

INM•BILIARE

LATAM

El mercado de
E-COMMERCE



IOS OFFICES®

OFICINAS EQUIPADAS EN RENTA

Empresa 100% mexicana,
líder en la industria de
espacios de trabajo

Resumen
Ciudades más atractivas
para invertir

Tendencias
del Retail en
Latinoamérica

Reseña Real Estate
Business Summit
Los Ángeles

El efecto
Art Basel
MIAMI

Especial de Inversión, Logística e Industrial
Coworking industrial llega a México



AÑO 19-NÚMERO 112
\$90 PESOS



Real leasing opportunities with FIBRA Macquarie

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

Portfolio consisting of **271 industrial** and **17 retail/office** properties located throughout Mexico¹.

Highly experienced professionals with deep market and technical expertise.

Contact

Industrial Leasing Inquiries

01 800 700 8900

industrial.leasing@fibramacquarie.com

Retail Leasing Inquiries

+52 55 9178 7700

retail.leasing@fibramacquarie.com

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

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

fibramacquarie.com

1. As of December 31, 2017.

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

REAL ESTATE SUMMITS

INM•BILIARE

2019



GRACIAS POR PARTICIPAR EN
LOS ÁNGELES

PRÓXIMOS EVENTOS

NEW YORK	1 DE MARZO
MAZATLÁN	28 Y 29 DE MARZO
GUADALAJARA	02 Y 03 DE MAYO
MONTERREY	23 Y 24 DE MAYO
BAJA CALIFORNIA	20 Y 21 DE JUNIO
RIVIERA MAYA	5 Y 6 DE SEPTIEMBRE
CDMX	6 Y 7 DE NOVIEMBRE

CONSTRUYENDO **REDES**
PARA LOS LÍDERES INMOBILIARIOS

PATROCINIOS DISPONIBLES

contacto@inmobiliare.com +52 (55) 55147914

PERFECTLY REFLECTING A NAME OF LEGEND



Riverwalk East Developments, LLC, a Florida limited liability company is the owner of the property on which the Condominium is to be constructed and the seller of the units in the Condominium and is for purposes of the Florida Condominium Act the "developer" of the Condominium ("Developer"). Developer has engaged G & G Business Developments, LLC, ("G & G") to assist with the development and marketing of the Condominium and its units and Developer has a limited right to use the trademarked names and logos of G & G. Any and all statements, disclosures and/or representations relating to the Condominium shall be deemed made by Developer and not by G & G and you agree to look solely to Developer (and not to G & G and/or any of its affiliates) with respect to any and all matters relating to the development and/or marketing of the Condominium and with respect to the sales of units in the Condominium. All images and designs depicted herein are artist's conceptual renderings, which are based upon preliminary development plans, and are subject to change without notice in the manner provided in the offering documents. All such materials are not to scale and are shown solely for illustrative purpose. For New York Purchasers only, the complete offering terms also require reference to that certain CPS-12 Application available from the Offeror under file number CP18-0005.

 ORAL REPRESENTATIONS CANNOT BE RELIED AS CORRECTLY STATING THE REPRESENTATIONS OF THE DEVELOPER, FOR CORRECT REPRESENTATIONS, MAKE REFERENCE TO THIS BROCHURE AND TO THE DOCUMENTS REQUIRED BY SECTION 718.503, FLORIDA STATUTES, TO BE FURNISHED BY A DEVELOPER TO A BUYER OR LESSEE.

Conway+Partners

ASTON MARTIN RESIDENCES

MIAMI



Developed by G&G Business Developments LLC
SALES CENTRE 300 BISCAYNE BOULEVARD WAY, MIAMI, FL

Roberto Malca P.A
786-303-8841
Rmalca@RobertoMalca.com
www.RobertoMalca.com
1450 S Miami Ave Miami, FL 33130



EXPLANADA

MALLTERTAINMENT

PUEBLA



VIVE DE TODO



f i t [explanadapuebla.mx](https://www.explanadapuebla.mx)
Alejandra 512 , Santiago Momoxpan, San Pedro Cholula, Puebla

GICSA

CONSTRUYENDO
EXPERIENCIAS

ESR
Empresa
Socialmente
Responsable

En **Explanada** reunimos las mejores marcas y espacios únicos de entretenimiento. ¡**Todo en un mismo lugar!**
Evolucionamos a una nueva forma de consumo, bajo nuestra promesa de marca **VIVE DE TODO.**

ALGUNOS SOCIOS COMERCIALES

ADIDAS • BARRIO FRENEZÍ • CALVIN KLEIN • H&M

CHEDRAUI • CINEMEX • CONTENDER • COPPEL

DOCKERS • KRISPY KREME • LEVIS • MAC

MACSTORE • PROMODA • STARBUCKS • MUMUSO

PRÓXIMAS EXPLANADAS



INFORMACIÓN SOBRE RENTA DE LOCALES

t. (55) 51 48 0918
informes@gicsa.com.mx
www.gicsa.com.mx



Desarrollos Delta®

Emprendiendo Ideas Extraordinarias

Somos una empresa líder en **desarrollo, inversión y administración** de proyectos inmobiliarios en México y EUA.

Residencial

Más de **3,000 unidades de departamentos** construidas, en diferentes zonas de México, con proyectos en venta y renta con interesantes propuestas de urbanismo.



VIA CORDILLERA
CENTRO URBANO

Las Fridas




TRES VIDAS
DEPARTAMENTOS


Cordillera
DEPARTAMENTOS




LA CAPITAL
DEPARTAMENTOS

Urbania



Build To Suit

Proyectos desarrollados de acuerdo a las necesidades de tu empresa.

NEORIS
Practical Visionaries

axtel



MARY KAY

ATENTO:

Crisa

Oficinas

Complejos de oficinas en espacios ideales para un mejor funcionamiento de las empresas que forman parte de estos proyectos.

M
OFICINAS EN EL
PARQUE


CEN 333

19 AÑOS + DE 900 PROYECTOS

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



SERVICIOS

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



CORPORATIVO CDMX

☎ 01 55 52 50 06 30
52 03 28 05

☎ 55 24 75 63 66

✉ contacto@3difica.com

QUERÉTARO

☎ 045 44 22 39 47 24

✉ anuno@3difica.com

✉ eamaya@3difica.com

CANCÚN & RIVERA MAYA

☎ 045 99 82 52 82 73

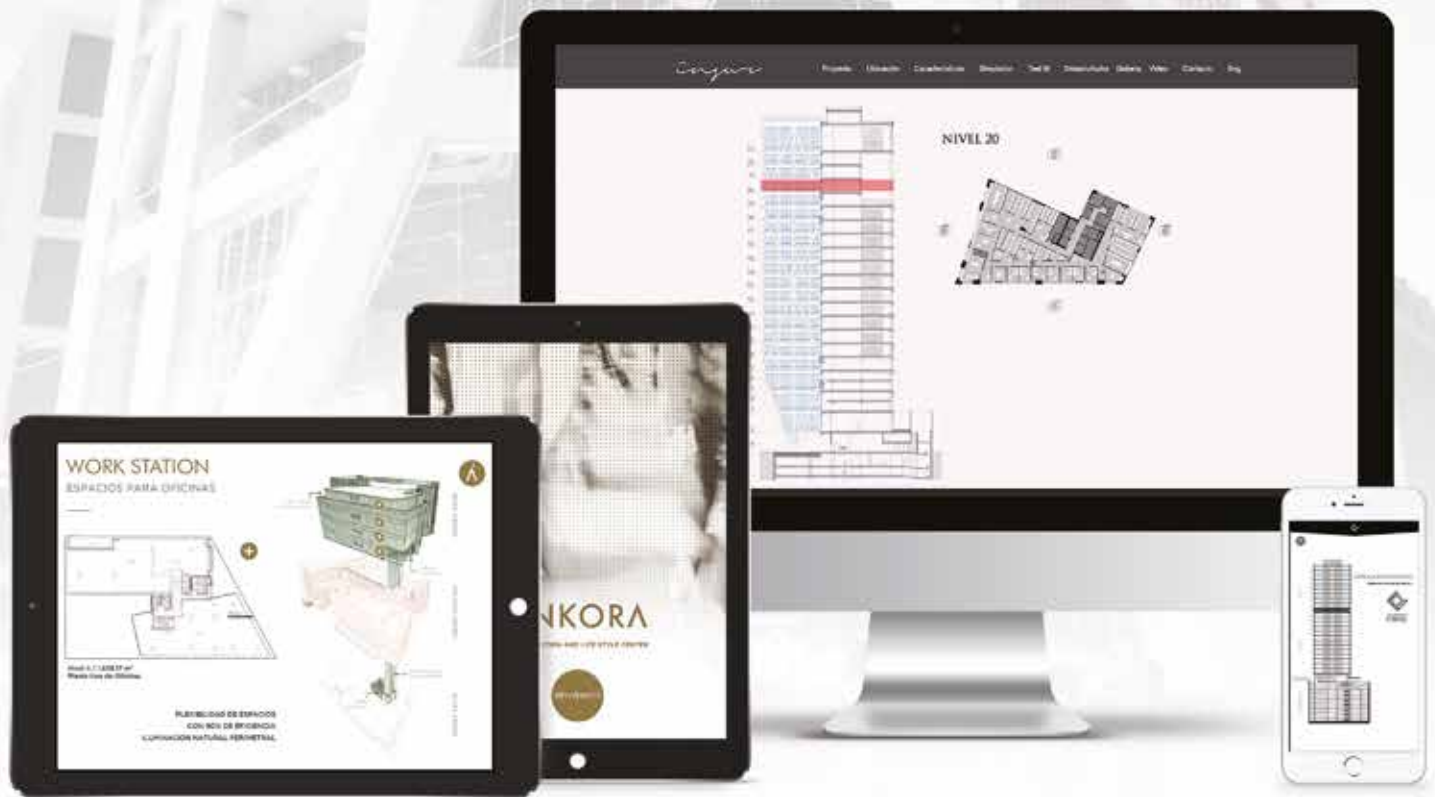
✉ arturo@3difica.com

MONTERREY

☎ 045 81 11 13 13 06

✉ contacto@3difica.com

HERRAMIENTAS DIGITALES QUE INCREMENTAN LAS VENTAS DE TU DESARROLLO INMOBILIARIO



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

GUADALAJARA

☎ 045 33 31 95 59 23

✉ contacto@3difica.com

ENSENADA

☎ 045 64 61 48 68 46

✉ bwoolrich@3difica.com

www.3difica.com



Carta Editorial

A pesar de los cambios políticos y sociales que se han experimentado en los últimos meses, el mercado inmobiliario en México se mantiene estable. De acuerdo con la Secretaría de Economía las inversiones más confiables siguen siendo los bienes raíces, ya que generan una valoración tangible y rendimientos hasta del 30% de ganancia en el primer año de adquisición. En este sentido, se ha observado un incremento considerable en la inversión inmobiliaria en entidades como Puebla, Querétaro, Jalisco, Monterrey, Baja California y CDMX.

No obstante, la demanda de vivienda en renta también ha aumentado principalmente por los cambios de hábitos de consumo y estilo de vida de las nuevas generaciones, además de la alza de precio en la compra de casas o departamentos.

Por otro lado, en este 2019, se espera un incremento en la demanda del sector industrial de hasta 24 por ciento, según el informe de CBRE. Esto impulsado por distintos factores como el nuevo T-MEC, los incentivos fiscales de la frontera norte con la instauración de la zona libre, así como la llegada de empresas chinas en el país ante las tensiones comerciales entre el país asiático y EUA. Asimismo, cada día más consumidores requieren bienes y servicios por lo que la logística, principalmente e-commerce, está creciendo a un ritmo acelerado, tomando gran relevancia en el mercado inmobiliario. Además, el segmento industrial se está revolucionando y pronto el coworking industrial será una realidad en el país.

