que se suman a aquellos que se detendrán como resultado de la implementación de la Reforma Energética. Y todo esto sin dejar de considerar la construcción del nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM), con el objetivo primordial de incrementar su capacidad de manejo de pasajeros a cerca de 120 millones anuales.

Gran parte de los esfuerzos que se realizarán por concretar y desarrollar cada uno de los programas que se incluyen en el PNI contarán con la participación activa de inversionistas privados a través de asociaciones público-privadas (APPs); es por esta razón que el PNI hace particular énfasis en ellas. Prueba concreta es el proyecto del acueducto Monterrey VI recientemente adjudicado (septiembre 2014), y que consiste en un contrato de asociación público-privada para la prestación de servicios y la ejecución de obras relacionadas necesarias para la captación, conducción y bombeo para la entrega de agua, así como la operación y mantenimiento de obras y su posterior transferencia, por un plazo de 30 años, que servirá para dotar de agua potable al área metropolitana de Monterrey para los próximos 50 años. Éste es el primer proyecto de infraestructura realizado bajo la legislación federal de APPs. Consideramos que Monterrey VI será

la pauta para que más agencias o dependencias puedan estructurar otros proyectos relevantes como APPs que se puedan convocar y adjudicar en el 2015, año que debe convertirse en el escenario ideal para confirmar la vigencia y fuerza legal del marco federal de APPs que tiene México desde 2012.

Algunos proyectos primordiales que se tienen proyectados para 2015 como parte de los objetivos del PNI, así como resultado de la Reforma Energética, son:

**Pemex:** (i) migración de 11 contratos COPFs y CIEPs a contratos para la exploración y extracción (CEE), segunda etapa, **ronda 0.25** (primer semestre de 2015); (ii) migración de asignaciones otorgadas a Pemex en la ronda 0, a CEE, **ronda 0.5**, en donde la selección de socio se hará a través de licitación pública (inversión anual promedio estimada (IAPA) 4.1 billones de dólares); (iii) primeras oportunidades para adjudicarse bloques de exploración y extracción, **ronda 1**; se estima que los CEE respectivos pudieran adjudicarse entre mayo y septiembre de 2015, siendo los de aguas profundas los últimos (IAPA entre 2015 y 2018, 8.5 billones de dólares).

**CFE:** (i) ramales tales como el de **Villa de Reyes** a adjudicarse en enero de 2015, el gasoducto **El Encino-La Laguna** a adjudicarse a finales de 2014 para iniciar construcción en 2015, el gasoducto **Ojinaga-El Encino** que también será adjudicado a finales de este año, y otros como los de **Colombia-Escobedo** (inversión estimada (IE) 4,838 millones de pesos), **Jáltiplan-Salina**



## WITH 743 INVESTMENT PROGRAMS AND PROJECTS AND AN ESTIMATED MXP\$7.7 BILLION INVESTMENT, THE NIP BECOMES THE MOST AMBITIOUS INFRASTRUCTURE PLAN EVER RELEASED.

**Cruz** (IE 8,333 millones de pesos), **Los Rámones-Cempoala** (IE 26,071 millones de pesos), **Villa de Reyes-Aguascalientes-Guadalajara** (IE 7,159 millones de pesos) y **La Laguna-Centro** (IE 11,610 millones de pesos) que se estima serán licitados durante el primer semestre de 2015, y (ii) los ciclos combinados de **Noreste (Escobedo)** (IE 1,473 millones de dólares) a adjudicarse durante el primer trimestre de 2015, **Noroeste (Topolobampo II)** (IE 1,084 millones de dólares) a adjudicarse durante el segundo trimestre de 2015, **Guaymas III** (IE 725 millones de dólares) a adjudicarse durante el primer trimestre de 2015, y **Norte III** (IE 1,028 millones de dólares).

**SCT:** (i) nueva licitación del **tren del alta velocidad México-Querétaro**, cuyas bases se estima se publicarán a finales

de noviembre de 2014 y que el plazo para entregar propuestas será aproximadamente mayo de 2015 (IE 43,500 millones de pesos); y (ii) el **NAICM** (IE 120,000 millones de pesos) y se espera que las obras inicien hacia mediados de 2015.

No obstante todo lo anterior, para nadie son desconocidas situaciones tales como la inseguridad y la impunidad y, por ende, la falta de seguridad jurídica que pueden llegar a afectar gravemente las inversiones en infraestructura. Otro riesgo interno que hay que tomar en cuenta es la implementación de las reformas estructurales, como la Reforma Energética; es necesario que dicha implementación se dé lo más rápido posible, pero tomando en cuenta las mejores prácticas y los estándares internacionales de las distintas industrias involucradas,

con el ánimo de permitir que los proyectos se adjudiquen en tiempo y forma, pero más importante aún, sin contratiempos o la más mínima sospecha de corrupción, y que éstos puedan desarrollarse y operarse adecuadamente, balanceando los intereses del gobierno y de los privados y permitiendo la competencia. Además, los esfuerzos hacia la generación de nueva infraestructura deben ser orientados no sólo hacia regiones y sectores económicamente estratégicos, sino también hacia aquellos que necesitan ser impulsados para su crecimiento y desarrollo, para resultar en un México productivo y competitivo con bienestar común.

Infrastructure and connectivity of a country play a key driver to boost trade, productivity and competitiveness. Recently, during the last Asia Pacific Economic Cooperation (APEC), President Enrique Peña Nieto, said that with the 2014-2018 National Infrastructure Program (NIP), a new stage in the construction, modernization and maintenance of the country's infrastructure had begun, with the goal of turning Mexico into a global logistics center for added value.

The 2015 economic forecasts of the International Monetary Fund (IMF) consider that Mexico will present progress in the recovery of its economy, improve its growth forecast



at 3.5%, making an upward revision of a tenth of a percentage point compared to the assessment released in April 2014; the IMF argues that there are two factors that are relevant to Mexico: the rapid growth of the United States, and the approved structural reforms.

The NIP describes the various industry sectors, projects and geographical areas that the Federal Government of Mexico will promote together with the private sector. With 743 investment programs and projects and an estimated MXP\$7.7 billion investment, the NIP becomes the most ambitious infrastructure plan ever released, from which it is expected a significant creation of jobs and the increase in the growth rate. The NIP forecasts historical investments through, among others, expansion and modernization of almost 3,000 kilometers of highways, the increase in the capacity of ports with respect to the handling of TEUs per year, and the new projects of the CFE and Pemex, in addition to those that detonate as a result of the implementation of the Energy Reform. And all this without leaving aside the construction of the new International Airport of Mexico City (NA-ICM), with the primary objective of increasing its passenger handling capacity to about 120 million annually.

Much of the efforts to be made to carry out and develop each of the programs included in the NIP will include the active participation of private investors through public-private partnerships (PPPs); it is for this reason that the NIP places particular emphasis on them. Concrete evidence is the aqueduct project Monterrey VI recently awarded (September 2014), which is a contract of public-private partnership for the provision of services and the execution of related works required for the collection, handling and pumping to deliver water, as well as the operation and maintenance of works and their subsequent transfer, for a period of 30 years, that will serve to provide potable water to the metropolitan area of Monterrey for the next 50 years. This is the first infrastructure project undertaken under federal PPPs law. We consider that Monterrey VI will be deemed the basis for more agencies or entities may structure other relevant projects as PPPs that can called and

## THE NIP FORECASTS HISTORICAL INVESTMENTS THROUGH EXPANSION AND MODERNIZATION OF ALMOST 3,000 KILOMETERS OF HIGHWAYS, THE INCREASE IN THE CAPACITY OF PORTS, AND THE NEW PROJECTS OF THE CFE AND PEMEX.

awarded in 2015; 2015 should become the ideal scenario to confirm the validity and legal force of the PPPs federal framework that Mexico has in place since 2012.

Some relevant projects that are planned for 2015 as part of the objectives of the NIP, as well as a result of the Energy Reform, are:

Pemex: (i) migration of 11 CIEPs and COPFs contracts to contracts for the exploration and extraction (CEE), second stage, round 0.25 (first half of 2015), (ii) migration of assignments made to Pemex in round 0, to CEE contracts, round 0.5, where the selection of a partner will be through competitive bidding (estimated average annual investment (EAAI) USD\$4.1 billion), (iii) first opportunities to win exploration and production blocks, round 1; it is estimated that the respective CEE contracts could be awarded between May and September 2015, being deep-water the last ones (EAAI between 2015 and 2018 USD\$8.5 billion).


CFE: (i) gas pipeline branches such as the Villa de Reyes, to be awarded in January 2015, the Encino-La Laguna pipeline to be awarded in late 2014, to start construction in 2015, the Ojinaga-El Encino pipeline will also be awarded later this year, and others such as Colombia-Escobedo (estimated investment (EI) MXP\$4,838 million), Jáltiplan-Salina Cruz (EI MXP\$8,333 million), Los Ramones-Cempooala (EI MXP\$26,071 million), Villa de Reyes-Aguascalientes-Guadalajara (EI MXP\$7,159 million) and La Laguna-Centro (EI MXP\$11,610 million) which are expected to be tendered in the first half of 2015, and (ii) combined cycle Noreste (Escobedo) (EI USD\$1,473 million) to be awarded during the first quarter of 2015, Noro-

este (Topolobampo II) (EI USD\$1,084 million) to be awarded during the second quarter of 2015, Guaymas III (EI USD\$725 million) to be awarded during the first quarter of 2015, and Norte III (EI USD\$1,028 million).

SCT: (i) new tender for the Mexico-Queretaro high speed train, whose tender rules are estimated to be released in late November 2014 and the deadline for submitting proposals is approximately May 2015 (EI MXP\$43,500 million), and (ii) the NAICM (EI MXP\$120,000 million) that is expected to begin construction by mid-2015.

Notwithstanding the foregoing, no one is unfamiliar with situations such as insecurity and impunity and therefore, with the lack of legal certainty, which may severely affect infrastructure investments. Another internal risk that shall be taken into consideration is the implementation of the structural reforms, such as the Energy Reform; it is necessary to implement it as quickly as possible, but taking into account best practices and international standards of the various industries involved, with the aim to allow projects to be awarded in a timely manner, but more importantly, without setbacks or the slightest suspicion of corruption, and that these can be developed and operated properly, balancing the interests of the government and the private parties, and allowing competition. Further, efforts towards the generation of new infrastructure should be geared not only toward economically strategic regions and sectors, but also to those who need to be driven for its growth and development, to result in a productive and competitive, with common welfare, Mexico. ■

# Energía en el “Real Estate Business Summit de Monterrey”



**LA ENERGÍA DEL PAÍS ES MUY CARA. EL 82% SIGUE GENERÁNDOSE MEDIANTE RECURSOS FÓSILES QUE SON MUCHO MÁS CONTAMINANTES. LAS PLANTAS DE GENERACIÓN DE CFE SON OBSOLETAS Y HACEN QUE EL COSTO DE GENERAR ENERGÍA SEA MUY ELEVADO Y POCO COMPETITIVO.**

El pasado 29 y 30 de octubre fue el "Real Estate Business Summit" en Monterrey. Fui invitado a participar en el panel industrial, para hablar, entre otros temas, sobre la forma en que se está generando energía para proyectos industriales, así como algunos de los principales mitos la optimización en la generación y consumo de la misma.