Xareni Zafra Gatica
Coordinadora General Editorial



La plataforma multimedia del
Real Estate en latinoamérica

Distribuido en locales cerrados por: Pernas y Cia. Poniente 134 N° 650 Col. Industrial Vallejo Del. Azcapotzalco México, D.F. Imprenta: VP Impresiones-Producción, México D.F. Editada por Editorial Mexicana de Impresos; Paseo de la Reforma 222-Piso 1, Col. Juárez C.P. 06600; México D.F. Número 112 año 18 Publicación bimestral Febrero - Marzo 2019. Registro de marca número 289202/2014 ante el IMPI. Número de reserva al título en derechos de autor: 04-2016-01201313300-102. Certificado de licitud de título y de contenido 15833. **TIRAJE CERTIFICADO DE 30,052 EJEMPLARES EN PROMEDIO.** "Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector Folio: 00819-RHY, expediente número RHY3032011 emitido por y registrado en el **PADRÓN NACIONAL DE MEDIOS IMPRESOS DE LA SE-GOB.**" Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito de los editores. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

Publisher & CEO

Guillermo Almazo Garza
guillermo@inmobiliare.com

Editor in Chief

Erico García García
erico@inmobiliare.com

Sales & Marketing Director

Emiliano García García
emiliano@inmobiliare.com

CONSEJO EDITORIAL:

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

Desarrollo de Nuevos Negocios

Laila de la Torre
laila.delatorre@inmobiliare.com

Relaciones Públicas

Rosy Kuri
rosy.kuri@inmobiliare.com

Coordinadora General Editorial

Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com

Coordinadora Print

Danae Herrera Rodríguez
danae.herrera@inmobiliare.com

Coordinadora Web

Mónica Herrera Peña
monica.herrera@inmobiliare.com

Coordinadora Social Media

Rubí Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com
Redactor y articulista
Alan M. Munguía Cabrera
michael.munguia@inmobiliare.com

Dirección Diseño Editorial

Vincent Velasco
vincent.velasco@inmobiliare.com

Dirección Diseño Digital

Beatriz Figueroa
beatriz.figueroa@inmobiliare.com

Asistente Diseño Digital

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

Fotografía

Federico de Jesús Sánchez,
Laura Menchaca

B2B Media CEO

Erico García García
erico@b2bmedia.mx

Publisher Inbound Logistics Latam

Guillermo Almazo Garza
publisher@il-latam.com

Digital Group Publisher

Emiliano García García
emiliano@b2bmedia.mx

Coordinadora de Administración y Circulación

Yesenia Fernández
yesenia.fernandez@inmobiliare.com
Asistente de Administración y Circulación
Hortencia Barrera
hortencia.barrera@inmobiliare.com

Logística

David Hernández
Leonel Velázquez
Felipe Romero

Asistente de Alianzas y Cuentas Estratégicas

Itzel Aguilera
itzel.aguilera@inmobiliare.com

Publicidad

contacto@inmobiliare.com

Ventas

Audrey Bonilla
audrey.bonilla@inmobiliare.com
Carlos Caicedo
carlos.caicedo@inmobiliare.com
Karen Cárdenas
karen.cardenas@inmobiliare.com
Lucía Castillo
lucia.castillo@inmobiliare.com
Marina Martínez
marina.martinez@inmobiliare.com

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

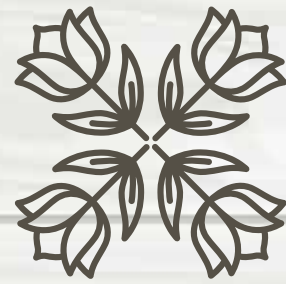
Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector
Folio: 00819-RHY



Contacto

contacto@inmobiliare.com

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



BLUME

BOUTIQUE CONDOS



Luxury Condos

SOON

(998) 193.11.10 | blumecondos.mx

14 NOTICIAS

24 INSTAGRAM

26 MILLONARIOS DEL REAL ESTATE

28 INVERSIÓN

Tulum: oportunidad para inversionistas en bienes raíces

32 TECNOLOGÍA

5 Apps para gestión logística

34 VIVIENDA

Las ciudades más atractivas de México para invertir en bienes raíces

38 INVERSIÓN

6 Razones para invertir en hospedaje tipo Business Class en México



42 INDUSTRIAL

En 2019 el incremento de la demanda de nuevos espacios industriales podría llegar al 24%, según estimaciones de CBRE

44 INVERSIÓN

las 15 ciudades con más plusvalía en México

46 PROYECTOS

Proyectos de Usos Mixtos

48 INDUSTRIAL

Coworking Industrial llega a México

52 INVERSIÓN

Chicago, la nueva plaza para inversiones de Real Estate comercial en tiempos de volatilidad

56 NUMERALIA

Cifras con las que cierra el sector construcción el 2018

58 DESARROLLOS

The Summit, Una gran noticia para Santa Fe

62 INDUSTRIAL

Rumbo a un sector industrial lleno de amenidades



64 EN PORTADA

Empresa 100% mexicana, líder en la industria de espacios de trabajo

72 VIVIENDA

Oportunidades y Retos en el entorno habitacional

76 INFRAESTRUCTURA

Administración de las cadenas de abastecimiento globales: Una apuesta en subcontratación

82 INDUSTRIAL

Crecimiento de inventario industrial a lo largo del 2018 supera el 6%

84 INVERSIÓN

Asociación de FIBRAS en México

86 VIVIENDA

Mercado inmobiliario 2019: Perspectivas

90 INVERSIÓN

Escenarios fiscales para el libre comercio y la inversión en México

SUMARIO

96 INVERSIÓN

Crowdfunding Inmobiliario tendencia mundial en crecimiento

98 VIVIENDA

¿Qué impuestos se deben pagar al comprar o vender un inmueble?

100 TURISMO

Vive Mazatlán, destino turístico lleno de color y cultura



106 TURISMO

Los Ángeles establece récord de 50 millones de visitantes en 2018

110 CONGRESO

Real Estate Investment Summit Los Ángeles
Nuevas tendencias económicas en el sector inmobiliario

112 CORPORATIVO

El segmento de oficinas de la CDMX en el 2019

116 CORPORATIVO

Oportunidades en el sector oficinas para este 2019
Cómo alcanzarlas con apoyo especializado

120 WIRED

Compromiso social dentro del sector inmobiliario: Gina Diez Barroso

126 POLÍTICA PÚBLICA

Política Pública para una Mejor Ciudad

130 POLÍTICA PÚBLICA

Retos del Nuevo Gobierno Mexicano ¿Esperanza o Deterioro?

132 INDUSTRIAL

Principales tendencias de los bienes raíces comerciales en América Latina

136 FOODCOURT

Experiencia del foodcourt en Latinoamérica

140 RETAIL

La cuarta generación de Tenant Mix en los centros comerciales de Latinoamérica

152 TECNOLOGÍA

La nueva cara de los bienes raíces: innovación y tecnología

156 TECNOLOGÍA

Los humanoides, la tecnología y el mundo inmobiliario

158 TECNOLOGÍA

Hacia un Real Estate más inteligente



160 ARQUITECTURA

El arte en los espacios públicos y privados: desde Yayoi Kusama en Louis Vuitton hasta Lucía Prudencio en el nuevo Toks