La energía del país hoy en día es muy cara, además de que el 82% sigue generándose mediante recursos fósiles que son mucho más contaminantes. Las plantas de generación de la CFE son obsoletas y hacen que el costo de generar energía sea muy elevado y poco competitivo. Esto debe cambiar con la inversión privada para generar energía limpia y reducir su costo, pero esto llevará unos cuantos años y no se verán los beneficios antes de un periodo de 3 a 6 años.

### ENERGÍA PARA LA INDUSTRIA

Hablamos del crecimiento de proyectos industriales -parques industriales, particularmente-, los cuales tienen como una de sus principales preocupaciones el alto precio de la energía eléctrica que actualmente está disponible en México. En ese tema se habló de que el precio de la energía en el país es mucho mayor que en los Estados Unidos de Norteamérica; siendo un 50% más caro, y hasta el doble para comercio.

Por tal motivo, los desarrolladores de parques industriales y las mismas empresas industriales buscan la forma de conseguir energía más barata, y de esta forma, ser mucho más competitivos, no sólo a nivel nacional sino internacionalmente, que es como debemos ver el mercado hoy en día. Incluso se comentó que hay varias empresas que han preferido mudar parte de su producción a USA para aprovechar el menor costo de la energía eléctrica, a pesar de que el precio de mano de obra y otros factores es mayor. En nuestra opinión, en cuanto se logre tener energía más barata y de mejor calidad en México, muchas de dichas empresas y otras de otros países, volverán a producir en nuestro país. Además, otra de las preocupaciones para la industria es contar con energía constante y de la misma calidad, ya que los cambios en la tensión de la misma o los cortes de energía producen grandes pérdidas en el sector.

### POSIBLES SOLUCIONES PARA LA INDUSTRIA

Se habló de diferentes soluciones en cuanto a la generación de energía para la industria, desde generar "in situ", como la compra de energía generada por terceros, así como de los temas que debemos evaluar antes de tomar una decisión en este sentido.

Por un lado, el generar energía en el mismo punto de consumo o muy cerca tienen como ventaja el utilizar la red de distribución eléctrica de la CFE únicamente como respaldo, y que la energía que se genera se consume internamente con lo que se controla la calidad de la energía consumida. Sin embar-



F. Juan José Gaxiola  
Socio director de A-ENER

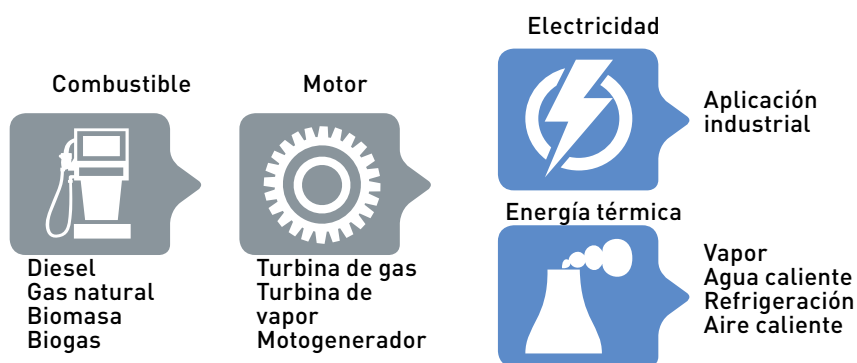


### CAPACIDAD INSTALADA (C.I.) DE ENERGÍA RENOVABLE EN MÉXICO

| FUENTE ENERGÍA     | C. I. GENERANDO 2013 | C.I. EN CONSTRUCCIÓN |
|--------------------|----------------------|----------------------|
| Hidroeléctrica     | 11,694 MW            | 890 MW               |
| Eólica             | 1,638 MW             | 3,332 MW             |
| Geotermia          | 823 MW               | 169 MW               |
| Biomasa            | 661 MW               | 120 MW               |
| Solas fotovoltaico | 76 MW                | 976 MW               |

Fuente: CRE (Comisión Reguladora de Energía) y CFE (comisión Federal de Electricidad)  
Por Capacidad Instalada (C.I.) se entiende la capacidad de generar energía MW/h en su momento de máxima producción

### Sistema de cogeneración



go, con estos proyectos no siempre se puede aprovechar el total de la energía generada y el precio al que se genera la energía no suele ser tan competitivo como en otras opciones.

Por otro lado, se habló de la posibilidad de comprar energía generada por terceros y distribuida mediante la red eléctrica de distribución de la CFE, como se viene haciendo hasta la fecha. Al comprar la energía que generan terceros, se puede conseguir un mu-

cho mejor precio y muy importantes ahorros.

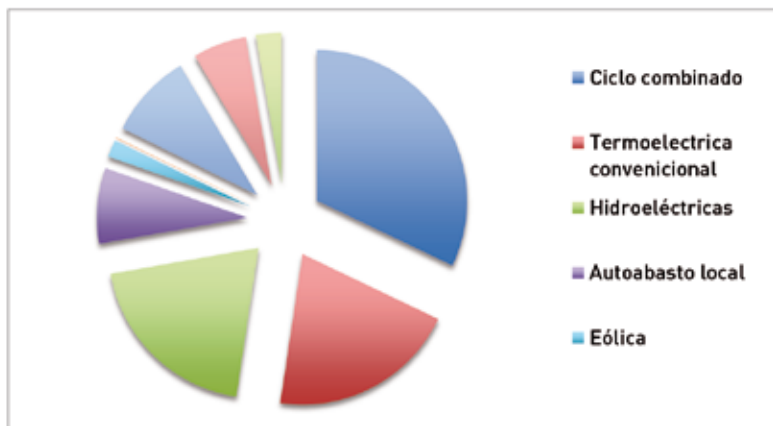
Una excelente solución a corto plazo es comprar energía importada de USA, lo que permite contar con energía más barata con muy pocos meses de espera y con contratos a corto plazo, incluso en lo que se entrega energía de otra fuente que llevará un tiempo en poderse utilizar. Se habló de algunas empresas que ya están haciendo esto y consiguen un ahorro en su consumo de entre un 9% a 22%.

## LA INVERSIÓN PRIVADA PUEDE HACER LA DIFERENCIA, GENERANDO ENERGÍA LIMPIA Y REDUCIENDO SU COSTO, PERO ESTO LLEVARÁ UNOS CUANTOS AÑOS Y NO SE VERÁN LOS BENEFICIOS ANTES DE UN PERIODO DE 3 A 6 AÑOS.

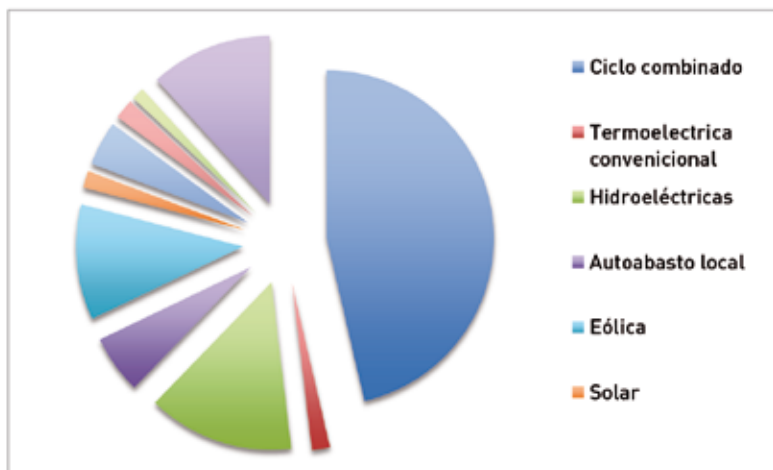
### GENERACIÓN ELÉCTRICA EN MÉXICO EN 2012 y 2028

| FUENTE ENERGÍA              | 2012             | 2028              |
|-----------------------------|------------------|-------------------|
| Ciclo combinado             | 31.2%            | 45.2%             |
| Termoelectrica convencional | 19.7%            | 1.7%              |
| Hidroeléctricas             | 19.3%            | 13.8%             |
| Autoabasto local            | 7.9%             | 5.5%              |
| Eólica                      | 1.8%             | 10.9%             |
| Solar                       | 0.1%             | 1.6%              |
| Carboeléctrica              | 8.9%             | 4.2%              |
| Turbogas                    | 5.6%             | 1.9%              |
| Nucleoeléctrica             | 2.7%             | 1.2%              |
| Nueva Generación Limpia     | 0.0%             | 11.5%             |
| <b>TOTAL</b>                | <b>60,459 MW</b> | <b>113,708 MW</b> |

### FUENTE DE ENERGÍA EN MÉXICO EN 2012



### FUENTE DE ENERGÍA EN MÉXICO EN 2028



### DETALLES DE ALGUNAS TECNOLOGÍAS PARA GENERAR ENERGÍA

Al estudiar las posibilidades en la compra de energía generadas por terceros, e incluso la generación "in situ" se habló de los diferentes puntos a tener en cuenta antes de comprometerse a largo plazo con alguna tecnología, ya sea en compra o autogeneración. En este sentido se habló de algunos de los mitos a tener en cuenta.

**a) Energía Solar:** Debemos tener en cuenta que el costo de instalación por Megavatio (MW) es muy parecido al de otras tecnologías, aproximadamente 1.7 millones de dólares por MW, pero que con dicha inversión sólo se genera durante una media de 6 horas (que varían según la zona en que se instale y las radiaciones) y el resto de día no genera nada; por lo tanto, no se aprovecha la instalación. Esta tecnología sí puede ser muy interesante para los tejados de casa-habitación y reducir el tipo de tarifa, lo que puede implicar muy importantes ahorros.

**b) Energía eólica:** La inversión por MW es muy similar a las de solar, 1.65 millones de dólares por MW, pero puede generar energía una media de 12 horas al día (también depende de la zona y el viento de la misma), lo que es aproximadamente el doble que en la solar, con una inversión muy similar; así que en principio puede ser más interesante, aunque tiene costos de mantenimiento mucho más altos y la instalación es más compleja, por lo tanto es muy importante saber quién es el que construye estos proyectos.

**c) Geotermia:** Es una tecnología muy interesante pero bastante cara en su implementación y en sus pruebas previas de viabilidad, ya que implica hacer perforaciones de prospección. El gobierno de México quiere impulsar mucho esta tecnología y puede llegar a ser una buena opción a mediano plazo, no inmediatamente.

**d) Cogeneración:** Probablemente sea la tecnología más interesante, pero debemos tener en cuenta que si bien no es energía renovable, sí es limpia, ya que puede ser no contaminante cuando es eficiente. El costo por MW de instalación es aproximadamente un 30% más barata que la solar o eólica, ya que cuesta aproximadamente 1 millón de dólares por MW, y tiene la ventaja de poder generar prácticamente 24 horas al día (salvo el tiempo de mantenimiento), aunque tiene un gasto variable de la compra del gas natural o "shale gas".

Debemos tener en cuenta que actualmente el gas natural es hasta 6 veces más barato que otros combustibles utilizados para la generación de energía; pero además México cuenta con enormes reservas de este gas que aún no se han explotado adecuadamente, y que una vez que se haga podría llegar a ser más barato el costo del shale gas o al menos mantenerse. Hoy en día, la mayor parte del shale gas que se consume en México proviene de USA, en donde también se cuenta con enormes reservas y es una de las principales fuentes de generación de energía que permite tener un precio tan competitivo. ■

Lotes de 400 y 800 m2 y Villas de Descanso de 73 y 93 m2

**INMOBILIARIA HCP S.A. DE C.V**

# Terrenos frente al mar

ENTRE ACAPULCO Y ZIHUATANEJO

LAGUNA DE NUXCO



400 m2 desde  
**\$90,000**



Teléfono 5918-7922 [www.lagunadenuxco.com](http://www.lagunadenuxco.com)

# 10 TENDENCIAS DE SUSTENTABILIDAD PARA BIENES RAÍCES EN 2015

*A 2015 Sustainability Outlook for Global Real Estate*



**LAS RAZONES SOCIALES PARA ADOPTAR PRÁCTICAS SUSTENTABLES ESTÁN DIRIGIDAS HACIA LA MEJORA DE LA SALUD Y EL BIENESTAR, AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD, MEJORES CONTRATACIONES Y RETENCIÓN DE TALENTO, ASÍ COMO EL APOYO A LA ECONOMÍA LOCAL.**



## A MEDIDA QUE LA INFORMACIÓN CONFIABLE SOBRE PROYECTOS SUSTENTABLES SE EXTIENDA MÁS A TODAS LAS AUDIENCIAS, LA TRANSPARENCIA Y CONFIANZA EN LOS BIENES RAÍCES VERDES AUMENTARÁ, FACILITANDO LA VALORACIÓN DE PROPIEDADES Y LAS DECISIONES DE RENTA.

En el año 2010, la mayoría de los jugadores en el mercado de bienes raíces, afirmaban que la construcción verde o sustentable era “lo correcto”, y representaba una importante transformación de mercado. Hoy en día, los últimos reportes sugieren que “reducidos costos operativos” y “posicionamiento de marca/relaciones públicas” son las razones más importantes para promover las construcciones verdes.

Encuestas recientes y estudios sobre el creciente mercado de la construcción sustentable, muestran que la industria inmobiliaria mantendrá este compromiso de construir edificaciones verdes, a la vez que reconocerá el valor de los beneficios financieros que provee a los propietarios, operadores e inquilinos.

A continuación presentamos nuestro pronóstico de sustentabilidad para 2015 respecto a tendencias, tanto emergentes como maduras, en el ámbito del entorno construido:

### 1. MAYOR IMPORTANCIA A LOS BENEFICIOS FINANCIEROS DE LAS EDIFICACIONES VERDES

Al tomar la decisión de incorporar características sustentables, las consideraciones financieras son percibidas como extremadamente o muy importantes. Los factores financieros de mayor importancia en los procesos de toma de decisión, al incorporar elementos verdes en proyectos constructivos, son: eficiencia energética, costos de operación y mantenimiento, y tasas de ocupación.

### 2. CRECIENTE INTERÉS EN LOS BENEFICIOS DIRIGIDOS A EMPLEADOS Y OCUPANTES

Numerosos factores intangibles son ahora reconocidos como importantes beneficios de las construcciones sustentables. Entre estos aspectos se incluyen: la salud y bienestar de los ocupantes, calidad del aire en interiores, productividad de los empleados, impacto en las marcas y su reputación, y la satisfacción de los empleados y ocupantes. Cabe mencionar que la reputación, en términos de la sustentabilidad de una organización, se mide

también por la capacidad que ésta tiene para atraer y retener talento humano, a través de sus procesos de contratación y retención de personal.

Constructores y diseñadores de edificios de alto desempeño, conceptualizarán sistemas de ventilación más enfocados en la calidad que en la cantidad.

### 3. ESPECIAL ORIENTACIÓN A LA EFICIENCIA DEL AGUA

Entre otros factores, una creciente conciencia de la calidad finita del agua y de su posible escasez, ha suscitado un incremento en la posibilidad que contratistas incorporen soluciones de eficiencia de agua en construcciones nuevas y proyectos de renovación.

Una mayor sensibilización de la venidera crisis global de acceso a agua dulce continuará diseminándose, a la vez que el cambio climático altere los sistemas de aprovisionamiento de agua a nivel mundial.

### 4. INCREMENTO DE LA ATENCIÓN AL PODER DE RECUPERACIÓN DE LAS EDIFICACIONES

La habilidad de mantener o reiniciar operaciones en la eventualidad de condiciones climáticas extremas, tales como huracanes, tornados, inundaciones y sequías, ha hecho de la resistencia de las edificaciones sea una prioridad tanto para constructores como para diseñadores, propietarios y operadores.

### 5. RELEVANCIA A LA TRANSPARENCIA DE MATERIALES Y CADENA DE SUMINISTRO

Las prácticas sustentables de los proveedores de servicios, bienes o materiales están cobrando mayor importancia para desarrolladores de bienes raíces. De la misma manera, cada vez más se prestará especial atención a los materiales de construcción inocuos, declaraciones de divulgación de productos



**César Ulises Treviño**

MSc LEED AP Mexico Green  
Building Council/ Presidente  
Fundador Bioconstrucción y Energía  
Alternativa / Director General

y materiales, incluyendo las varias listas de químicos potencialmente dañinos para las personas. Los fabricantes de materiales para la construcción estarán procurando ganar o mantener sus participaciones de mercado, basados en la apertura de la información respecto al uso de químicos en cuestión.

### 6. SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE CONSTRUCCIONES VERDES

Este 2014 se ha confirmado el aumento del interés, a nivel global, en obtener la certificación LEED® en proyectos de construcción. Adicionalmente, es evidente la inclinación hacia otros sistemas de calificación como Green Globes, EnergyStar, Living Building Challenge, Net Zero Energy, entre otros.

### 7. EFICIENCIA ENERGÉTICA: UN APUESTA SEGURA

Los mecanismos del mercado que premian la conservación de la energía y la producción de energías renovables, continuarán desarrollándose. Las herramientas basadas en el mercado intensificarán su popularidad en el 2015.

En esta dimensión, los códigos de construcción para la eficiencia energética, se alejarán de las reglas prescriptivas y se dirigirán hacia métricas basadas en el desempeño. Cada vez más municipios y estados se están percatando de las métricas energéticas basadas en desempeño, promoviendo que más y más legisladores impulsen sus beneficios.

Además, la convergencia de los inmuebles corporativos y comerciales, tecnologías



de la información aplicadas a la automatización de las edificaciones basadas en la nube, y la eficiencia energética, se sumarán a las mega tendencias para el 2015.

**8. EL USO DE LA ENERGÍA SOLAR EN EDIFICACIONES CONTINUARÁ EN ASCENSO**

Se espera que la oferta de financiamiento de terceros continúe en aumento, proporcionando capital a edificios comerciales, estacionamientos, bodegas, tiendas y hogares, para implementar sistemas fotovoltaicos de mayores dimensiones.

El enfoque se trasladará a edificaciones energéticamente neutras o positivas. La caída en los precios de paneles fotovoltaicos aumentará la viabilidad y disponibilidad de vehículos eléctricos, y los mecanismos del mercado que premian, tanto la producción como la conservación de la energía, ayudarán en esta transición.

**9. EL DESEMPEÑO DE LAS EDIFICACIONES VERDES SE MANTENDRÁ COMO UNA MACRO TENDENCIA**

En las grandes ciudades del mundo, requerimientos de comunicación abierta están siendo promulgados, junto con las leyes que exigen que propietarios de edificaciones públicas o comerciales revelen el desempeño energético y el consumo de recursos de sus construcciones verdes. Esta tendencia se diseminará rápidamente, ya que es la forma más simple de monitorear las reducciones de las emisiones de carbono en dichas edificaciones.

**SOCIAL MOTIVES FOR GOING GREEN ARE NOW ABOUT GREATER HEALTH AND WELLBEING, INCREASED WORKER PRODUCTIVITY, BOOSTED HIRING AND RETENTION OF EMPLOYEES, AND SUPPORTING THE DOMESTIC ECONOMY.**

**10. FINALMENTE, PERO NO MENOS IMPORTANTE, EL FOCO DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE CONTINUARÁ HACIA EDIFICIOS EXISTENTES, Y MENOS HACIA CONSTRUCCIONES NUEVAS. ESTA TENDENCIA HA ESTADO PRESENTE DESDE EL 2010.**

Más aún, las razones sociales para adoptar prácticas sustentables están dirigidas hacia la mejora de la salud y el bienestar, aumento de la productividad, mejores contrataciones y retención de talento, así como el apoyo a la economía local. Esto se reflejará en el aumento de la comprensión del más amplio concepto de sustentabilidad, esto es, que se debe considerar no sólo aspectos medioambientales, sino sociales y económicos también.

Entre otros aspectos, las propiedades con mejores características verdes, tienden a gozar de mayor capacidad de colocarse en el mercado, tanto para inquilinos como para inversionistas.

En el futuro cercano, la combinación de las demandas e intereses de los ocupantes, inversionistas y reguladores serán tales, que los beneficios tangibles se podrán obtener de la integración de la sustentabilidad dentro del proceso integral de inversión. El rango de fundamentos de valor de propiedad, tales como crecimiento de la renta, primas de rendimiento y costos totales de ocupación, serán cada vez más sensibles a factores de sustentabilidad.

Incluso, es razonable esperar que el crecimiento de la renta será más limitado en propiedades cuyos costos energéticos y de

otras utilidades sean altos en comparación con los propios niveles de renta. En este sentido, la sustentabilidad está favoreciendo una marcada separación entre propiedades de alta calidad y baja calidad.

Como conclusión, a medida que la obtención de información confiable sobre los proyectos sustentables se extienda más a todas las audiencias, la transparencia y confianza en el desempeño de bienes raíces verdes aumentará, facilitando así la valoración de propiedades y las decisiones de renta.

Bioconstrucción y Energía Alternativa, como empresa orgullosamente Mexicana, pionera en Latinoamérica en certificación LEED® y líder en Consultoría en Edificación Sustentable, ha alineado y expandido su portafolio de servicios a la medida, logrando así adoptar en tiempo y forma éstas tendencias, las cuales están perfilando la nueva cara de los sectores de la construcción y administración de propiedades.

Reasons have shifted since 2010 when most real estate players declared that 'building green or sustainable' was "the right thing to do" and it was important for "market transformation". In contrast, latest reports suggest that "lower operating costs" and "branding/public relations" are the *raison d'être* of greener building.

Recent surveys and studies on the ever-growing green building market show that the real estate industry is to endure its commitment to constructing green buildings whilst acknowledging value to the financial benefits they provide to building owners, operators and occupants.

Below is our 2015 sustainability forecast for both emerging and matured trends in the international built environment arena:

**1. Continued importance placed on Financial Benefits of Green Buildings**

In deciding whether to incorporate green features, financial considerations are more often regarded as extremely or very important. The financial factors with highest importance in decision-making processes to incorporate 'green features' in construction projects were energy



Todo comienza aquí  
Acercamos tus inmuebles a la persona indicada

### Anúnciate con nosotros:

**Medio impreso:** 20 revistas a nivel nacional en DF, Chihuahua, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Yucatán.

**Digital:** El portal más completo para vender tus inmuebles.

Llama sin costo: 01800 813 1413 [ventas@guiadinmuebles.com](mailto:ventas@guiadinmuebles.com)

efficiency, ongoing operations and maintenance costs, and occupancy rates.

**2. Attention to benefits on Employees and Occupants is increasing**

Several intangible factors are now being recognized as important benefits of green buildings. Those aspects include health and well-being of occupants, indoor air quality, employee productivity, impact on brand/reputation, and satisfaction of employees and occupants. Not less to mention is the importance of an organization's reputation for sustainability in its ability to attract and retain talented employees, employee hiring and retention.