164 MARKETING

El as bajo la manga de la industria corporativa

168 ARTE

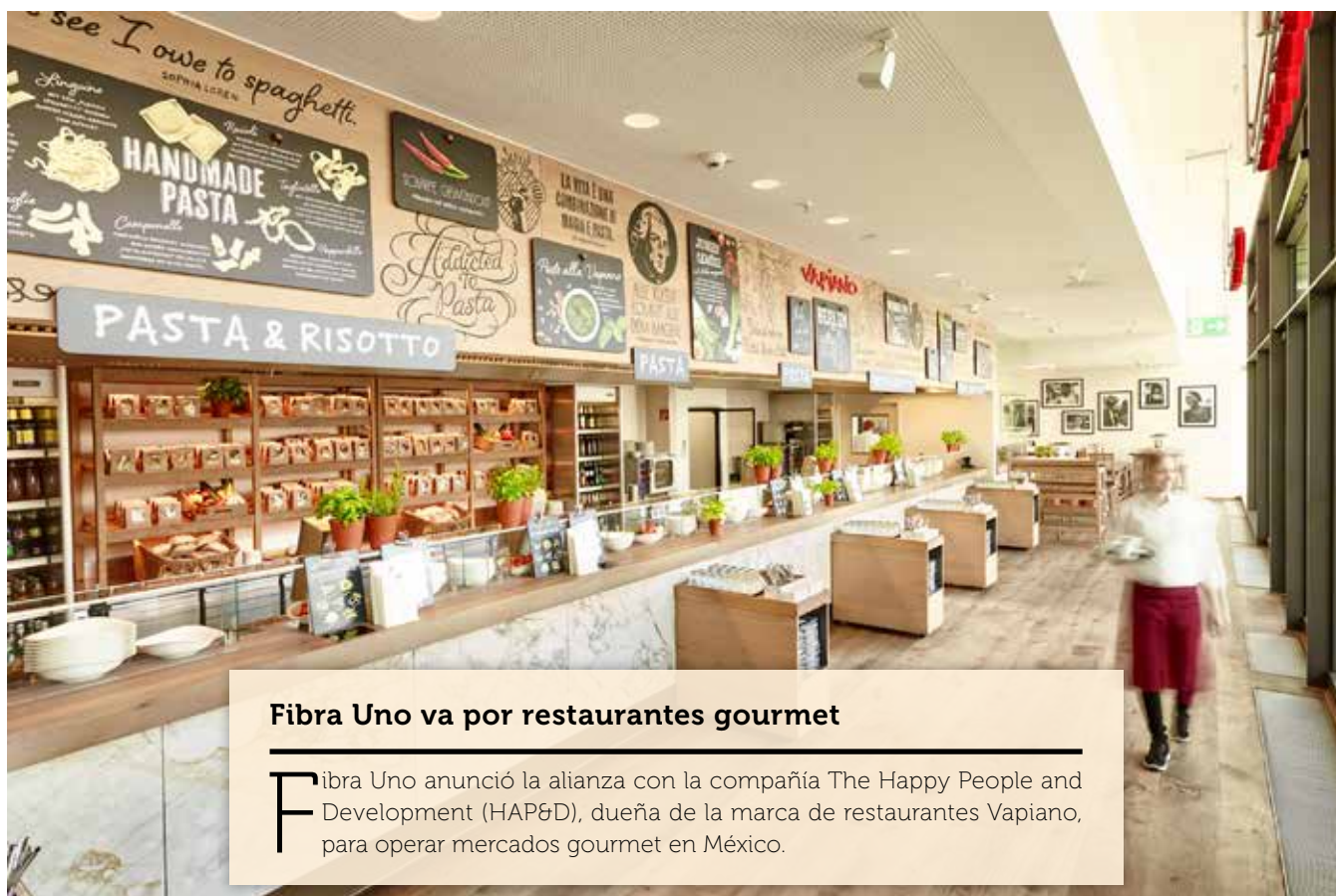
El efecto Art Basel

172 LIBROS

5 Libros con las tendencias más recientes sobre el e-commerce y marketing digital

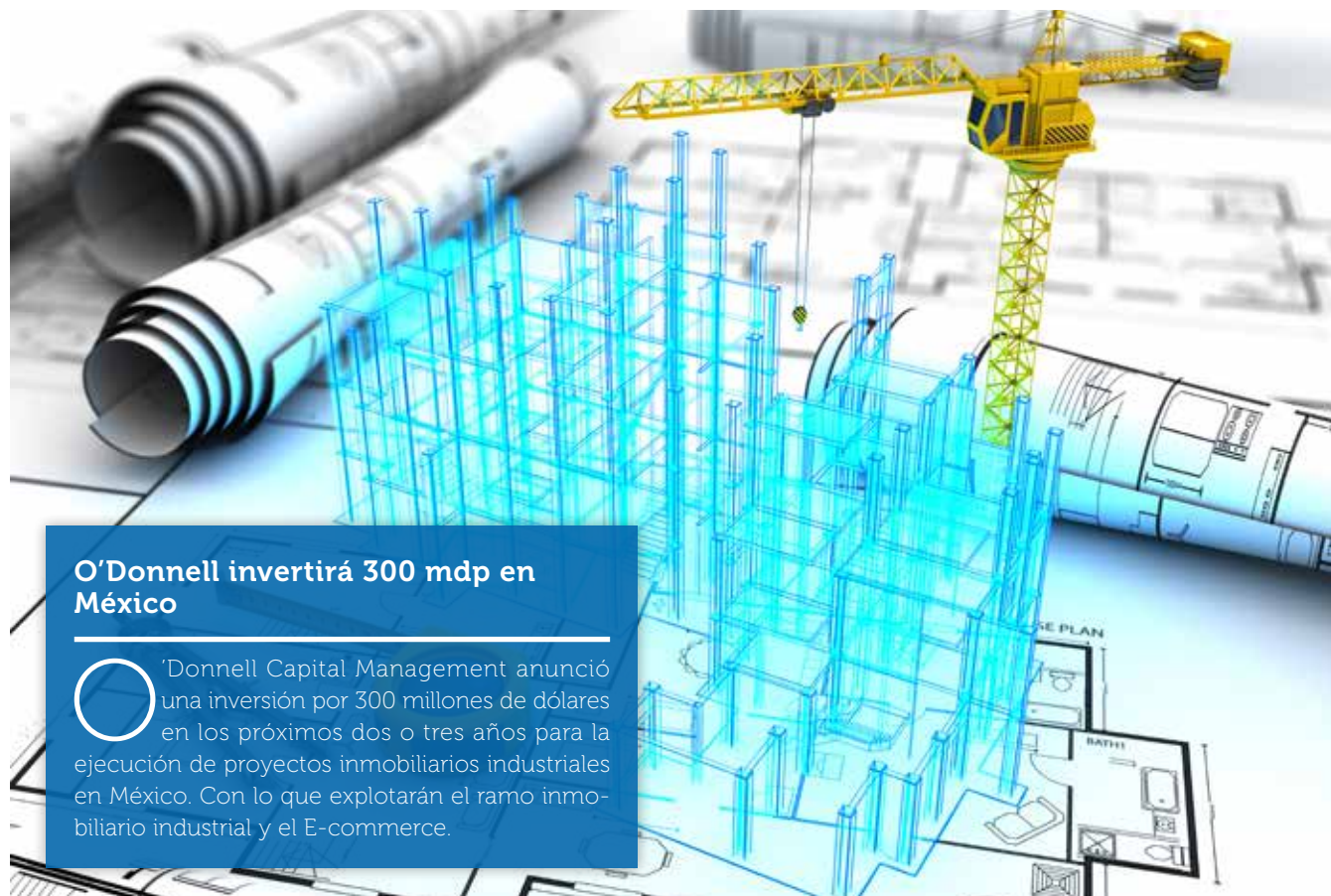
174 AGENDA

Eventos del Real Estate



Fibra Uno va por restaurantes gourmet

Fibra Uno anunció la alianza con la compañía The Happy People and Development (HAP&D), dueña de la marca de restaurantes Vapiano, para operar mercados gourmet en México.



O'Donnell invertirá 300 mdp en México

O'Donnell Capital Management anunció una inversión por 300 millones de dólares en los próximos dos o tres años para la ejecución de proyectos inmobiliarios industriales en México. Con lo que explotarán el ramo inmobiliario industrial y el E-commerce.

Sector hotelero prevé más de 40 aperturas en el país durante 2019

De acuerdo con un estudio realizado por CBRE, a lo largo del año se espera sean inaugurados, aproximadamente 47 hoteles en México. Entre las cadenas que tienen en puerta nuevas unidades se encuentran Hoteles City Express, AMResorts, Grupo Posadas, Marriott, NH Hotel Group, Hoteles Misión, InterContinental Hotels Group (IHG) y AccorHotels.



RLH Properties adquiere hotel de lujo en España

RLH Properties, compañía mexicana, anunció la compra del Hotel Villa Magna en Madrid, España por 238 millones de dólares; el complejo de lujo ubicado en el Paseo de la Castellana era propiedad del conglomerado turco Dogus Group. La compra ha sido considerada como un récord, al superar el pago anterior de Dogus Group (180 millones de euros) realizado hace dos años.



Fibra Uno propietaria del 70% de Torre Mayor

El fideicomiso de inversión en bienes raíces adquirió el 21% de Torre Mayor por un monto de 54.9 millones de dólares, lo que consolida su participación en 70% del inmueble.



Fibra Prologis adquiere propiedades en Monterrey

Con una inversión de 34.9 millones de dólares, el fideicomiso de bienes raíces industriales y de oficinas realizó la adquisición de un espacio de más de 61 mil 548 metros cuadrados de área bruta rentable que representa el 1.9% del ABR reportado en su portafolio al tercer trimestre de este año por la empresa.



Be Grand presenta nuevo desarrollo de usos mixtos en Reforma

El grupo inmobiliario lanzó (a finales del año pasado) su desarrollo de usos mixtos en Reforma, con departamentos residenciales y oficinas de lujo. El proyecto tendrá una zona comercial y 10 niveles de oficinas, así como espacios que van desde los 91 m² hasta los 261 m² con opción a dos y tres recámaras, así como Garden Villas y Sky Villas, salón de fiestas, kid's club, sport's bar, spa, área de mascotas y kid's garden.



Gicsa inaugura La Isla Mérida

GICSA empresa en desarrollo, inversión y comercialización de proyectos inmobiliarios de gran escala en México, realizó la última semana de enero la inauguración de su segundo Mallertainment a nivel nacional y uno de sus proyectos más grandes y ambiciosos; La Isla Mérida Mallertainment, en el residencial Cabo Norte.

2019: Año para
construir



Juntos, hagamos
¡un año muy constructivo!

En BIM lo acompañamos
a **CONSTRUIR** sus proyectos
inmobiliarios, **CONSTRUIR**
más crecimiento para
su patrimonio y **CONSTRUIR**
los éxitos que desea alcanzar con
el financiamiento, los productos
y servicios del único banco
especialista en el sector

www.bim.mx



Ritz-Carlton Reserve nuevo complejo hotelero en Nayarit

Thor Urbana en conjunto con GFA, Marriott y Mota-Engil Turismo construirán un complejo hotelero en la Riviera Nayarit, llevará por nombre Ritz-Carlton Reserve ubicado al interior del desarrollo turístico Costa Canuva; con una inversión de 150 millones de dólares y se espera su apertura en 2022. El hotel contará con 110 habitaciones con vista hacia la playa, montaña o selva y 45 residencias en la primera etapa, las cuales serán distribuidas en toda la propiedad.



Kimpton abrirá segundo hotel en Holanda

InterContinental Hotels Group, cadena hotelera en el mundo, dio a conocer la firma del nuevo Kimpton en Róterdam, Holanda, este hotel tiene un acuerdo de administración con Grupo Omnam y abrirá sus puertas en 2022. Se trata del segundo de la firma Kimpton en Holanda, se ubicará en el edificio Post de Róterdam, contará con 231 habitaciones las cuales estarán a cargo de ODA NY, despacho de arquitectura.



ADI firma convenio para colaborar en la reconstrucción de la CDMX

La Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI) firmó un convenio de colaboración con otras siete cámaras, colegios y asociaciones del ramo de la construcción para asistir en el proceso de reconstrucción de inmuebles afectados por los sismos del 2017 en la Ciudad de México.

ACCIONA Parque Reforma ofrece concepto 'Home Resort'

SkyTown es el nombre del nuevo desarrollo de ACCIONA Parque Reforma en la Ciudad de México bajo el concepto 'Home Resort' que ofrece amenidades y servicios para que sus habitantes se sientan como en un hotel. Con departamentos de entre 46 y 112 m² en dos torres de 21 niveles, con vista a Insurgentes y al Monumento a la Revolución.



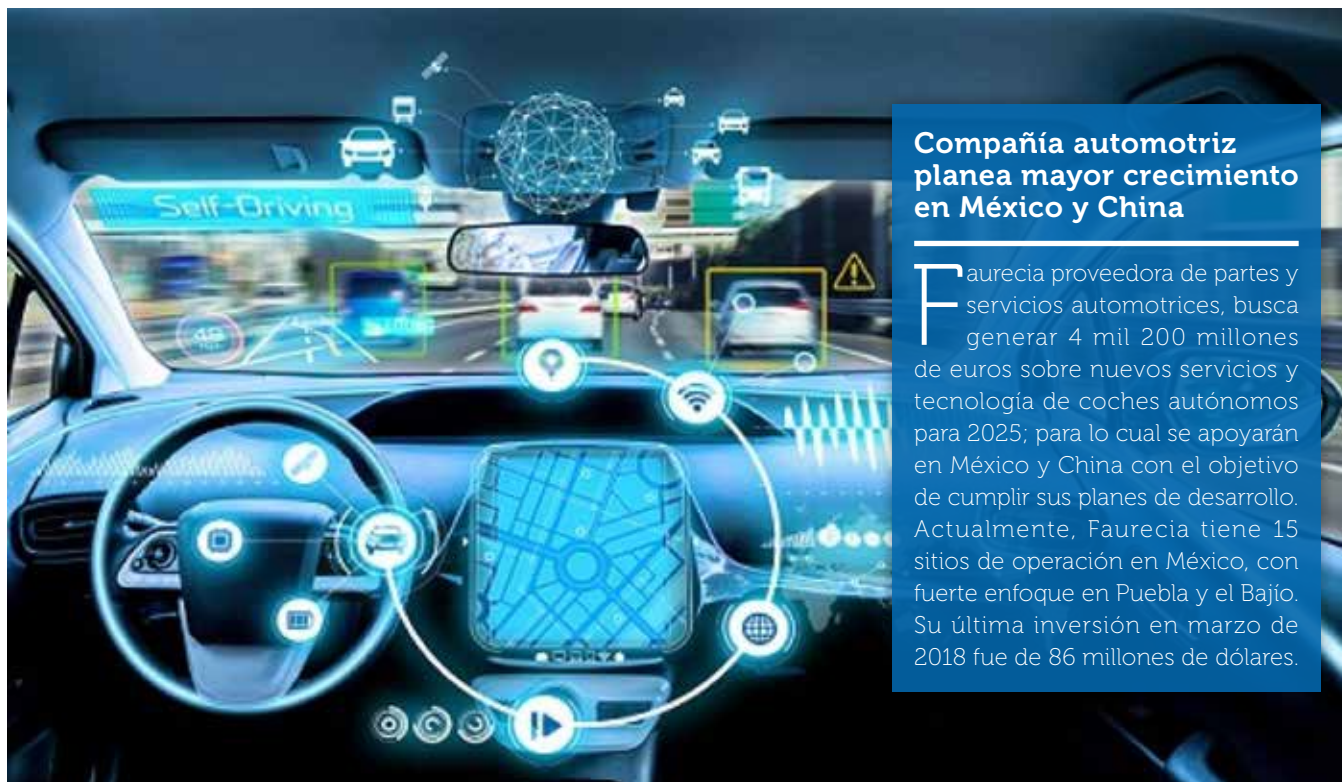
Llegó a México el museo interactivo en 3D: Trick Eye

Con mil 800 metros cuadrados de superficie, abrió sus puertas el Museo Trick Eye México en la CDMX en el Corporativo II de Antara Fashion Hall, es una galería de realidad aumentada que mezcla el arte tridimensional con la tecnología, utiliza la técnica trompe l'oeil que en francés significa "trampa para los ojos"; es la primera sede en América Latina y la décima en el mundo.