Builders and designers of high performance buildings will design ventilation systems with focus on quality of ventilation rather than just quantity. The movement to understand the importance for ventilation quality will create better ventilation strategies and systems.

**3. Expanding attention to Water Efficiency**

Among other factors, a growing awareness of water as a finite, and sometimes scarce resource has prompted an increase in the likelihood that building contractors wish to incorporate improved water efficiency into new construction and renovation projects.

Awareness of the coming global crisis in fresh water supply will increase, as global climate change affects rainfall and water supply systems worldwide.

**4. Increased focus on Building Resiliency**

The ability to maintain or quickly resume operations in the event of extreme weather conditions such as hurricanes, tornadoes, floods, and drought have made building resiliency a priority for designers, builders, owners and operators alike.

**5. Rising importance of Material and Supply Chain Transparency**

Vendor's sustainable practices are becoming increasingly important for real estate developers when choosing a supplier for services, goods and/or materials.

Similarly, Healthy Building Products, Product Disclosure Declarations, along with various "Red Lists" of chemicals of concern, will become increasingly contentious. Building product manufacturers are increasingly trying to gain or maintain market share based on open disclosure of chemicals of concerns.

**6. Green Building Rating Systems**

2014 has confirmed a growing global interest in obtaining LEED® certification on construction projects. Additionally, there is also a significant interest in alternative rating systems such as Green Globes, EnergyStar, Living Building Challenge, Net Zero Energy and others.

**7. Energy Efficiency always a sure bet**

Market mechanisms that reward energy con-

servation and renewable energy production will flourish. Market-based tools will increase their popularity in 2015.

In this dimension, building energy codes will move away from perspective rules toward performance-based measures. With municipalities and states starting to take notice of performance-based measures, more and more policy makers will note its benefits.

Furthermore, the convergence of corporate and commercial real estate, information technology (building automation) that is based in the Cloud, and energy efficiency add up in the green building megatrends for 2015.

**8. Solar Power use in buildings will continue to grow**

It is expected that third-party financing offerings will continue to grow and provide capital for larger rooftop systems on low-rise commercial buildings, parking garages, warehouses and retail stores, as well as on homes.

Focus will move beyond "near net-zero energy" to "net-positive" energy buildings. The falling prices of photovoltaic panels, increasing viability and availability of electric vehicles and market mechanisms to reward both onsite energy conservation and production, will help make this move.

**9. Green Building Performance Disclosure will continue as a major trend.**

Disclosure requirements are being enacted in major cities around the globe, along with laws that require public and commercial building owners to disclose actual green building performance. This trend is to spread rapidly as it's the easiest way to monitor reductions in carbon emissions from commercial and governmental buildings.

**10. Last, but not least, the focus of the green building industry will continue its switch from new building design and construction to greening existing buildings. This trend has been in top place since 2010.**

Moreover, social motives for going green are now about greater health and wellbeing, increased worker productivity, boosted hiring and retention of employees, and supporting the domestic economy. This could reflect a growing trend towards a more mature understanding of sustainability; that is, sustainability and green must take into consideration not only environmental aspects, but also social and economic ones as well.

Among other matters, buildings with relatively better sustainability qualifications tend to enjoy increased marketability to both tenants and investors.

In the near future, the combined demands and interests of occupiers, investors, and regulators are such that tangible benefits can be derived from embedding sustainability into the full investment process. A range of property value fundamentals like rental growth, yield premiums, total occupancy costs are increas-



ingly sensitive to sustainability factors.

Moreover, it is reasonable to expect that rental growth will be more heavily suppressed in properties in which energy and other utility costs are high compared to rental levels. In this sense, sustainability is driving a larger deviation between prime and non-prime property.

Conclusively, as reliable data and successful green projects become more widespread, the transparency and trust of real estate sustainability performance will increase, therefore more informed capital pricing and rental decision can be made.

Bioconstrucción y Energía Alternativa - as a proudly Mexican pioneer in Latin America for LEED Certification and leader in Sustainable Building Consultancy- has aligned and expanded its bespoke services portfolio so as to timely and duly embrace these trends that are shaping a new face for the building & construction and property sectors. ■

**AS RELIABLE DATA AND SUCCESSFUL GREEN PROJECTS BECOME MORE WIDESPREAD, THE TRANSPARENCY AND TRUST OF REAL ESTATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE WILL INCREASE, THEREFORE MORE INFORMED CAPITAL PRICING AND RENTAL DECISION CAN BE MADE.**

PRIME LIVING & PRIME GOLF  
*Uno de los mejores campos de Golf*



  
**AMANALI**  
COUNTRY CLUB & NÁUTICA

CAMPO DE GOLF DE 18 HOYOS CON DISEÑO DE CLASE MUNDIAL,  
CASA CLUB Y CLUB NÁUTICO: SKI, KAYAK, TENIS, PADEL, TIROLESAS, ENTRE OTRAS.  
A 40 MINUTOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.  
EXCLUSIVO RESIDENCIAL.

53.93.16.66 | AMANALI.COM.MX

# Primer campus sustentable en México

LA UMA INAUGURA PRIMERA ETAPA DE INNOVADOR PLANTEL UNIVERSITARIO EN ACATITLÁN, VALLE DE BRAVO.





# 12 Torneo de GOLF

# AGoGo

07 · Marzo · 15



**SALIDA** Por escopetazo a las 9:00 hrs.

**CATEGORÍA** Los equipos se formarán por 4 jugadores (Un sólo jugador con 0 a 7 de HDCP). Dando una suma total mínima de 60 de HDCP por foursome.

**MODALIDAD** Se jugará por modalidad AGoGo a 18 hoyos

**PREMIOS** Trofeos a los tres primeros lugares. (Todos los premios serán únicamente para jugadores amateurs)

**BOLSA A REPARTIR** Primer Lugar - \$ 15,000.00  
 Segundo Lugar - \$ 10,000.00  
 Tercer Lugar - \$ 5,000.00

**HOLE IN ONE** Hoyo 3 - Automóvil MINI Coupé  
 Hoyo 7 - Camioneta Touareg VW

**OYE 'S** **Automóvil Matiz 2015** al mejor Oye 's

**Premio al mejor Oyes de Hoyos**

|  |   |
|--|---|
| <b>Hoyo 3</b><br>Primer lugar - Centenario<br>Segundo lugar - Set de Fierros<br>Tercer lugar - iPhone<br>Cuarto lugar - Reloj<br>Quinto lugar - Bolsa de Golf  | <b>Hoyo 7</b><br>Primer lugar - Centenario<br>Segundo lugar - Set de Fierros<br>Tercer lugar - iPhone<br>Cuarto lugar - Reloj<br>Quinto lugar - Bolsa de Golf       |
| <b>Hoyo 12</b><br>Primer lugar - Centenario<br>Segundo lugar - Set de Fierros<br>Tercer lugar - iPhone<br>Cuarto lugar - Reloj<br>Quinto lugar - Bolsa de Golf | <b>Hoyo 16</b><br>Primer lugar - Pantalla TV 60"<br>Segundo lugar - Set de Fierros<br>Tercer lugar - iPhone<br>Cuarto lugar - Reloj<br>Quinto lugar - Bolsa de Golf |

**TAQUIZA** Durante el Torneo

**COMIDA** Hacienda Cantalagua Country Club

**RIFA** Durante la Comida  
**Automóvil Matiz 2015**  
 Membresía Individual por 1 año y mucho más.

|              |                                      |                                       |
|--------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>COSTO</b> | Individual Miembro - \$3,500.00      | Individual Invitado - \$4,000.00      |
|              | Individual Dama Miembro - \$2,975.00 | Individual Dama Invitada - \$3,400.00 |

**INCLUYE** Green Fee de práctica una semana antes

**INSCRIPCIÓN** Gerencia Casa Club - [iespinoza@haciendacantalagua.com](mailto:iespinoza@haciendacantalagua.com)  
 Oficinas México - [scastillo@haciendacantalagua.com](mailto:scastillo@haciendacantalagua.com)

**DEPÓSITO** Hacienda Cantalagua Country Club S.A. de C.V.  
 Bancomer No. de Cuenta 0182502933

Cierre de inscripciones - Jueves 26 de Febrero de 2015



**A** la Universidad del Medio Ambiente (UMA), muy bien puede aplicársele el lema: “sé tú mismo el cambio que quieres ver en el mundo”.

Esto, porque a la hora de construir su campus universitario lo hizo en congruencia con su misión: *impulsar un futuro regenerativo, sustentable y ético, formando agentes de cambio capaces de promover iniciativas que transformen los sistemas socioambientales.*

Si de alguna manera puede definirse el nuevo campus de la UMA, con sus muros de tierra compactada y techos verdes, es como una semilla (y semillero) para el cambio, no sólo ecológico, también social y en la forma de construir.

## ARQUITECTURA REGENERATIVA

El propósito específico de la construcción del campus fue *construir un plantel que muestre cómo una intervención arquitectónica se convierte en un vehículo de regeneración para su comunidad y su cuenca.*

Reto ambicioso y generoso, para el cual la UMA convocó a un grupo interdisciplinario de especialistas que en conjunto codiseñó el campus que ahora ve la luz en su primera etapa: 700 metros cuadrados construidos, con materiales y ecotecnias dispuestos para generar la menor huella ecológica posible.

Y con el objeto de reducir no sólo al mínimo el impacto ambiental negativo (huella ecológica), sino además lograr impactos socioambientales positivos (regenerativos).

Esto dentro de un terreno de 3.5 hectáreas que en su mayor parte va a convertirse en un bosque comestible (y la propuesta es que se replique a lo largo de Acatitlán).

A la postre, todo el campus, incluido el bosque, se ha concebido como un sitio de encuentros y una gran aula demostrativa para los diferentes temas que en la universidad se aprenden y enseñan: agroecología, codiseño, pensamiento sistémico, regeneración, interacción social, tecnologías de agua y energía, arquitectura sustentable y otros.

## VISIÓN

Más largo que el proceso de construcción en sí (ocho meses cuando mucho), fue el tiempo invertido en la planeación, discusión y codiseño del plantel, lo cual redundó en una mayor profundidad y consistencia con los valores de la universidad, y con el alcance que se le quiere dar al proyecto.

El faro que ha iluminado el trabajo del equipo interdisciplinario es la siguiente visión:

*Visualizamos un plantel profundamente estético por ser apropiado a su propósito, lugar y función. Imaginamos un plantel sin bardas, que sus fronteras sean permeables y se fundan con la comunidad y ecosistema que lo alberga. Se fomentará el crecimiento de un bosque comestible denso, adentro del cual encontraremos los espacios de trabajo y aprendizaje. Las instalaciones serán una cobija protectora para sus habitantes en cualidades visuales, acústicas, climáticas y de texturas para que invite a la reflexión, el diálogo y el aprendizaje.*

*Existirá una interesante combinación de tecnologías apropiadas tanto de punta como*

*tradicionales, para el manejo de agua, energía, alimentos, desechos y otros flujos. El sitio debe honrar y fomentar la presencia y convivio de elementos más allá de los humanos, como el sol, el agua, la tierra, el viento y la biodiversidad. El plantel UMA será un lugar inspirador que nos permita imaginar un futuro regenerativo y diverso.*

En gran parte, esta visión ha pasado de la etapa del sueño a su materialización. El reto continúa ahora en la realidad. Para Bill Reed, líder en pensamiento regenerativo, “el hecho de construir un edificio no debiera ser una conclusión sino el comienzo y catalizador de un cambio hacia algo mejor”.

## CARACTERÍSTICAS

Algunas de las características que diferencian al campus de la UMA son:

- El objetivo es alcanzar una operación 100 por ciento autosuficiente en su consumo de agua y energía.
- Entre las ecotecnias utilizadas se cuentan: celdas fotovoltaicas, paneles solares térmicos, tabiques de tierra comprimida, repellado con tierra, techos verdes, captación de agua pluvial, tratamiento aeróbico y anaeróbico de aguas, ósmosis inversa, bombas de agua solares y técnicas de permacultura.
- Se respetó la vocación del sitio diseñando una arquitectura armoniosa con su entorno socio-cultural y manteniendo el uso agrícola (bosque comestible) en la mayor parte del terreno.
- Se diseñó con la cuenca completa en mente, pensando así en soluciones que van más allá de las colindancias del terreno, aplicando un pensamiento arquitectónico más orgánico y sistémico.
- Se buscó que las soluciones de arquitectura sustentable puedan ser fácilmente replicables en la zona, con el fin de extender el impacto ambiental positivo.
- En paralelo al diseño y construcción de la obra se han impulsado proyectos de regeneración socioambiental con los vecinos de la zona.
- Los materiales fueron elegidos considerando su impacto ecológico a través de un análisis de ciclo de vida.

Luego de aplicar dicho análisis a diferentes alternativas, se optó por el bloque de tierra comprimida, el cual no necesita hornearse, con el consiguiente beneficio ambiental que esto significa.

Este tabique ha sido impulsado en la zona por el Centro de Viviendas Ambientales (VIVA), con tierra local, muy cerca de Valle de Bravo. En los muros del campus su utilización se complementó con una estructura de madera de aprovechamiento forestales sustentables, también próximos al lugar.

Dichos bloques se ensamblan sin necesidad de junta de cemento, y salvo un mínimo de concreto y varilla de acero, casi no requieren de estos materiales.

## EL RETO DEL CODISEÑO

El proyecto general de las edificaciones (esta primera etapa implica un edificio de aulas principal con un patio al centro, y otro de



servicios, además de un estanque para almacenar aguas pluviales) estuvo a cargo del arquitecto Óscar Hagerman, experimentado promotor de la arquitectura comunitaria y rural en México.

Materiales naturales y una arquitectura muy fundada con la tierra, horizontal, muy bien modulada y desplegada a la manera de “pueblito”, fue lo que propuso. Pero Hagerman no estuvo solo. Si algo ha caracterizado el proceso de construcción de este campus ha sido el codiseño: Juan Carlos Cano, de Cano&Vera Arquitectos, y docente de la propia UMA, se sumó al equipo de Hagerman para trazar el proyecto ejecutivo.

La construcción estuvo a cargo de Miguel Campero (Constructora TUCA), y el diseño de los “sistemas vivos”, en particular el bosque comestible, quedó en manos de Arturo Farías, y en un principio también Armando Uribe. Francisco Bonilla se encargó de planear e implementar los sistemas de agua y energía que le permitan ser autosustentable al campus en estos dos aspectos fundamentales.

Victoria Haro y Federico Llamas, directora académica y director general de la UMA, también fueron integrantes de este equipo de codiseño, al que de diferentes maneras y en distintos momentos se sumaron estudiantes, docentes, vecinos, colaboradores y especialistas, en un ejercicio de “inteligencia colectiva”.

“Si queremos que emerja algo diferente, debemos hacerlo de manera diferente, por esto la construcción del nuevo plantel y los proyectos alternos a él, como el de vinculación con la comunidad de Acatitlán, parten y se mantendrán a partir de innovadores y permanente procesos de codiseño”, señala Federico Llamas.

“Con codiseño entendemos el diseño colectivo entre los diferentes integrantes de la comunidad y la universidad, de manera interdisciplinaria, participativa y enriquecedora. Biólogos, campesinos, abogados, antropólogos, arquitectos, vecinos, administradores, entre otros, han participado en el codiseño de la universidad”.

Para Hagerman, “el de la UMA ha sido un proyecto muy especial porque muchas cosas fueron diferentes, entre ellas, el trabajar en equipo con gente que tiene distintas disciplinas. Éste fue un reto sin el cual no hubiéramos llegado a la profundidad que alcanzamos”.

[www.umamexico.com.mx](http://www.umamexico.com.mx)



The Inaugural

# MEXICO GRI 2015

St Regis  
MÉXICO D.F. 27-28 ENERO

## Únete a la élite del sector inmobiliario mexicano

Participa en nuestros debates junto a los inversores, desarrolladores y financieros líderes del sector



**RITA-ROSE GAGNÉ**  
Executive Vice President,  
Growth Markets  
IVANHOÉ CAMBRIDGE



**BROOKS MOHRMAN**  
Managing Director  
AIG GLOBAL  
REAL ESTATE



**TOM HENEGHAN**  
CEO  
EQUITY INTERNATIONAL



**FRANCISCO ANDRAGNES**  
Managing Partner  
& Finance Director  
METRO BUILDINGS LLC



**KEN MUNKACY**  
Senior Managing Director  
GID



**MARIN MAYDON**  
VP, Acquisitions Group Head  
LASALLE INVESTMENT  
MANAGEMENT



**RYAN HAWLEY**  
Head of Latin America  
STARWOOD  
CAPITAL GROUP



**SANDOR VALNER**  
Principal & CEO  
WALTON STREET CAPITAL

... y muchos más

### 15 SESIONES DE DEBATE INCLUYENDO TEMAS COMO:

#### EL FUTURO DEL SECTOR INMOBILIARIO EN MÉXICO

¿El mercado más atractivo en Latinoamérica?

#### FINANCIACIÓN

El futuro de la financiación de deuda y de capital privado

#### JOINT VENTURES

¿Traerán los inversores extranjeros algo más que capital?

#### INVERSIÓN EXTRANJERA

¿Cómo deben posicionarse los fondos y desarrolladoras mexicanas?

... y muchos más

**RESERVA TU PLAZA AHORA!**

Diego Sáez, Director Latin America

+44 207 121 5079 | [diego.saez@globalrealestate.org](mailto:diego.saez@globalrealestate.org)

[www.globalrealestate.org/Mexico2015](http://www.globalrealestate.org/Mexico2015)

# MÉXICO: ENCENDIENDO AL MUNDO

## MÉXICO SE HA POSICIONADO ENTRE LOS EXPORTADORES GLOBALES LÍDERES DE PRODUCTOS COMO TELEVISIONES DE PANTALLA PLANA, COMPUTADORAS Y TELÉFONOS CELULARES.

**C**on décadas de experiencia acumulada en manufactura y en el desarrollo de sectores con mayor valor agregado, México se ha posicionado como un gigante en las industrias electrónica, de aparatos electrodomésticos y eléctrica. El país se ha transformado en uno de los núcleos líderes de desarrollo de industrias de alta tecnología y ofrece excelentes y atractivas oportunidades para invertir.

La industria electrónica internacional comenzó a operar en México en la década de 1960, cuando las multinacionales vinieron al país para establecer plantas de ensamblaje locales para productos de tecnología. Durante esos años se vio llegar a las líneas de producción de empresas como Kodak. Otros gigantes como IBM comenzaron sus operaciones de manufactura en México en la década de 1970. Posteriormente, con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), las inversiones y la producción de tecnología de punta en el país se multiplicaron.

En la actualidad, nueve de cada diez de las principales compañías internacionales de servicios de manufactura de electrónicos (EMS) llevan a cabo operaciones en México, incluyendo firmas como Flextronics, Foxconn, Jabil, Sanmina y Benchmark.

No obstante, hoy en día, los fabricantes originales de equipo no sólo se dedican a la producción en México, sino que además se encargan de actividades de diseño, ingeniería y administración en el país. Éste es el caso de compañías como IBM, HP, LG, Samsung, Toshiba e Intel. México es especialmente competitivo en el subsector de la industria electrónica de consumo y se ha posicionado entre los exportadores globales líderes de productos como televisiones de pantalla plana – de las cuáles México es el exportador número uno –, computadoras –de las cuáles es el cuarto más grande –, y teléfonos celulares –de los que es el octavo mayor exportador.

“El ascendente crecimiento que ha mantenido el sector sufrió una ligera interrupción en 2012 y 2013 que reflejó las fluctuaciones

económicas internacionales, pero los pronósticos para el nuevo ciclo de crecimiento dicen que la producción llegará a 9,590 millones de pesos del PIB nominal en 2014 – ligeramente mayor que la máxima alcanzada en 2011 – después de la recuperación de la crisis de 2008”, explica Víctor Gutiérrez, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI).

La industria electrónica mexicana está orientada principalmente a la exportación. México es el principal exportador de la industria electrónica de Latinoamérica. Las ventas extranjeras representan un promedio de 25.6% de todas las exportaciones de la industria de manufactura en México. En 2012, el sector exportó productos por un valor de 75,860 millones de dólares – 6.6% mayor que en 2011. “En 2013, las exportaciones de productos electrónicos resintieron el impacto negativo de la desaceleración económica global, contrayéndose en 3.5% comparado con 2012”, explica Gutiérrez, quien se muestra optimista acerca de la recuperación económica de los Estados Unidos – el destino de 84% de las exportaciones por parte de las industrias mexicanas electrónica y eléctrica – que pronosticó la OCDE para 2014, y quien espera que haya un incremento en la demanda en los productos electrónicos de México a un nivel que se calcula en 79,570 millones de dólares.

A pesar de las turbulencias económicas internacionales, los inversionistas han man-

tenido su confianza en México. Entre el año 2000 y el 2013, la inversión extranjera directa acumulada (IED) en el sector alcanzó niveles de 26,080 millones de dólares. “En 2013, la inversión extranjera, con un valor de 1,180 millones de dólares fue canalizada a la industria electrónica, 16% más que la IED recibida en 2012. Se calcula que en 2014 el sector obtendrá beneficios de la IED por un valor aproximado de 1,170 millones de dólares”, afirma Gutiérrez.

Entre 2002 y 2012, 26.8% de este capital fue invertido en equipo de cómputo, 24.5%, en audio y video, y 24% en telecomunicaciones. Las firmas líderes en la industria electrónica global – como Samsung, LG, Toshiba, Foxconn, Flextronics e Intel– tienen presencia en México, y algunas de ellas operan centros de investigación y desarrollo, cuyo personal está formado por investigadores mexicanos, dirigiendo al sector a actividades de diseño.

Gutiérrez indica que las plantas de producción de países líderes en la industria electrónica – como los Estados Unidos, Japón y Corea del Sur – operan en México. Se han concentrado en regiones específicas del país, dando lugar a los clusters industriales en el norte, oeste y centro de México. Esto ha llevado a una especialización regional por tipo de producto, dando como resultado cinco clusters muy importantes. En Baja California (noreste), los líderes mundiales en equipo de audio y video, han instalado sus plantas manufactureras; en Chihuahua (norte) un cluster enfocado principalmente a la producción de equipo de video (televisores a color) y, en un menor grado, al equipo de telecomunicaciones; Jalisco (oeste) aloja a un importante cluster en el sector electrónico, que consta de 13 Manufactureras de Equipo Original (OEMs), 14 Fabricantes Electrónicos por Contrato/Servicios Electrónicos de Manufactura (CEMs/EMSs), 26 centros de diseño, y más de 380 proveedores especializados. En esta zona, el cluster se especializa en la producción de equipo de cómputo, y ha llegado a conocerse como el “Silicon Valley Mexicano.”