Morphosis diseñará hotel de 15 niveles en Los Ángeles

El estudio de arquitectura Morphosis será el encargado de realizar el diseño del nuevo hotel de 60 metros de altura en la Sunset Strip de Los Ángeles, en Estados Unidos. La estructura presenta una geometría compleja, derivada de la descomposición de dos torres conectadas por la base y la cubierta, creando una gran apertura central.



Compañía automotriz planea mayor crecimiento en México y China

Faurecia proveedora de partes y servicios automotrices, busca generar 4 mil 200 millones de euros sobre nuevos servicios y tecnología de coches autónomos para 2025; para lo cual se apoyarán en México y China con el objetivo de cumplir sus planes de desarrollo. Actualmente, Faurecia tiene 15 sitios de operación en México, con fuerte enfoque en Puebla y el Bajío. Su última inversión en marzo de 2018 fue de 86 millones de dólares.



Apple Leisure Group adquiere participación mayoritaria en Alua Hotels & Resorts

El grupo turístico estadounidense Apple Leisure Group (ALG) anunció la firma del acuerdo para la adquisición de una participación mayoritaria en Alua Hotels & Resorts, tras la cual la cadena hotelera española, fundada en 2015, se incorporará a la división europea de ALG. La operación proporciona a Apple Leisure Group la estructura y capacidad para operar directamente establecimientos en Europa. Asimismo, y tras su integración en ALG, Alua se convertirá en la marca hotelera de referencia de la compañía americana para el segmento medio de mercado a nivel global.

THE HIGHEST LEVEL OF DESIGN AND INNOVATION JUST GOT HIGHER
DISCOVER THE SECOND CHAPTER OF AN ICON IN

TULUM



highline
serenity

losamigostulum.com

LOS AMIGOS
luxurydesigntulum

PIONEERING SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE REGION SINCE 2012



Briq.mx establece primer proyecto de crowdfunding en bienes raíces en Guadalajara

Fábrica Morelos es un desarrollo comercial y de vivienda, ubicado dentro del principal corredor cultural y social de Guadalajara en la conocida Colonia Americana. Se trata del primer proyecto de crowdfunding de la plataforma en esa entidad; el cual desarrolla en alianza con Grupo Guía y Tierra Armonía, líderes en comercialización en el occidente del país.

Meliá Hotels International planea 12 nuevos hoteles de lujo en los próximos dos años.

André Gerondeau, Chief Operating Officer de la compañía anunció las aperturas de nuevos hoteles de lujo a través de sus marcas Gran Meliá, ME by Meliá y Paradisus by Meliá. Entre las que destacan dos para los próximos meses en Latinoamérica: The Grand Reserve at Paradisus Palma Real, en Punta Cana, República Dominicana, con 432 habitaciones, y el Paradisus Playa Mujeres en México, con 498 habitaciones en un paraje frente a isla Mujeres.





ROCA

DESARROLLOS

LEASING | BUILD TO SUIT | CONSTRUCTION

Class "A" industrial developments.



Tijuana | Cd. Juarez | Ramos Arizpe | Monterrey | Reynosa
San Luis Potosi | Silao | Irapuato | Queretaro | Guadalajara

BUILT TO LAST



☎ 01 800 800 0420

www.rocadesarrollos.com

✉ info@rocadesarrollos.com

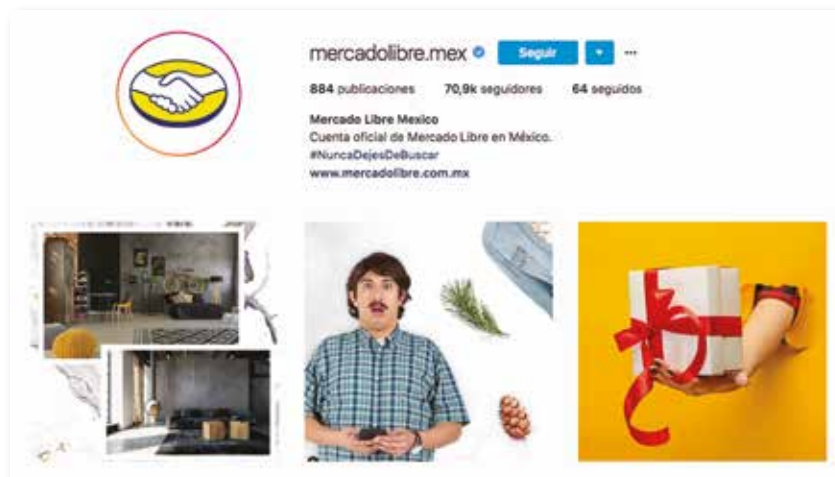
Hoy en día el comercio electrónico está ganando cada vez mayor importancia debido al comportamiento del consumidor y de las nuevas generaciones que apoyan la idea de realizar compras con herramientas digitales, es por eso que aquí te presentamos una lista de cuentas de instagram de las empresas e-commerce más importante alrededor del mundo:



Es un sitio destinado a la subasta y comercio electrónico de productos a través de internet, pionero en este tipo de transacciones.

@ebay | Sitio: www.ebay.com/rpp/december-dozen

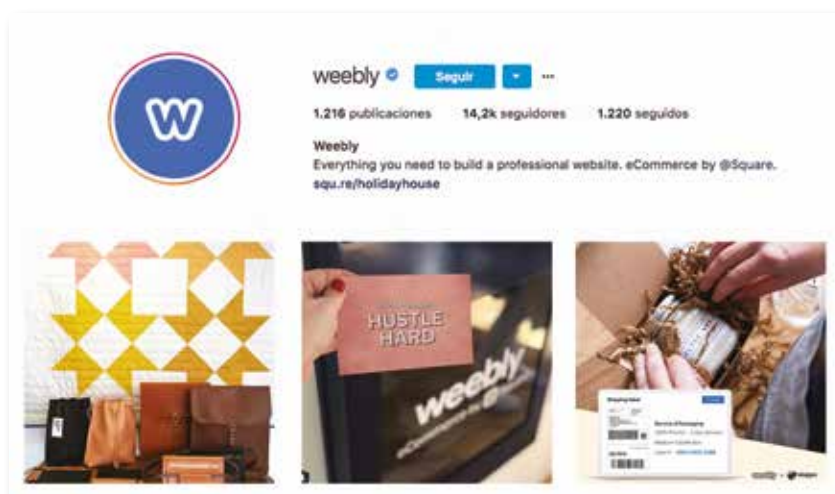
532k seguidores



Empresa de origen argentino que fue incorporada como compañía en Estados Unidos y opera diversos marketplaces dedicados al e-commerce en América Latina.

@mercadilibre.mex | Sitio: www.mercadolibre.com.mx

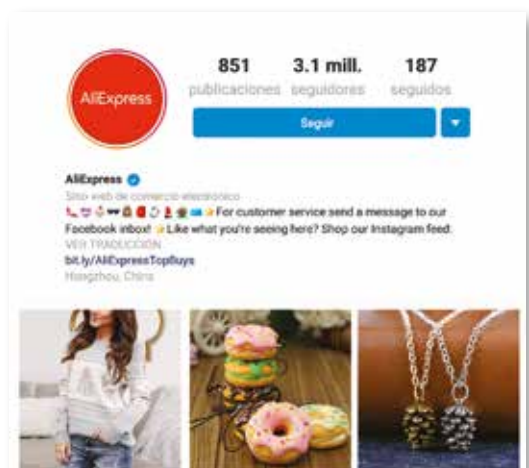
70,9k seguidores



1.9 mill. seguidores

Wish es la sexta compañía de e-commerce, cuenta con más de mil millones de dólares en fondos. Fue fundada por Peter Szulczewski y Danny Zhamg, ex programadores de Google y Yahoo.

@wish
Sitio: www.wish.com



3.1 mill. seguidores

Aliexpress pertenece al gigante del e-commerce chino Alibaba, ofrece productos a través de una app con miles de marcas y millones de productos.

@aliexpress.official
Sitio: sale.aliexpress.com

14,2K seguidores

Weebly es una plataforma para comercio electrónico, sitios web y marketing integrado para emprendedores creativos y propietarios de pequeñas empresas.

@weebly | Sitio: www.weebly.com



Su primera opción para créditos en bienes raíces

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

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

Sectores

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

+011.52.55.5950.9900 | metlife.com/realestate

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

MILLONARIOS DEL E-COMMERCE

La mayoría de las personas utilizan su dispositivo móvil para hacer compras online; el 55% de las ventas durante el segundo cuatrimestre de 2018 se realizaron en línea, con esto aumentó 9% en el último año, según información de Tienda Nube (plataforma que permite crear un comercio electrónico). A continuación te presentamos a los cinco millonarios en E-commerce:



Jack Ma

Cofundador y presidente de Alibaba Group, empresa de comercio electrónico más grande del mundo. Fue profesor de inglés. En 2014, tras su salida de la bolsa en Nueva York estableció un récord con la mayor oferta pública de acciones en el mundo, recaudando 25 mil millones de dólares. Las inversiones de este empresario incluyen participaciones en las firmas de la industria del entretenimiento en China, Huayi Brothers y Beijing Enlight Media. Su fortuna se estima en \$ 39 billones.

CEO de Netease, empresa de juegos en línea para dispositivos móviles en el mundo. El empresario fue el hombre más rico de China y primer multimillonario del internet y juegos en 2003, es Licenciado en Tecnología de Comunicación por la Universidad de Ciencias y Tecnología Electrónica en Asia Oriental. Su capital es de \$17.4 billones.

William Ding



Hiroshi Mikitani

Fundador y CEO de Rakuten, minorista de comercio electrónico más grande de Japón. En 2017 logró acuerdos de patrocinio por varios años con un valor de \$ 120 millones con dos equipos deportivos: los Golden State Warriors de la NBA y el equipo de fútbol FC Barcelona. Se estima que tiene una fortuna de \$5.5 billones.

Cofundador y Presidente de Uber Technologies Inc, aplicación de teléfono móvil que permite a los usuarios solicitar un viaje, esta empresa opera en 76 países, facilitando más de cinco mil millones de viajes a partir de mayo de 2017. Tiempo atrás el propietario fundó la herramienta de descubrimientos web StumbleUpon. Tiene un capital de \$4.8 billones.

Garrett Camp



Jeff Skoll

Primer empleado y presidente de tiempo completo de eBay, sitio destinado al e-commerce y la subasta. El empresario divide su tiempo entre su Fundación Skoll, que financia a emprendedores sociales, y a la productora de cine Participant Media. En 2013 fundó el canal de televisión por cable Pivot TV. Tiene una fortuna aproximada de \$4.8 billones.



SUBCONTRATE TOTALMENTE SU CARTERA DE ESPACIOS DE OFICINA

Nuestra red de oficinas, espacios de coworking y salas de juntas listos para usarse les ofrece a nuestros clientes la oportunidad de subcontratar total o parcialmente su cartera de espacios de oficina.

Disfrute de un contrato, informes sencillos, un ejecutivo de cuenta especializado y servicio al cliente 24/7. Gracias a los servicios de oficina preparados y listos para usarse que incluyen servicio de internet y telefonía de nivel empresarial, recepcionista, cocina y limpieza, nuestra red ayuda a que los negocios eliminen la carga de la administración del inmueble.

**Para conocer más, llámenos al +52 55 917 1111, visite regus.com.mx
o descargue nuestra aplicación**

ESTAMOS AMPLIANDO NUESTRA RED

Si tiene espacio en su inmueble, visite regus.com/landlord

SI ES AGENTE

Llame al +52 55 917 1111 para recibir una comisión del 10 %



TULUM:

OPORTUNIDAD PARA INVERSIONISTAS EN BIENES RAÍCES

Por: Javier del Cueto
Socio y director ejecutivo de LANDPOINT ADVISORS Riviera Maya

Tulum hoy en día ha dejado de ser simplemente un destino turístico más en la Riviera Maya y ha pasado a ser un destino de esos que parecen una marca registrada de lujo por todo lo que representa.

No solamente se está convirtiendo rápidamente en la joya turística de la Riviera Maya, ese lugar que todos desean visitar; sino que además tiene unas características demográficas, geográficas y urbanísticas muy especiales que lo vuelven una oportunidad de inversión excepcional para todos aquellos inversionistas que nos gusta obtener rentabilidad, a través de las rentas de nuestros inmuebles, mientras estos tienen una buena apreciación de su valor en un mercado (por así decirlo) "dolarizado", en el que el precio de los inmuebles y las tarifas de las rentas están en dólares.





El hecho de que no haya grandes cadenas hoteleras (a diferencia de otros mercados como Playa del Carmen o Cancún), aunado a las particularidades demográficas como su colindancia con la reserva de la biosfera de Sian Ka'an y el Parque Nacional de Tulum (área natural protegida en donde se encuentran las ruinas mayas), las bajas densidades de construcción permitidas por el plan de desarrollo urbano de Tulum, entre otras características especiales (que escapan el alcance de este artículo), lo han convertido en una extraordinaria opción para invertir en una residencia que puede ser al mismo tiempo, tu departamento de ensueño para vacacionar en un lugar especial y lleno de magia (como es Tulum) y una excelente fuente de ingresos gracias a las rentas vacacionales (o de largo plazo).

Si al nombre y la gran fama que tiene Tulum, le sumas el crecimiento que está teniendo la zona, la innegable fuerza del aeropuerto de Cancún con vuelos directos a las ciudades más importantes del mundo, la factibilidad de la construcción del famoso Tren Maya, los parques, cenotes, innumerables atractivos y actividades para todas las edades, nos podemos empezar a dar una pequeña idea de la oportunidad que Tulum representa para inversionistas en bienes raíces.

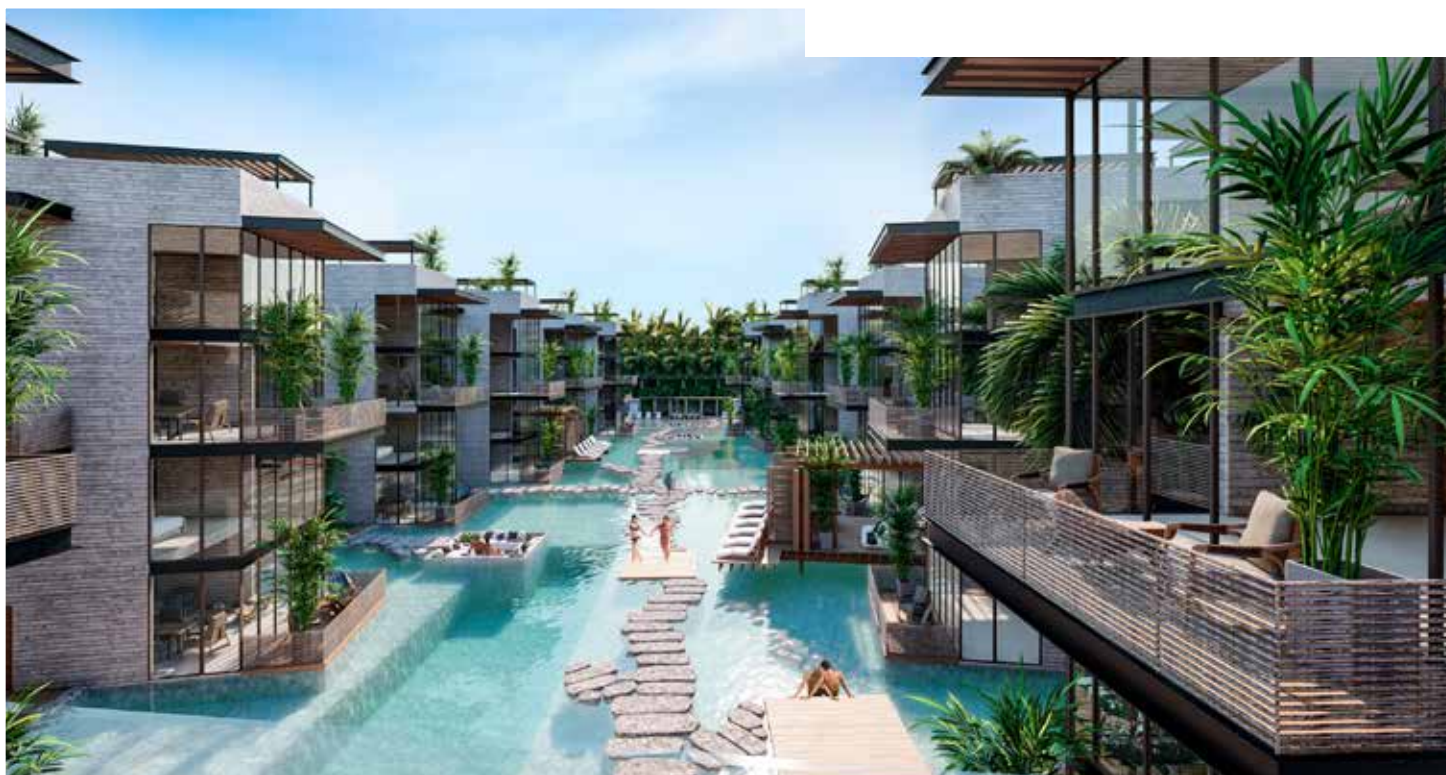
Landpoint Advisors es una agencia boutique de asesoría inmobiliaria para inversionistas, a través de la cual, ayudamos a nuestros clientes a encontrar la mejor opción para ellos según sus objetivos particulares. Estamos enfocados 100% al beneficio de nuestros inversionistas sin ningún tipo de exclusividad o ataduras a desarrolladores para poder así ofrecer nuestros servicios con completa imparcialidad.

Nosotros solamente recomendamos a nuestros inversionistas opciones en las que confiamos plenamente, en las que nosotros mismos invertimos, opciones que tengan una muy buena ubicación, en zonas con buena infraestructura, con amenidades y la calidad necesaria para tener éxito en el cada vez más competido mundo de las rentas vacacionales y que (por todo lo anterior) tendrán muy buena plusvalía.

Hoy en día en Tulum, una inversión con las características antes mencionadas tendrá un precio aproximado de \$1,800 a \$3,000 USD/m² (dependiendo de muchos factores y de la etapa en la que se encuentre la preventa). Podemos encontrar excelentes departamentos tipo estudio desde \$120 mil USD, de 1 recámara desde \$160 mil USD, de 2 recámaras desde \$225 mil USD y de 3 recámaras desde \$399 mil USD.

A continuación podemos ver la rentabilidad factible de conseguir con un ejemplo de un departamento que está en preventa a muy buen precio por lanzamiento en uno de los proyectos más espectaculares que hay hoy en día en Tulum.

Hoy en día en Tulum podemos encontrar excelentes departamentos tipo estudio desde \$120mil USD, de 1 recámara desde \$160mil USD, de 2 recámaras desde \$225 mil USD y de 3 recámaras desde \$399 mil USD.





Este departamento nos encanta porque tiene el sistema lock-off que da flexibilidad y te permite rentar o usar tu departamento en 2 partes por separado de manera independiente, lo cual ayuda a incrementar ingresos y mejorar el retorno de inversión.

Esto es algo sumamente importante para las rentas vacacionales en un mercado como el de Tulum donde la mayoría de los visitantes son parejas.

En la siguiente gráfica podemos apreciar que con una ocupación del 60% anual (algo muy conservador en este mercado) y con un precio promedio por noche, también conservador de 90 USD (por habitación en promedio), estaríamos hablando de un retorno de inversión anual del 10% (aprox).

Inversión compra USD (Pago 30-70)
\$223,884
Inversión Total USD (Con muebles y esc.)

Análisis Rentabilidad RENTAS + VENTA / 2 Racámaras LOCK-OFF

		20/01/19	15/03/21	15/03/22	15/03/23	15/03/24	15/03/25	15/03/25
Inversión (Compra departamentos)	-\$67,165	-\$156,719						
Ingresos Rentas y/o ventas			\$44,820	\$46,165	\$47,550	\$48,976	\$334,632	
Flujos Totales	-\$67,165	-\$184,913	\$44,820	\$46,165	\$47,550	\$48,976	\$334,632	
Escrituración		-\$11,194						
Mobiliario y equipamiento		-\$17,000						
Comisión Plataformas			-\$2,689	-\$2,770	-\$2,853	-\$2,939	-\$16,731.59	
Gastos gestión Rentas (luz, netflix, etc)			-\$2,241	-\$2,308	-\$2,377	-\$2,449		
Cuotas de Mantenimiento			-\$2,160	-\$2,160	-\$2,160	-\$2,160		
Mantenimiento y mejoras			-\$1,345	-\$1,385	-\$1,426	-\$1,469		
Fee de admon rentas (25%)			-\$11,205	-\$11,541	-\$11,887	-\$12,244		
Flujos Netos	-\$67,165	-\$184,913	\$25,180	\$26,000	\$26,845	\$27,715	\$317,900	

	ROI Promedio Anual						
ROI en % Anual	33.61	9.99	10.3	10.65	10.99	126.11	

RENTAS							
Precio por habitación por noche	\$90						
Ocupación (noches del año) 60%	219	\$19,710					
Extra por high season	\$2,700	\$22,410					
Número de habitaciones	2	\$44,820	\$46,164.60	\$47,549.54	\$48,976.02	\$317,900	
		Ingreso Rentas Año 1	Ingreso Rentas Año 2	Ingreso Rentas Año 3	Ingreso Rentas Año 4	Ingreso Venta Año 5	

En mi opinión, Tulum ha dejado de ser un destino prometedor y es hoy en día una realidad con un éxito demostrable y un potencial extraordinario.



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

En este ejercicio se incluye también la opción de una venta futura después de 4 años de rentar el departamento. No porque sugiramos vender en ese tiempo (ya que cada cliente tiene intereses distintos en este sentido), sino simplemente para ilustrar la otra parte interesante de este tipo de inversiones que es la apreciación o plusvalía del bien inmueble. Si a esto le sumas que el precio de los inmuebles y de las tarifas de renta están en dólares, esto se vuelve aún más atractivo.

*Estos números no son una promesa de desempeño de ningún desarrollador o agencia de rentas sino simplemente un análisis que hemos hecho nosotros y que ilustra la oportunidad.

Lo anterior es tan factible de conseguir que incluso existen opciones en el mercado que te garantizan por contrato un mínimo del 8% de retorno anual.

En mi opinión, Tulum ha dejado de ser un destino prometedor y es hoy en día una realidad con un éxito demostrable y un potencial extraordinario.

Esto no quiere decir que todas las opciones o proyectos que salen son excelentes opciones ya que todo depende de los objetivos de inversión de cada inversionista en particular, pero con la asesoría adecuada, Tulum es una extraordinaria opción para hacer una inversión inmobiliaria muy sólida y redituable.

【●】



5 PARA LOGÍSTICA

APPS GESTIÓN

Las aplicaciones móviles tienen cada vez mayor importancia en la logística, tanto para el control de flotas como para la gestión de inventarios y almacenes. Muchas de ellas cuentan con opciones gratuitas y de pago que ofrecen servicios para una fácil administración.



#InmobiliareRecomienda



FlotasNet Mobile

Desarrollada por Fagor Electrónica S. Coop.

Apoya en la gestión y monitorización de la flota de una empresa en tiempo real y ahorra hasta 20% de los costes de la operativa convencional. Además, aumenta la productividad y calidad del servicio, garantiza la seguridad del conductor y de la carga (midiendo parámetros como apertura de puertas en zonas prohibidas o el control de mercancías peligrosas).