En Nuevo León (noroeste), se ha desarrollado un cluster que fabrica productos tanto intermedios como finales, como lo son, los teléfonos, computadoras y aparatos electrodomésticos; mientras que en Tamaulipas la industria produce insumos y productos finales como televisores, y equipo de telecomunicaciones y de cómputo.

## UN GIGANTE DE APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS

Uno de los sectores más importantes dentro de la industria electrónica son los aparatos electrodomésticos: dispositivos de alta tecnología diseñados para satisfacer las necesidades del ser humano para lograr tener una vida más cómoda. La producción de electrodomésticos en México tenía un valor de 6,690 millones de dólares en 2012 y los pronósticos indican que tendrá un crecimiento a una tasa promedio anual de 8.7% para 2020. De acuerdo con algunas predicciones,

el valor de la producción de aparatos electrodomésticos en México, llegará a los 8,300 millones de dólares para fines de 2014.

Una gran proporción de esta producción se concentra en un mercado interno creciente. En 2013, el mercado mexicano de electrodomésticos tenía un valor de 2,150 millones de dólares y se calcula que en 2014 alcance los 2,320 millones, y que mantenga un crecimiento promedio anual de 8.9% para 2020.

En 2012 “México encabezaba la lista de países exportadores de aparatos electrodomésticos de la región Latinoamericana, y ha recibido 299 millones de dólares en IED este año. En México existen 269 unidades económicas enfocadas en la industria de electrodomésticos, generado 53,951 empleos. “Las ventajas comparativas del sector de electrodomésticos en México han impulsado el desarrollo de nuevos proyectos,” señala Gutiérrez.

Se pueden observar ejemplos recientes del dinamismo del sector en Nuevo León, en donde la firma brasileña Embraco instaló una nueva planta productiva en 2012, invirtiendo 60 millones de dólares, de los 90 millones que pretende inyectarle a su primera fábrica, produciendo compresoras para aparatos electrodomésticos. Tendrá la capacidad para producir cinco millones de compresoras anualmente – suficiente para satisfacer la demanda anual para la totalidad de la región del TLCAN – y como resultado, está generando 700 empleos.

Mientras tanto en 2013, LG anunció una inversión de 60 millones de dólares en Nuevo León para la construcción de una tercera planta industrial para la producción de aparatos electrodomésticos, mientras que Whirlpool inyectó 8 millones en su planta de Ramos Arizpe, Coahuila, para expandir la línea de producción de refrigeradores.

Junto con estas corporaciones internacionales, México aloja a algunas firmas nacionales de punta, algunas de las cuáles, tuvieron la visión para invertir no sólo en plantas de manufactura sino también en centros de investigación. Una de dichas empresas es Mabe, la cuál se ha establecido como el tercer mayor proveedor de aparatos electrodomésticos en Latinoamérica, diseñando, produciendo y distribuyendo productos bajo las marcas de General Electric, Easy, IEM y Mabe. La firma tiene quince plantas de manufactura en todo el mundo, ocho de las cuáles se ubican en México.

Para explicar la competitividad de las industrias electrónica y de electrodomésticos de México, Víctor Gutiérrez hace énfasis en que en 2012, la empresa de consultoría Alix Partners declaró que “México es el país más competitivo en el mundo”, en términos de costos de manufactura: 21% menores que en los Estados Unidos, 11% menos que China, y 3% más bajos que India. Un año antes, KPMG calculó que México ofrecía 19.4% de ahorros en costos de manufactura plástica y 19.5% de ahorros en componentes de metal comparados con los Estados Unidos.

Según el Consejo Nacional de Ciencia y

Tecnología (CONACYT), en 2012 aproximadamente 110,000 estudiantes se recibieron de cursos en ingeniería y tecnología en México, como respuesta a la demanda de capital humano que existe en la industria. “Las cifras de 2010 de la UNESCO muestran que, Per cápita, hay un 18% más de graduados en ingeniería, manufactura y construcción en México que en los Estados Unidos,” revela el CONACYT.

El apoyo brindado por el gobierno de México ha sido un factor significativo en el desarrollo de las industrias de aparatos electrodomésticos y electrónica y su orientación hacia el mercado de exportación.

Para entrar a los mercados de los Estados Unidos, Canadá o de la Unión Europea, los dispositivos, partes y componentes deben cumplir con los estándares como UL, CSA, y la marca europea CE, DIN, y otros. El gobierno mexicano, a través de ProMéxico, ofrecen becas directas para capacitación y poder obtener dichos certificados.

“El diseño y aplicación de programas es la estrategia que ha seguido el gobierno para estimular el desarrollo de la industria electrónica y de aparatos electrodomésticos”, menciona Gutiérrez, quien hace referencia a programas como Draw-back (Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores), PROSEC (Programas de Promoción Sectorial) e INMEX (Decreto para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación).

La producción de software también se ha incrementado en México hasta alcanzar un alto nivel gracias al apoyo del Programa para el Desarrollo de la Industria del Software PROSOFT). Los proyectos apoyados con financiamiento de PROSOFT incluyen la creación de centros de diseño, instalación de laboratorios, capacitación de recursos humanos así como diseño y desarrollo de productos.

“CANIETI es un organismo que actúa en la promoción de los fondos de PROSOFT, el objetivo general del cuál, es promover el desarrollo económico a través de la asignación de apoyos económicos para proyectos que estimulan la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de empresas de tecnología de la información y de sectores relacionados, así como la promoción de su uso en diferentes sectores económicos”, explica Gutiérrez.

## ENERGÍA EN AUMENTO

La producción mundial de este sector alcanzó 1.68 billones de dólares en 2012. Con información obtenida de Global Insight, se calcula que entre 2013 y 2020 esta producción crezca a una tasa promedio anual de 10.5%. La demanda de productos eléctricos está totalmente conectada a la generación de electricidad alrededor del mundo. En 2013, la producción total mundial de electricidad estaba en 20,181 Terawatts-hora (TWh), y las proyecciones indican que esto aumente a 24,975 TWh en 2015 y a 31,775 TWh para 2030.

## MÉXICO ES EL PRINCIPAL EXPORTADOR DE LA INDUSTRIA ELECTRÓNICA DE LATINOAMÉRICA. LAS VENTAS EXTRANJERAS REPRESENTAN UN PROMEDIO DE 25.6% DE TODAS LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA DE MANUFACTURA EN MÉXICO.

México es el productor líder del sector eléctrico en Latinoamérica. En 2012, la producción en el sector eléctrico fue valuada en 28,840 millones de dólares y se espera que tenga un crecimiento a una tasa promedio anual de 7.9% entre 2013 y 2020. Durante este periodo, la distribución de electricidad y el segmento de equipo de control crecerá a una tasa de 8.8%, mientras que en lo que respecta a los segmentos de motores y generadores eléctricos, y de cables, conductores y baterías, las cifras sean de 8.6% y 7.1% respectivamente.

Dichos niveles de producción pueden explicarse por el consumo de energía del país. A pesar de las turbulencias económicas internacionales, los inversionistas han mantenido su confianza en México. Entre 2000 y 2013, la inversión extranjera directa acumulada (IED) en el sector alcanzó un nivel de 20,080 millones de dólares y ocupó la sexta posición a nivel mundial con ventas extranjeras de 6,540 millones de dólares”, explica Víctor Gutiérrez.

De acuerdo con el Atlas de Comercio Exterior, en 2013 México ya ocupaba el quinto lugar como exportador de aparatos electrodomésticos en el mundo – el tercer mayor exportador de lavadoras, aires acondicionados, refrigeradores por compresión, estufas a gas, y calentadores eléctricos para agua, en el mundo. El destino principal para las exportaciones de aparatos electrodomésticos de México, son los Estados Unidos.

Además, las exportaciones de México en el sector eléctrico alcanzaron 21,740 millones de dólares en 2012, con un incremento anual de 6.2%. De este total, 90% reflejaba ventas a los Estados Unidos. México es el principal proveedor de electricidad generando y distribuyendo equipo, y el segundo mayor proveedor de equipo de iluminación al mercado de los Estados Unidos.

El sector eléctrico ha sido muy dinámico para atraer IED. Entre el año 2000 y 2012 atrajo 5,900 millones de dólares de IED; en 2012 solamente, 294 millones de capital entraron a México. De esta cantidad, 58.2% provino de los Estados Unidos, mientras que cantidades significantes llegaron de países europeos como Francia y Suiza.

Una gran proporción de las 1,060 unidades económicas especializadas en el sector eléctrico que operan en México son el resultado de investigaciones realizadas por destacadas empresas internacionales, como ABB, Eaton, Furakawa, ACME, Amphenol, Belden, Cooper, General Electric Company, Hammond, Schneider Electric, Siemens, Thomas and Betts, Mitsubishi, y WEG, entre otras.

Existen muchos casos de éxito entre dichas empresas en México. Uno de ellos es Schneider Electric, una firma que se estableció en México en 1964 bajo la marca Square D. Hoy en día, la empresa tiene diez plantas de manufactura y una red de oficinas de investigación y desarrollo en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, en el noreste. Schneider Electric ha sido proveedor de equipo de control, protección y distribución para parques eólicos desarrollados en La Venta, Oaxaca, al sur de México.

Otro ejemplo emblemático es el de Siemens, que llegó a México por primera vez en 1884 para construir la planta generadora de Nonoalco para poder proporcionar alumbrado público a la capital del país. Hoy en día, la empresa tiene casi 6,000 empleados en nueve plantas manufactureras de productos eléctricos e industriales, que laboran en proyectos para la generación, transmisión y distribución de energía eléctrica; sistemas de transporte, soluciones para la industria automotriz, servicios de tecnología de la información y comunicación, sistemas de logística y ensamble, soluciones para edificios

inteligentes, así como sistemas de purificación y tratamiento de aguas, entre otros.

El sector eléctrico en México también ha estado impulsado por el dinamismo de empresas mexicanas que se han convertido en los productores clave de bienes intermedios. Una de dichas firmas es Mexicanos Eléctricos y de Telecomunicaciones (CONDUMEX), que se ha posicionado como uno de los fabricantes líderes de cables y conductores de alto voltaje en el país, con cuatro plantas productoras y ventas anuales por casi 1,500 millones de dólares.

Otro ejemplo es PROLEC, que surgió de la fusión de Xignux y General Electric, y es uno de los principales fabricantes y transformadores, con ventas por un total de mil millones de dólares en 35 países.

A pesar del vigor de la industria eléctrica, muchas de las oportunidades para invertir en el sector continúan existiendo en México. Un análisis realizado por la Unidad de Inteligencia de Negocios de ProMéxico reportó áreas fértiles para invertir en la cadena de suministros del sector, considerando que 58% del total de la demanda de procesos es importado, y esto significa que hay una gran disponibilidad de oportunidades para empresas extranjeras.

Algunos de los procesos que actualmente ven altos niveles de demanda son: perforación/estampado, cables/conductores, fabricación de calderas y ensamblaje mecánico. Por ejemplo, en el caso del segmento de perforación/estampado la demanda es de 1,460 millones de dólares; los fabricantes nacionales satisfacen el 42% de dicha demanda, y esto significa que existe un nicho de mercado disponible con un valor de 845 millones de dólares.

Los inversionistas también pueden beneficiarse de una base en México utilizando a este país para dar servicio a otros mercados en América, como Brasil, Chile, Argentina, Colombia, Perú y Venezuela, los cuales tienen planes importantes para el desarrollo de infraestructura.

Para facilitar la inversión, México presenta oportunidades de ahorro con bajos costos de fabricación, paridad cambiaria estable, así como bajos costos de almacén y transporte. Además, la producción en el país tiene una garantía en la calidad, ya que no sólo aloja a empresas con certificaciones internacionales permitiendo así proveer al mercado de los Estados Unidos, sino una fuerza laboral altamente calificada.

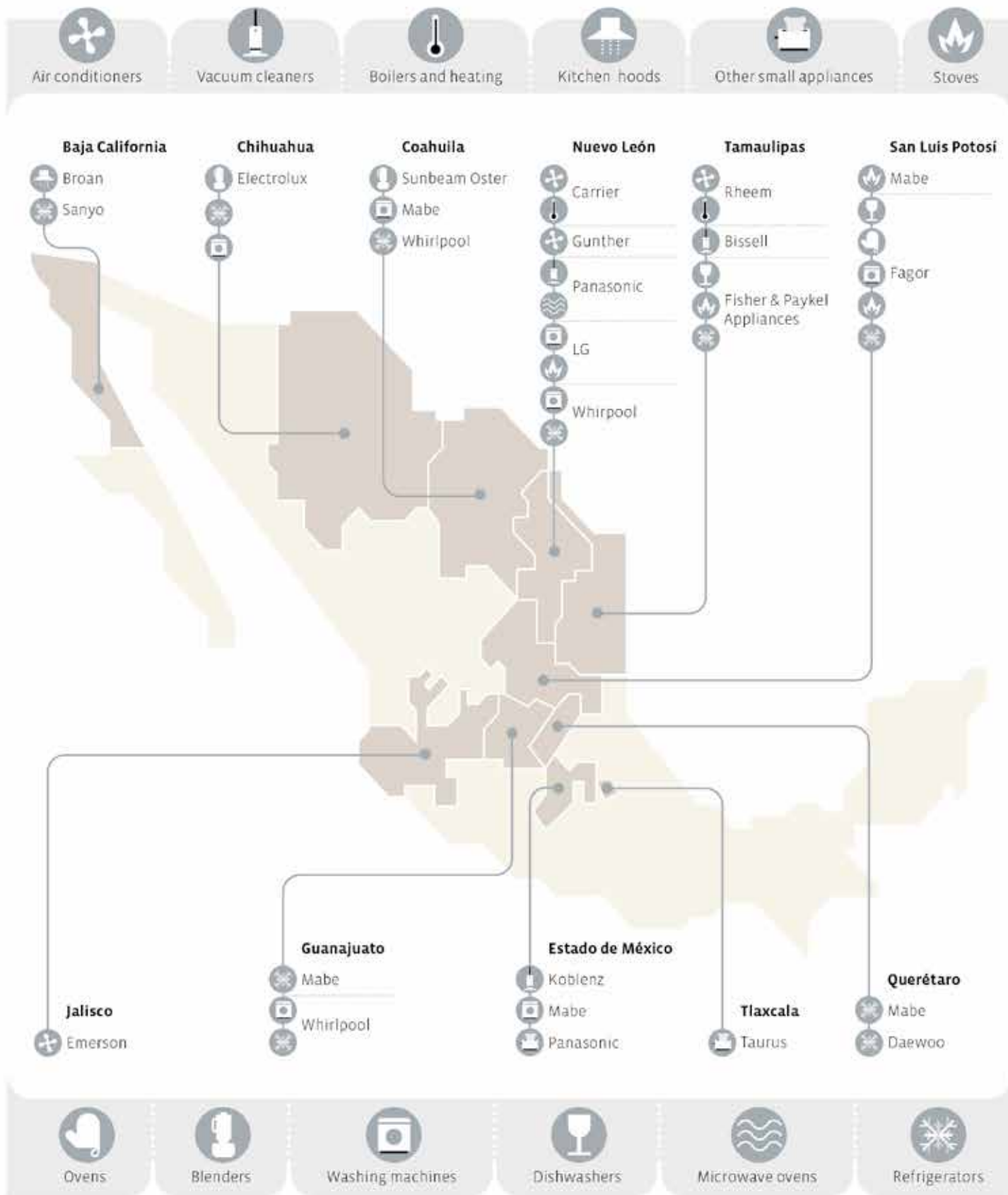
Junto con las oportunidades existentes en las industrias electrónica y de electrodomésticos nacionales – en esta última, 63% de los insumos se importan en la actualidad – México está bien posicionado para consolidarse como uno de los gigantes mundiales en tecnología y energía. ■

NOTA: Algunas de las declaraciones e información publicadas fueron obtenidas de diferentes análisis realizados por asesores en el sector en la Unidad de Inteligencia de Negocios de ProMéxico (UIN). El análisis completo y los estudios sobre las perspectivas de las industrias eléctrica, electrónica y de aparatos electrodomésticos en México puede descargarse de la página Web de ProMéxico.

## LAS FIRMAS LÍDERES EN LA INDUSTRIA ELECTRÓNICA GLOBAL TIENEN PRESENCIA EN MÉXICO, Y ALGUNAS DE ELLAS OPERAN CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, CUYO PERSONAL ESTÁ FORMADO POR INVESTIGADORES MEXICANOS, DIRIGIENDO AL SECTOR A ACTIVIDADES DE DISEÑO.

# Major Domestic Appliances Companies

located in Mexico



Source: ProMexico with data from INEGI, Ministry of Economy (SE) and the company's official websites.

Infographic: Oldemar

# Mexico: Powering Up the World

Infographic: Oldemar

## ELECTRONICS, ELECTRICAL AND DOMESTIC APPLIANCES INDUSTRIES

### MEXICO IS...



Exporter of electronics in Latin America.



exporter of flat screen TVs in the world, even above highly competitive countries in Asia.



largest exporter of computers worldwide.



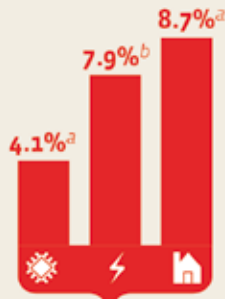
largest exporter of mobile phones.

### THREE INDUSTRIES IN NUMBERS

Electronics  
 Electrical  
 Domestic appliances



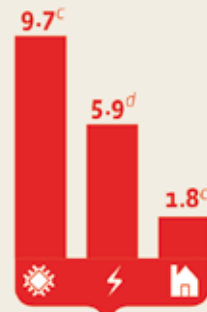
Value of production billion USD in 2012



Average annual growth rate



Exports billion USD in 2012



Foreign Direct Investment billion USD in 2012



Total employees

### A STRONG PLAYER OF THE ELECTRICAL INDUSTRY:



largest producer in Latin America's electrical industry.



supplier of electricity generation and distribution equipment to the US in 2013.



largest supplier of lightning products and other electrical equipment and accessories to the US market in 2013.

Source: ProMéxico with data from the Global Trade Atlas, Global Insight, INEGI and the Ministry of Economy.



## AHORA EN MÉXICO EL SOFTWARE LÍDER EN ANÁLISIS FINANCIERO PARA PROYECTOS INMOBILIARIOS.

- Desde hace mas de 25 años ARGUS SOFTWARE es la empresa líder en análisis financiero de proyectos inmobiliarios y administración de portafolios.

Entregando soluciones de calidad que son relevantes a nivel mundial, fáciles de usar, rápidas de implementar y que aceleran el tiempo de calcula.

Teniendo mas de 90,000 usuarios a nivel global, sus socios en el extranjero agradecerán que usen la misma herramienta que usan para ver las proyecciones financieras de sus proyectos .

Ofrecemos capacitación y soporte local en español mejorando el conocimiento de sus colaboradores sobre la herramienta, así como servicios de consultoría.



**ARGUS**<sup>®</sup>  
SOFTWARE

an Altus Group company

**CONSTRUYA  
FORTUNAS  
NO HOJAS DE CÁLCULO**

[www.cactusverde.com.mx](http://www.cactusverde.com.mx)

(55) 416 48 626  
[alberto.azpurua@cactusverde.com.mx](mailto:alberto.azpurua@cactusverde.com.mx)

# FERRARI CALIFORNIA T...

...Refuerza su personalidad



**H**ablar del Ferrari California T es hablar de elegancia y exclusividad, característica que ha distinguido a los modelos California que se han lanzado desde mediados del siglo pasado.

Por primera vez, este motor turbo de 8 cilindros ofrece un 49% más de par motor, un 15% menos de consumo de combustible, reduce un 20% las emisiones de CO<sub>2</sub> -como modelos de Fórmula 1- y el sonido más perfecto que haya producido un motor turbo: agradable y poderoso durante la toma de aire, y potente a medida que el motor acelera. También es la primera vez que un motor carece completamente de retardo, logrando así que la respuesta sea instantánea.

El motor turbo de 8 cilindros de 3855 cm<sup>3</sup> de inyección directa, va montado en el chasis en una posición muy baja en la parte central delantera, y cuenta con la potencia más elevada de su categoría. El California T es capaz de acelerar de 0 a 100 km/h en tan solo 3,6 segundos.

El motor del California T presenta turbinas compactas de mínima inercia que confieren una respuesta de aceleración muy fiable. La metodología y maquinaria de la Scuderia han dejado su huella en ciertas fases de su producción, concretamente en la fundición.

Además, posee la auténtica dinámica de un coche deportivo: actividad reducida de volante y respuesta de giro mejorada,

gracias a la nueva caja de cambios y al nuevo sistema de suspensión. Los nuevos muelles y amortiguadores Magnaride de última generación responden 50% más rápido, reducen el balanceo, el cabeceo, y producen una conducción más precisa y cómoda.

Cuenta con la última evolución del sistema de control de tracción para obtener una aceleración máxima al salir de las curvas, algo que refuerza la faceta más deportiva de su personalidad.

El sistema de frenos carbocerámicos del California T consiguen pasar de 100 a 0 km/h con una distancia de frenado de tan sólo 34 metros.

Se ha prestado gran atención al diseño, manteniendo las dimensiones generales del modelo anterior, sin olvidar que el California T posee una personalidad propia e individual.

La interfaz máquina-conductor complementa el volante Ferrari con controles integrados, y el TPE (Turbo Performance Engineer) con pantalla táctil y un nuevo sistema de información y ocio con una pantalla de alta resolución intuitiva.

El California T se presentará en marzo durante la feria internacional del motor de Ginebra, pero ya se puede admirar online desde hoy en [www.ferrari.com](http://www.ferrari.com) en los colores que se va a lanzar: Rosso California, un intenso y profundo rojo inspirado en los Ferrari clásicos, y Blu California, que destaca la versatilidad y elegancia del nuevo modelo.



Con un solo botón, los usuarios podrán explorar un mundo de posibilidades de entretenimiento por sus exclusivas funciones:

La calidad de imagen Bravia es 4 veces más detallada que una TV Full HD, ya que tiene una resolución de 4K con más de 8.3 millones de píxeles, ofreciendo una gama de colores más amplia que los televisores convencionales, como también colores más vivos y reales con los cuales analiza y restaura las imágenes desde cualquier fuente, generando un resultado increíble.