+ 1.000
DESCARGAS



WeMob

Plataforma B2B para la localización de vehículos, personas y activos a través de internet, con una concepción de 360°; asimismo, dispone de control de paso por zonas, con sistema de alarmas, y de cerca electrónica. Conecta con el tacógrafo digital y permite un seguimiento online de los tiempos de actividad del conductor y descarga legal de los registros.



FIELDEAS

Desarrollada por FIELDEAS SLU

Desarrolla software para grandes del sector, como DHL, XPO Logistics o Celsa. Ofrece una conectividad con los servicios corporativos de la plataforma del cliente y una herramienta para el modelado y puesta en producción de los procesos a movilizar. Se pueden movilizar y personalizar todos los procesos de una organización.

+ 1.000
DESCARGAS



Package Buddy

Ofrecida por Partial Software

Aplicación con soporte para más de 60 empresas de logística y mensajería en todo el mundo. También incluye la posibilidad de compartir información de los envíos con otras personas desde la aplicación, filtrar la información del pedido según su estatus y configurar la app según recibas o envíes.

+ 100.000
DESCARGAS



SmartMonkey

Plataforma integrada en Google Spreadsheet que permite generar rutas optimizadas de manera sencilla, rápida y totalmente integrada con la herramienta de trabajo habitual (hoja de cálculo, Excel). Mejora la calidad en el servicio de entrega, aumenta la productividad a través de una gestión correcta de la cadena logística y reduce los costes operativos.

AT THE CENTER OF **WHAT'S NEXT**

Con 325 millones de metros cuadrados en administración, 400 oficinas en 70 países. En 2017, la empresa tuvo ingresos por \$6.9 mil millones de dólares y 48,000 profesionales comprometidos con la innovación, aquí es en donde el poder de los bienes raíces se libera para el beneficio de nuestros Clientes.

Explora que es lo que sigue en cushmanwakefield.com



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**



LAS CIUDADES **MÁS ATRACTIVAS DE MÉXICO** **PARA INVERTIR** **EN BIENES RAÍCES**

Por **Lamudi**

Economía por definición es la "ciencia social que estudia los medios para satisfacer las necesidades humanas ilimitadas a partir de los recursos escasos disponibles". Desde el punto de vista financiero, una persona es igual a una empresa. Todo individuo tiene diferentes activos (casa, coche, ropa, celular, computadora) y tiene pasivos (préstamos bancarios, tarjetas de crédito o alguna hipoteca) y como cualquier persona, la mayoría queremos sumar a nuestra economía y tener muchos más activos que pasivos.

Una forma de sumar estos activos, son las inversiones. De acuerdo a la Secretaría de Economía las inversiones más confiables son los bienes inmuebles pues generan una valoración tangible y rendimientos de hasta el 30% de ganancia en el primer año de adquisición debido a su estabilidad.

En los últimos diez años, México se ha convertido en uno de los puntos de atención para los inversionistas de renombre internacional y sobre todo al comienzo de una nueva administración, ya con la entrada de nuevas reformas estructurales el panorama se torna positivo para la Bolsa Mexicana de Valores y el Banco Mundial. México ocupa la segunda posición en la economía de Latinoamérica y el quinceavo lugar a nivel mundial.

La República Mexicana y sus 125 millones de habitantes son un volumen potencial de consumidores para los diferentes segmentos hipotecarios: residencial, desarrollos de lujo, hoteles, casas vacacionales y oficinas. Conforme estos segmentos crecen en diferentes ciudades, la búsqueda de estos mismos hace que podamos dar un panorama en cinco ciudades que son idóneas para invertir, ya sea como primer patrimonio o como una segunda inversión de renta.

De acuerdo a Lamudi.com.mx, hay algunas ciudades del país que se distinguen no sólo por lograr potencializar su mercado interno y su baja inflación; sino por su alta oferta y demanda, así como su rentable precio de la tierra. Además, cuentan con una mejor calidad de vida y un crecimiento industrial que ha permitido el desarrollo económico.

Estas ciudades son:



Este estado se ubica en segundo lugar en el país por debajo de Baja California Sur, debido a que su actividad industrial ha tenido un crecimiento del 17% en los últimos diez años, generó más de 63 mil empleos formales.

Los resultados presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el 2017, fundamentan que este crecimiento se debe a la actividad económica de la industria turística, pero sobre todo a la manufactura, construcción y minería.

San Luis Potosí

Ciudad: San Luis Potosí

Demanda de vivienda: 19.5% de búsquedas anuales online de propiedades.

PIB: 2.1%

Precio Promedio de una casa en venta: 3 millones de pesos.

Flujo de turismo: 15° lugar.

Calidad de vida: 8° lugar.



QUINTANA ROO

Turísticamente es considerado el estado con las mejores playas del país, cuenta con una ocupación anual de 17 millones de visitantes. El desarrollo de esta ciudad va a pasos agigantados, el valor de la propiedad en esta zona del país, ha tenido un aumento del 8% anual desde el 2015. Convirtiéndose así, en un verdadero imán para exclusivos inversionistas del sector Residencial Plus, que encuentran una posibilidad de negocio al arrendarlas al turismo nacional y extranjero que visita la zona año con año, ya que con los ingresos que se generan en esta ciudad debido al turismo y las rentas vacacionales, se puede tener una ganancia de 28 mil pesos mensuales según el Reporte del Mercado Inmobiliario Residencial de Quintana Roo.

Quintana Roo

Ciudad: Tulum.

Demanda de vivienda: 6.4% de búsquedas anuales online de propiedades.

PIB: 1.6%

Precio Promedio de una casa en venta: 5 millones de pesos.

Flujo de turismo: 3° lugar.

Calidad de vida: 9° lugar.



YUCATÁN

Considerada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) como una de las ciudades con mejor calidad de vida debido a los altos índices de seguridad, las facilidades para invertir y la creciente plusvalía que permite la creación de nuevos empleos en promedio un 1.5% anual, estos factores convierten a esta ciudad en la mejor opción para la inversión de vivienda Residencial Premium.

Es la ciudad más barata para invertir en un inmueble ya que el precio por metro cuadrado fue en el 2018 un 50% menor en comparación con la Ciudad de México según la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI).

El constante crecimiento del turismo en Yucatán y la cercanía con la Riviera Maya, además de la proximidad con los principales puertos de exportación, hacen aún más atractiva esta zona del sur del país.

Yucatán

Ciudad: Mérida

Demanda de vivienda: 14 mil búsquedas anuales online de propiedades.

PIB: 1.5%

Precio Promedio de una casa en venta: 3 millones de pesos.

Flujo de turismo: 4° lugar

Calidad de vida: 1° lugar nacional, nombrada por la ONU.



TIJUANA

BAJA CALIFORNIA

Esta ciudad fronteriza se está consolidando fuertemente como una de las más importantes para la inversión inmobiliaria, según la AMPI se encuentra entre las 10 ciudades con mayor oferta de inmuebles a nivel nacional. El futuro prometedor que la industria inmobiliaria tiene en esta ciudad es el resultado de una combinación de factores que la vuelven sumamente atractiva para los desarrolladores.

Al tener la cercanía con Estados Unidos, Tijuana concentra casi el 50% de la población de Baja California y se prevé que para 2020, los habitantes de esta ciudad fronteriza asciendan a 1.8 millones de personas. Ante este escenario, la ciudad se ha visto en la necesidad de construir más desarrollos inmobiliarios que cubran las demandas de la población, particularmente a través de desarrollos verticales en puntos clave de la ciudad.

Baja California

Ciudad: Tijuana

Demanda de vivienda: 25% de búsquedas anuales online de propiedades.

PIB: 3.3%

Precio Promedio de una casa en venta: 2 millones 500 mil pesos.

Flujo de turismo: 8° lugar.

Calidad de vida: 15° lugar.



XALAPA

VERACRUZ

Durante el sexenio pasado, Veracruz se consolidó como el segundo estado con mayor inversión en infraestructura, pues en seis años se invirtieron 70 millones de pesos en esa área del país.

Xalapa es una excelente opción en cuanto a vivienda media y residencial se refiere, ya que es una de las ciudades con mayor crecimiento en el estado. Existen muchas oportunidades para nuevos negocios, pues aun cuenta con zonas sin desarrollar lo cual permitirá el desarrollo comercial, de entretenimiento y cultura de la zona.

Para concluir, al invertir en bienes raíces incluso en tiempos de crisis e inestabilidad económica, la mayoría de las veces resulta rentable. El valor capital de la adquisición difícilmente decrecerá confirmando que invertir en activos, siempre será una excelente opción. 

Veracruz

Ciudad: Xalapa.

Demanda de vivienda: 3.3% de búsquedas anuales online de propiedades.

PIB: 4.7%

Precio Promedio de una casa en venta: 3 millones de pesos.

Flujo de turismo: 10° lugar.

Calidad de vida: 28° lugar.

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



URBAN
HOMES

Elige TU ESTILO DE VIDA

Luxury
Condos



(998) 193 1105
urbanhomes.mx

VISITA SHOWROOM EN PUERTO CANCÚN
BLV. KUKULKAN 1.5 KM, CANCÚN, Q. ROO.



6 RAZONES PARA INVERTIR EN HOSPEDAJE TIPO BUSINESS CLASS EN MÉXICO

Por AP Capital

Si se busca un excelente retorno de inversión que pueda superar al mercado de valores y a su vez proporcionar ingresos continuos con sólido respaldo patrimonial inmobiliario se debería considerar invertir en el mercado de hospedaje en México. En años recientes, se identifica una expansión económica de la clase media profesional y crecimiento en la competitividad industrial que está impulsando oportunidades de inversión.

Según la revista Forbes, México es la segunda economía más grande de América Latina y cuenta con una ubicación estratégica por su cercanía a los Estados Unidos, quien es su mayor socio comercial. Esto ha ayudado a enfrentar la desaceleración económica con mejores resultados que los demás países latinoamericano.

La consultora del sector hotelero HVS, ha expresado que "el panorama económico de México es sólido en lo que respecta a los viajes de negocios y la demanda de alojamiento en hoteles". En este sentido, la evolución de los mercados continuará positiva para el sector con una creciente demanda de infraestructura hotelera.

Para atender esta oportunidad, AP Capital entra al mercado de hoteles 'Select Service' aprovechando la consolidación de marcas independientes buscando integrarse a marcas internacionales para maximizar su posicionamiento local y regional.

1. LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y EL HOSPEDAJE EN MÉXICO ESTÁ EN CRECIMIENTO

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, México es el destino número uno para los turistas de Estados Unidos y se ubica en el octavo lugar a nivel mundial. La industria del turismo en los últimos años ha progresado y actualmente representa el 16% del PIB del país, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

No obstante, se espera que la demanda hotelera en México aumente como resultado del 2.3% de crecimiento del PIB, así como el aumento del gasto gubernamental, la inversión nacional e internacional, el surgimiento de nuevos sectores industriales como la investigación y el desarrollo, y las empresas centradas en la tecnología y ciencias de la vida, ampliando de esta manera la consolidación de los centros urbanos y manufactureros.

Hoy en día más hoteles independientes se están convirtiendo en propiedad de las marcas reconocidas, como resultado de un suministro restringido. Y los desarrolladores están recurriendo cada vez más a los bienes inmuebles de uso mixto para asignar los costos de la tierra a los diferentes usos.

2. AUMENTO EN EL VALOR DEL DÓLAR

El dólar estadounidense como el canadiense han estado en su valor máximo histórico frente al peso mexicano, lo que equivale a fantásticas ofertas para los inversionistas. México ofrece un valor inmejorable en comparación con otros destinos turísticos populares. El efecto de la reciente devaluación del peso, combinado con una tasa de inflación moderada, ayuda a reforzar el turismo.