Su nueva función Xtenden Dynamic Range logra un rango de brillo más amplio e inteligente, con tonos negros más profundos dependiendo de la imagen.

Con Motionflow XR 960, las escenas de acción lucen más naturales y suaves, con menos vibración y borrosidad. Toda esta resolución con tecnología en función 3D activa.

La nueva caja acústica de esta pantalla permite mejorar la reproducción de los sonidos graves, reduce la distorsión e incorpora Clear Audio + para reproducir sonido de alta calidad, reproduciendo voces más claramente y con mayor nitidez.

Con el control bluetooth se puede encender la pantalla y acceder al contenido en menos de dos segundos.

La función *Social Viewing* permite interactuar con otros usuarios a través de Skype, al mismo tiempo que se mira el televisor, gracias a su cámara integrada. Además, permite recibir Tweets sobre el contenido que se está viendo, conectar dispositivos Xperia automáticamente, y compartir fotos desde cualquier Smartphone a 10 equipos conectados al mismo tiempo.

Y por si faltaba algo, para experimentar la sensación de estar en un estadio, genera una atmosfera más real, reduciendo el audio del narrador e incrementando los sonidos ambientales.

## Pantalla BRAVIA X950B



## Clásicos de joyería Reloj Calibre Cartier

“Los joyeros de los reyes, los reyes de los joyeros”, esta cita del príncipe de Gales, futuro Rey Eduardo VII, se refiere a los lazos que desde principios del S. XX unen a las familias reales y de la aristocracia en todo el mundo.

Desde que la casa fue instalada en 1899 elaboran cada vez trabajos más perfeccionistas y exigentes.

Con características de los clásicos de Cartier, este reloj de oro rosa de 18 quilates en una caja fuerte, coronado en zafiro y con correas de piel de cocodrilo para recordarlo con ferocidad, será digno de miradas.

La búsqueda de la perfección de estas bellas máquinas transcurrirá en el fondo blanco, donde se resaltan los números romanos y las manecillas luminiscentes a lo largo del tiempo.



## Barra de sonido HT-CT770



**E**l 4k Pass Through es la primera en México que transmite contenidos en resolución 4k hacia las pantallas con esta resolución de manera total, fácil y fluida.

Este modelo se convertirá en el centro de entretenimiento del hogar, ya que permite conectar y transmitir contenidos entre diversos equipos BRAVIA, PlayStation y Blu-ray de forma simultánea, gracias a sus puertos HDMI, una salida HDMI y una entrada por fibra óptica.

Con un elegante diseño minimalista, incorpora los últimos avances en conectividad Bluetooth y NFC One-Touch Listening, el cual permite escuchar música desde diferentes dispositivos móviles; y utilizando la aplicación gratuita de Sony, SongPal, compatible con Android e iOS, también permite gestionar aplicaciones y listas de audio.

Gracias a su S-Force front Surround, los altavoces frontales aportan sonido Surround Virtual sin la necesidad de paredes en la habitación, aun contando con ventanas en las paredes, haciendo que el sonido se escuche como en el cine.

Esta barra de sonido cuenta con un tweeter de 2cm y un woofer de 6cm de cada lado, con 330W y un sistema de 2.1 canales, lo que garantiza una potencia superior de audio.

Proporciona graves profundos con el subwoofer inalámbrico de 120 W que hace que sea fácil de colocar en cualquier lugar de la habitación y disfrutar de una experiencia envolvente de sonido sin cables visibles.

Con ClearAudio+, proporciona un ajuste recomendado por Sony, basándose en la experiencia acumulada por muchos años en el mundo de la música.

A fin de no molestar a los demás por la noche, dispone del modo nocturno. Al ser activado este dispositivo, se hace mucho más fácil escuchar los diálogos en volumen bajo, reduciendo el sonido cuando éste se incrementa en algunas escenas, tal como la tecnología Advanced Auto Volume evita los grandes cambios de volumen que se producen entre anuncios y programación, al ver la televisión.



## Central Central Champaña y ambiente para los negocios en Santa Fe

**S**anta Fe es una zona que se ha distinguido en los últimos años por ser un lugar ideal para cerrar negocios, debido a que ahí se ubican diversos corporativos con firmas tanto nacionales como internacionales.

Central Central es un lugar que ofrece un ambiente excepcional, con comodidad y una mezcla de vanguardia, ambiente y calidad. El diseño del lugar estuvo a cargo del arquitecto Luis Felipe Castro, que logró crear un espacio ideal para platicar, degustar el menú desarrollado por el chef Edgar Silva Sercado, y disfrutar de "Bar Champaña" (2x1 de jueves a sábado) con una iluminación tenue.

En el menú hay opciones desde quesos orgánicos y embutidos artesanales en distintas presentaciones, así como marisquería. Para dar mayor formalidad a una comida de negocios hay opciones desde "pulpos a la gallega" hasta "huachinango con refrito de ajo".

Central Central es un sitio que incluye Restaurante, Charcutería, Marisquería, Bar de tapas, Bar de champaña y Bar jardín; ubicado en el centro comercial Park Plaza de Santa Fe.

## Hôtel Americano, Espacio latino en el corazón de Manhattan

FOTOGRAFÍA: UNDINE PRÖHL



**H**ôtel Americano es la primera propiedad de Grupo Habita que abre sus puertas en el extranjero y parte de una colección que incluye diez reconocidos hoteles en todo México, entre ellos, Condesa DF, Hotel Habita, Habita MTY y Maison Couturier.

Situado en el corazón del barrio de Chelsea en Manhattan, rodeado por las mejores galerías del mundo y el famoso High Line Park, el Hôtel Americano reflejará la cultura latina al mismo tiempo que abarca una variedad de influencias internacionales.

El edificio de 10 pisos, diseñado por el galardonado arquitecto mexicano Enrique Norten, se compone de una estructura de cristal encerrada en una fachada de malla metálica que captura el espíritu industrial de la zona. Al exterior del edificio, un elevador de cristal transporta a los huéspedes del restaurante en la planta baja hasta el bar ubicado en la terraza.

Las habitaciones cuentan con iluminación cálida, materiales naturales y plataforma de madera; esto es el sello del diseñador francés Arnaud Montigny, conocido por su trabajo en París, como la boutique Colette. El Hôtel Americano, cuenta con 56 habitaciones, entre ellas, un penthouse suite con sala, gimnasio y terraza privada, loft suites y junior suites, todas con internet inalámbrico.

## Helvex by Designers llega al mercado de lujo

**L**a empresa realizó alianzas comerciales con empresas líderes en sus segmentos, por ello, desarrollaron productos dirigidos al mercado de lujo, y con una inversión de 1.5 millones de dólares, lanzaron la marca Helvex by Designers, con lo que tendrán más de mil productos en portafolio.

El último eje de esta marca se compone de los diseños exclusivos para grifería a cargo del diseñador Manuel Torres Acemel, quien colaboró para introducir la línea Piura que gracias al concepto llamado Biomímesis, donde la naturaleza inspira formas que definen el confort, aporta formas estéticas, acabados de lujo y que inspiran al movimiento.



## Tane colección de Jan Hendrix Naturaleza en joyas para celebrar los 70 años de Tane

**E**l artista holandés Jan Hendrix creó una colección como parte de la celebración de los 70 años de Tane.

Consagrado como uno de los más grandes exponentes de la gráfica contemporánea, Hendrix puso su arte para crear piezas elegantes y pulcras con diseños casi arquitectónicos, que aun así llevan todas las formas de la naturaleza.

El paisaje de Hendrix en cada accesorio de esta colección se integra con la piel de quien lo lleva, la imagen se funde con la materia y el resultado de estas piezas es un paisaje dentro de otro.

En esta colección, Hendrix quiso que la plata mostrara su propia fuerza y que contara así su propia historia, cada pieza lleva inscrita una cultura, todos los paisajes y todas las décadas transcurridas.

Tane incorpora color a las piezas del diseñador a través de la nanocerámica en colores amarillo, y por supuesto rojo, que es parte de la firma.



International Cuisine

Reservaciones:  
**(81)1257-3950**

H: 12:30 a 00:30 hrs Todo el año



@elgranerogrill



/elgraneromty



/+ElgraneroMx

[www.elgranero.com.mx](http://www.elgranero.com.mx)

GRUPO GRANERO STAR



**Camarones Gigantes a las Brasas**



## Your first choice for real estate capital.

MetLife has a solid capital position, and the financial strength and capacity to execute your most important real estate transactions with speed and certainty. With seasoned professionals who have seen all kinds of markets and a \$50 billion commercial mortgage and equity portfolio, we have the experience you are looking for today. MetLife. Committed to the real estate business for over 100 years.

- Fixed/Floating Commercial Mortgages
- Competitive Pricing
- Responsive, Timely, Accessible
- Mexican Peso or US Dollar Commercial Mortgages
- Large Loan Participations and Co-Lending
- Forward Commitments
- Cross-Collateralized Pools with Flexible Structures
- Secured Credit Facilities
- Equity — Wholly Owned or with Institutional Co-Investors

#### Sectors

- Industrial
- Office
- Retail
- Hospitality
- Residential

Visit us at [www.metlife.com/realestate](http://www.metlife.com/realestate)

#### Latin America Regional Director

Bernd Wolf  
[bernd.wolf@metlife.com.mx](mailto:bernd.wolf@metlife.com.mx)

#### Commercial Mortgage

Vladimir Ramirez  
[vladimir.ramirez@metlife.com.mx](mailto:vladimir.ramirez@metlife.com.mx)

#### Equity

Diego De La Mora  
[diego.delamora@metlife.com.mx](mailto:diego.delamora@metlife.com.mx)

#### Federico Malo

[federico.malo@metlife.com.mx](mailto:federico.malo@metlife.com.mx)

#### Loan Management

Gonzalo Merodio  
[gonzalo.merodio@metlife.com.mx](mailto:gonzalo.merodio@metlife.com.mx)

Mexico Regional Office: +5255 5328-9318

#### Rodrigo Cueto

[rodrigo.cueto@metlife.com.mx](mailto:rodrigo.cueto@metlife.com.mx)

© 2014 METLIFE, INC. © 2014 Peanuts Worldwide LLC

Real Estate Investors

**MetLife**

No se trata de números,  
se trata de experiencia



No importa qué tan grande pueda ser la transacción, lo que en realidad cuenta, es la experiencia. Somos parte de GE, la compañía que entiende lo que se necesita para alcanzar el éxito. Así es como podemos ayudarlo a descubrir oportunidades y encontrar soluciones más inteligentes a sus necesidades de financiamiento. Con cerca de 20 años de experiencia en México y una pasión por la industrial de bienes raíces, podemos ayudar a crecer su negocio.

**US\$ 36 Millones** Financiamiento para Construcción: Centro Comercial

**US\$ 102 Millones** Financiamiento permanente: Portafolio de Oficinas y Hotel

**US\$ 178 Millones** Financiamiento para Adquisición: Portafolio Industrial

**US\$ 183 Millones** Refinanciamiento: Portafolio Industrial

**US\$ 560 Millones** Financiamiento para Adquisición: Portafolio Industrial y Comercial

Because we're not just bankers. We're builders.  
GE works.

[gecapitalrealestate.com.mx](http://gecapitalrealestate.com.mx)

Regina Garcia | Sales Representative  
[regina.garcia@ge.com](mailto:regina.garcia@ge.com)