Al aumentar la demanda de los turistas nacionales, se logra que los viajes sean más asequibles para los visitantes internacionales y se mejore la rentabilidad operativa de las empresas hoteleras.

3. TASAS DE LÍMITE COMPRIMIDO (CLASE DE ACTIVOS DE BAJO RIESGO Y ALTA RECOMPENSA)

La aparición de medios de inversión nacionales inmobiliarios (FIBRAs y CKDs) dirigidos al sector hotelero, están aumentando la liquidez en el mercado, lo que impulsa la inversión en el sector.

Hoy por hoy, existen más de una docena de FIBRAs activas en el mercado que buscan comprar activos con flujos estabilizados; mismas que se complementan de las CKDs que cotizan en la Bolsa generalmente se consideran fondos de inversión cuyo capital se destina principalmente a la infraestructura y al desarrollo inmobiliario.



4. RETORNOS DE INVERSIÓN SUPERIORES

En lugares de interés como Cancún, Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y otras ciudades industriales, al igual que en ciudades fronterizas como Hermosillo, Mexicali, Ciudad Juárez y Tijuana, están ofreciendo más del 17% de ROI de acuerdo al estudio realizado por HVS (2018), que supera al mercado de valores y también ofrece una cobertura contra la inflación.

5. ALTA DEMANDA Y GRANDES NIVELES DE OFERTA HOTELERA

La movilidad local en México proporciona un fácil acceso a los principales aeropuertos internacionales, que ofrecen numerosos vuelos de conexión a ciudades nacionales y de todo el mundo. Esto facilita que los empresarios y los turistas viajen con mayor frecuencia, por negocio o placer, lo que hace posible alcanzar el 79.1% de las tasas de ocupación en lugares como Cancún.

Las principales demandas de nuevos hoteles están presentes en las ciudades urbanas/industriales y en los centros regionales como Monterrey, Guadalajara, Querétaro y Tijuana. Además, hay una capacidad creciente para la nueva oferta de hoteles en ciudades turísticas como Cancún y Puerto Vallarta.

6. NO HAY DEPRECIACIÓN EN EL VALOR DE LAS PROPIEDADES

El sector inmobiliario es el segundo mayor contribuyente al PIB, representando el 15% del total y generando más de 15 mil millones de empleos tanto directos como indirectos. Los hoteles en México también disfrutan de una apreciación notable. El mercado hotelero se encuentra entre los diez mercados del sector inmobiliario con más rápido crecimiento en el mundo y la demanda está superando fácilmente la oferta.

Ante este panorama, en AP CAPITAL estamos simplificando y ofreciendo a los clientes las mejores oportunidades de inversiones, servicios de investigación, financiamiento, consultoría y corretaje de bienes raíces en México. Nuestra labor está respaldada por el gran conocimiento que poseemos sobre el mercado inmobiliario y de hospitalidad en México. Asimismo, con el objetivo de desarrollar y operar una plataforma de hoteles económicos en México, en AP CAPITAL firmamos un acuerdo con G6 Hospitality para llevar las marcas Hotel 6 y Estudio 6 a países de Latinoamérica.

FONDO HOTELERO DE CAPITAL PRIVADO:

Caso Hotel 6 México

En el marco de Expo Negocios Inmobiliarios 2018 en la Ciudad de México se llevó a cabo el taller *"Fondo Hotelero de Capital Privado: Caso Hotel 6 México"* organizado e impartido por AP CAPITAL donde se anunció el lanzamiento de su fondo de capital privado para el desarrollo exclusivo de las marcas Hotel 6 y Estudio 6 en México, con una estrategia de apertura de mercado de 20 hoteles en 5 años en todo el país. Mediante la adquisición e integración de marcas independientes para desarrollos nuevos, diseñados para atender las necesidades principalmente del viajero de negocios en un nicho creciente de oportunidad en México.

En el panel estuvieron presentes Salim Dahdah, CEO de AP CAPITAL, en compañía del CIO Michael Zajas y la arquitecta Guadalupe Peñuñuri, así como los altos ejecutivos de la firma de G6 Hospitality, Jeff Stephenson, Vicepresidente de US Development y Oscar Cárdenas, Gerente Senior de franquicias en México y los asesores especializados Floris Iking, Director de A&M México; el licenciado Lorenzo Ruiz de Velasco de Baker McKenzie quienes fueron seleccionados para la estructuración, ejecución y distribución del fondo para inversionistas calificados e institucionales.

Jeff Stephenson, ejecutivo con más de 20 años en la empresa, concentró su discurso en la historia de éxito de G6 Hospitality, compañía conocida por sus icónicas marcas de alojamiento económico Motel 6 y Studio 6 en EE.UU. y Canadá. Además, compartió la nueva estrategia de expansión global de sus hoteles, iniciando con gran motivación en México. Por último, expresó su satisfacción de extender la familia G6 Hospitality junto con AP CAPITAL.

G6 Hospitality posee y opera hoteles propios o franquiciado más de 1,430 ubicaciones. Es el más grande propietario y operador de hoteles 'select service' económicos en los EE. UU. con más de 55 años de experiencia en el segmento.

"Estamos entusiasmados de participar en la expansión de G6 Hospitality en México mediante la creación de un fondo hotelero binacional, y creemos que su fórmula de hospitalidad probada y nuestro conocimiento en el mercado local proporcionarán una asociación muy exitosa" argumentó Michael Zajas, CIO de AP CAPITAL.



Por su parte Salim Dahdah, CEO de AP CAPITAL expresó: "Las nuevas propiedades de Hotel 6 y Estudio 6 satisfarán la creciente demanda en estos importantes mercados intermedios ofreciendo a los viajeros ejecutivos todo lo que necesitan para disfrutar de una estancia cómoda a precios razonables. Nos complace dar la bienvenida a esta importante oportunidad de inversión en México para contribuir al fortalecimiento de la infraestructura del viajero de negocios"

Para iniciar su incursión en el país, se dio a conocer el desarrollo inmobiliario de usos mixtos de destino médico y Wellness ubicado en Hermosillo, Sonora, *PLAZA INMEDERIC*, mismo que tendrá un enfoque integral con centro de cirugía ambulatorio, 40 consultorios médicos en concepto de clínica compartida (tipo "business center") con programa de membresía y lealtad dentro del cual se presentará el nuevo y moderno prototipo "Modelo México" para la marca Estudio 6 para estancias extendidas que complementará y fomentará el turismo médico local y regional de Arizona..



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

The Fives

HOTEL & RESIDENCES
PUERTO MORELOS

PUERTO MORELOS

RIVIERA MAYA

COMING SOON

**INVEST, RELAX
& RECHARGE
YOUR SENSES**



EN 2019 EL INCREMENTO DE LA DEMANDA DE NUEVOS ESPACIOS INDUSTRIALES PODRÍA LLEGAR AL 24%, SEGÚN ESTIMACIONES DE CBRE

Por CBRE

La situación actual de México en relación a la demanda de espacios industriales se verá beneficiada con un incremento que estimamos en 24% por distintos factores que en este momento se han convertido en tendencias determinantes del mercado: el nuevo T-Mec, el e-commerce, los incentivos fiscales en la frontera norte, la llegada de empresas chinas buscando servir al mercado estadounidense desde México y la fortaleza del consumo interno tanto en EUA como en México.

Así, la culminación de las negociaciones y potencial firma del T-MEC generan un sentimiento de certidumbre sobre el futuro del mercado industrial manufacturero en México. Asimismo, las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, contribuyen a que empresas chinas volteen a ver a México como la opción para instalarse en México para beneficiarse del T-MEC en sus exportaciones hacia EUA.

“Nuestros primeros registros indican que los mercados de la frontera norte de México serán los primeros beneficiados por la búsqueda de estos nuevos espacios industriales, derivado en buena medida del desempeño favorable de la economía estadounidense, donde la confianza del consumidor está en los niveles más altos de los últimos ocho años y se espera que en 2019 el consumo estadounidense sea superior que el de 2018”, comentó Lyman Daniels, Presidente de CBRE México.

Asimismo, “los inversionistas están demostrando alto interés en realizar expansiones y nuevas aperturas en todos los sectores como el automotriz, electrónico, instrumentos médicos, electrodomésticos, entre otros”, agregó Lyman Daniels.

De acuerdo con CBRE, la siguiente región en beneficiarse será la zona del Bajío donde empresas chinas empiezan a explorar el mercado. Y mientras los principales motores del mercado industrial seguirán siendo las exportaciones y el consumo privado interno, cuando hablamos de sectores que impulsarán al mercado, lo haremos principalmente del transporte, distribución y logística (que engloba al e-commerce); automotriz y productos manufacturados.

De esta forma, sigue el ascenso emergente de los sectores aeroespacial, de equipo médico y eléctrico-electrónico.

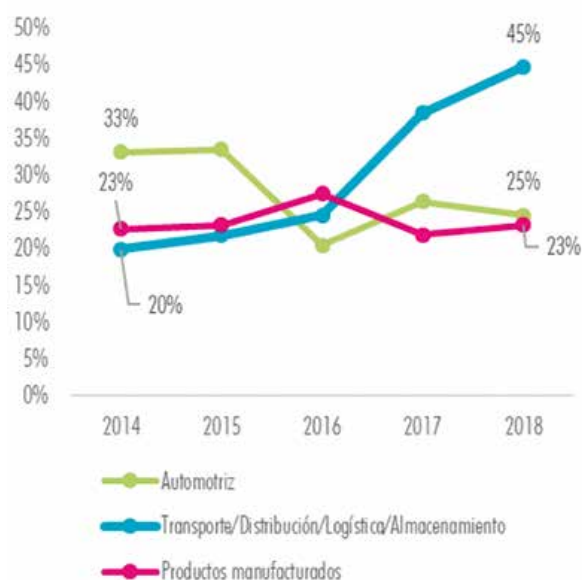


Lyman Daniels,
Presidente de CBRE México



Francisco Muñoz,
Vicepresidente Senior de la región
centro de CBRE México

Gráfica 1: Participación sectorial en las transacciones inmobiliarias industriales en México



“Es muy importante resaltar, la evolución histórica reciente del sector de distribución y logística que hace 4 años era del 23%, mientras que hacia 2018 su participación llega a ser del 45%, un incremento casi del doble. En tanto que el e-commerce considerado dentro de este sector representa el 8% al cierre de 2018 y con el crecimiento más acelerado de entre todos los sectores”, comentó Francisco Muñoz, Vicepresidente Senior de la región centro de México en CBRE.

A partir del inicio del TLCAN hace 24 años, nuestra producción y exportación está fuertemente orientada hacia la industria manufacturera. Tan sólo nuestras exportaciones de manufactura de maquinaria y equipo representan un 63% del total exportado por México.

Y ha sido el potencial exportador y la fortaleza del consumo interno lo que ha configurado la demanda de espacios industriales en los últimos años. Donde el sector de distribución y logística se ha convertido en un actor principal y lo seguirá siendo en los siguientes años.

“La implementación del Programa de la Zona Libre del Norte que ofrece diversos beneficios como la reducción del IVA al 8%, la disminución al ISR al 20%, el aumento al doble del salario mínimo y la homologación del precio de los energéticos es uno de los pasos para sentar las bases para incrementar la competitividad de las empresas ubicadas en México.” Nos dice Andrés Sandoval, Vicepresidente en El Paso, Texas de CBRE.

México necesita seguir creando las condiciones necesarias para adaptarse a los cambios que representan la automatización no sólo de la producción manufacturera sino también de la logística y distribución.

Aunado a las políticas públicas que puedan implementarse, se detectan principalmente tres tendencias en las cuales México debe poner especial atención para insertarse en la dinámica industrial mundial.

La primera es apropiarse de las ventajas que en este momento ofrece el *nearshoring*, derivado de las tensiones comerciales que enfrentan Estados Unidos y China, volviendo a México la pieza clave para la instalación de empresas de ambos países que buscan beneficiarse del nuevo tratado de libre comercio. Es muy probable que, en 2019, se establezcan empresas chinas en el norte de México.

México debe observar la evolución de los costos de mano de obra en la industria. En los años 90, México tuvo efectos negativos ya que las empresas buscaron colocarse en países como China dado que los costos de mano de obra eran inferiores, veinte años después esta tendencia se ha revertido y México ahora se vuelve a posicionar con un costo de mano de obra competitivo.

Sin embargo, la oferta laboral que ofrece México debe estar mayormente capacitada para cumplir con el incremento en la demanda que implicará la instalación de nuevas empresas en el país.

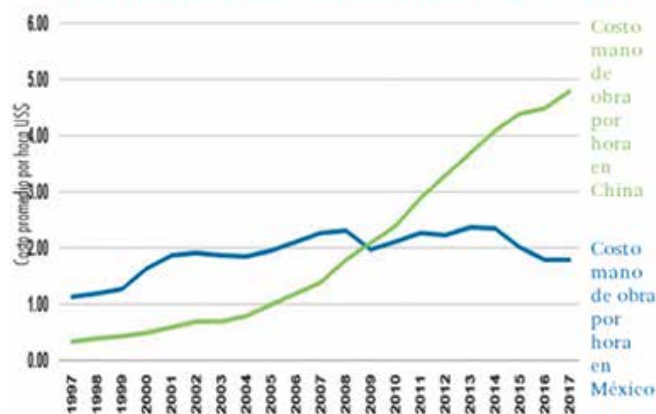
La segunda tendencia tiene que ver con el grado de automatización de las empresas, recientemente el Banco de México en su último reporte sobre las economías regionales estima que la automatización podría afectar hasta un 10% de la población ocupada en México para el año 2030. Entre los sectores que presentan una alta probabilidad de automatización está la industria manufacturera, principalmente en ocupaciones

Gráfica 2: Demanda industrial por sector, 2014-2018



El aumento es impulsado por las industrias logísticas/e-commerce y manufacturas.

Gráfica 3: Costos de mano de obra manufacturera México vs China (1997-2017)



que son rutinarias, tales como manipulación mecánica y el ensamble de maquinaria y equipo. Las profesiones involucradas en este sector deberán buscar tener mayores habilidades relacionadas con la creatividad e inteligencia social ya que son áreas complejas de automatizar.

“México enfrenta muchos retos, pero también grandes oportunidades que lo pueden hacer avanzar hacia convertirse en una economía todavía más compleja que la que tenemos hoy en día, pero con mucho más valor agregado. Los beneficios podrán verse entonces no sólo en un mayor dinamismo en la producción, el consumo interno y la exportación, sino también en las nuevas formas de distribución que están presentando un gran reto para las empresas usuarias y los desarrollos de los nuevos parques industriales”, indicó Francisco Muñoz. [●]

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

LAS 15 CIUDADES CON MÁS PLUSVALÍA EN MÉXICO

Por Propiedades.com

Si estás por adquirir un inmueble para vivir o rentar, pero no sabes en dónde comprarlo, el portal inmobiliario Propiedades.com elaboró un listado de las ciudades que tuvieron más plusvalía en vivienda en el año que terminó.

ZONA NORTE Y FRONTERA

En los primeros lugares se encuentran ciudades del norte del país como Tijuana, Chihuahua y Reynosa. Datos de Propiedades.com señalan que la plusvalía en la primera ciudad fue de 50.18 por ciento y en la segunda fue de 37.15 por ciento. En ambas localidades, el metro cuadrado supera los 19,000 pesos.

En Tijuana hubo mucha inversión. La Secretaría de Desarrollo Económico informó que, de enero a septiembre de 2018, la Inversión Extranjera Directa (IED) subió 29 por ciento, comparado con el mismo periodo del año previo y se originaron 28,490 nuevos empleos.

Por otro lado, la Dirección de Desarrollo Urbano y Ecología de Chihuahua destacó que en noviembre del año pasado se registraron ingresos superiores a los 19 millones de pesos por pago de permisos de construcción, en su mayoría centros comerciales y habitacionales.

Reynosa, ubicada en el estado de Tamaulipas, tuvo una plusvalía de 48.50 por ciento y el metro cuadrado superó los 9,000 pesos. Moody's de México mejoró la calificación crediticia de esta



ciudad al pasarla de Baa3.mx a Baa2.mx. La institución destacó el dinamismo financiero, la liquidez y los bajos niveles de deuda de la urbe.

La ciudad de Matamoros también está en las primeras posiciones, su plusvalía fue de 30.60 por ciento y el costo del metro cuadrado superó los 8,000 pesos.

La ampliación de las líneas de producción en las maquiladoras, la creación de un nuevo Consulado General de Estados Unidos en Matamoros y el interés de empresarios asiáticos por invertir en la región son factores que han hecho que esta zona sea atractiva para vivir.

Asimismo, Ciudad Juárez y Tampico reportaron plusvalía. En la primera, localizada en Chihuahua, fue de 20.47 por ciento y en la segunda, ubicada en Tamaulipas, de 19.93 por ciento. En ambas metrópolis el metro cuadrado supera los 8,000 pesos.

Leonardo González, analista de Real Estate de Propiedades.com comentó que el sector inmobiliario se perfila a una nueva estructura regional caracterizada por la franja fronteriza, destinos turísticos o clústeres industriales.

CENTRO

En Toluca y Tula también incrementó el costo de los inmuebles. En la primera ciudad, ubicada en el Estado de México, la plusvalía fue de 28.52 por ciento y el valor del metro cuadrado llegó a 13,065 pesos. Aquí está en pie el proyecto del tren interurbano con una inversión estimada de 30,000 millones de pesos.

En Tula, que se localiza en Hidalgo, creció 19.21 por ciento el precio de los inmuebles, el metro cuadrado fue de 8,286 pesos. En esta zona, la nueva administración realizará una inversión de 5,000 millones de pesos para la rehabilitación de la refinería de Tula.

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

BAJÍO

De acuerdo con datos de Propiedades.com, en Puerto Vallarta el costo de los inmuebles subió 23.44 por ciento y el metro cuadrado 5,545 pesos.

En noviembre del año pasado, José Palacios Jiménez, secretario de Desarrollo Económico, dijo que Jalisco, estado donde se encuentra esta ciudad, fue un ejemplo de crecimiento en exportaciones y de inversión, ya que llegaron 33 empresas de la industria automotriz y 22 de Tecnologías de la Información (TI).

Celaya, ubicada en el estado de Guanajuato, reportó una plusvalía de 21.43 por ciento, el metro cuadrado superó los 8,000 pesos.

David Orozco Pérez, director de Desarrollo Económico, comentó en septiembre del año pasado que la inversión en Celaya provino de empresas de manufactura automotriz y se crearon 20,000 nuevos empleos.

Leonardo González, explicó que los desarrolladores han capitalizado estas metrópolis como áreas de oportunidad y que, en este año, en la medida que sus proyectos vendan a rendimientos sanos y competitivos se podría ver un ciclo más consolidado.



Top 15 de las metrópolis con más plusvalía

Zona metropolitana	Precio medio por m ² 2017*	Precio medio por m ² 2018*	Plusvalía
Tijuana, Baja California	12,915	19,395	50.18%
Tehuantepec, Oaxaca	6,864	10,255	49.41%
Reynosa-Río Bravo, Tamaulipas	6,463	9,598	48.50%
Chihuahua, Chihuahua	16,042	22,022	37.15%
Tehuacán, Puebla	5,800	7,949	37.05%
Matamoros, Tamaulipas	6,379	8,330	30.60%
Toluca, Estado de México	10,166	13,065	28.52%
Puerto Vallarta, Jalisco	23,650	29,204	23.44%
Celaya, Guanajuato	6,725	8,167	21.43%
San Francisco del Rincón, Guanajuato	10,783	13,070	21.21%
Ciudad Juárez, Chihuahua	7,445	8,970	20.47%
Tampico, Tamaulipas	7,151	8,576	19.93%
Río Verde, San Luis Potosí	9,043	10,800	19.43%
Tula, Hidalgo	6,951	8,286	19.21%
San Luis Potosí, San Luis potosí	11,172	12,981	16.19%



**IMAGINA
TU EMPRESA
CRECIENDO
AQUÍ**

Renta de oficinas desde 100 m².

 55 5418 6475 artha.com.mx info@artha.com.mx

Blvd. Manuel Ávila Camacho No. 685, Naucalpan de Juárez.



Proyectos de Usos Mixtos

La inversión y crecimiento del mercado inmobiliario en Los Ángeles, Miami y Nueva York, continúa adquiriendo mayor fuerza. A continuación te presentamos cinco nuevos desarrollos exclusivos de estas ciudades emblemáticas de Estados Unidos.



Hudson Yards

Hudson Yards es uno de los proyectos de construcción más complejos en la historia de Nueva York, desarrollado por Related Companies. Su primera torre, 10 Hudson Yards, se inauguró en mayo de 2016; otro de sus prominentes rascacielos 30 Hudson Yards finalizará su edificación en 2019 con 2.6 millones de pies cuadrados y 1,296 pies de altura, posicionándose como el segundo edificio de oficinas más alto de la ciudad. Asimismo, 55 Hudson Yards, será la tercera torre comercial con 780 pies de altura y 1.3 millones de pies cuadrados, conformado un plan maestro general que incluye 4,000 residencias, un nuevo hotel y un espacio comercial dinámico, componentes que abrirán sus puertas al público este 2019.

Torre Una

Torre de condominios ubicada a lo largo de la avenida Brickell en Miami. El proyecto se encuentra a cargo de Cain International y OKO Group, comercializado por Fortune Development Sales. El desarrollo constará de 135 residencias en 47 niveles que irán desde los 102 hasta los 444 metros cuadrados. Sus terrazas ofrecerán vistas panorámicas de 180 grados y entre las amenidades que ofrecerá, destaca una marina deportiva privada, tres piscinas, gimnasio y un spa diseñado bajo la estética de Aman. También incluirá un salón de belleza, un salón de eventos, cine y área de juegos para niños y adultos.



Central Park Tower

Con una altura de 472 metros, la torre también conocida como Nordstrom Tower, se cataloga como un rascacielos de uso comercial/residencial, diseñado por el estudio de arquitectura Adrian Smith + Gordon Gill y desarrollado por Extell Development Company. Ubicada en Midtown Manhattan, Nueva York, estará conformada en sus primeros siete pisos, por la tienda Nordstrom; asimismo, del nivel 8 al 12, albergará un hotel; y los pisos restantes a residencias de lujo. Se estima que su construcción finalice durante 2019.



Elysee Miami

Elysee Miami, ubicado sobre la costa de la Bahía Biscayne al sur de Florida, contará con 100 residencias distribuidas en 57 pisos, de 3 a 5 habitaciones de 205 a 361 metros cuadrados. El desarrollo establece un nuevo estándar de lujo en la zona, característico por su diseño y sofisticación que ofrece un edificio estilo boutique.

Cada residencia cuenta con la singular característica de una impresionante vista panorámica de la Bahía Biscayne. El diseño de Elysee fue creado por el mundialmente conocido arquitecto Bernardo Fort-Brescia, de la firma Arquitectónica. La torre de 57 está programada para completarse en 2020.

Arquitectónica-Torre 53 pisos

Arquitectónica, firma de arquitectura, dio a conocer su nueva propuesta, una torre de 53 pisos de piscinas en el centro de Los Ángeles. El edificio se encuentra tentativo a alojar un hotel de 190 habitaciones con estacionamiento para 126 vehículos o un condominio residencial de apartamentos (de uno a cuatro dormitorios) con espacio de comercio en la planta baja y estacionamiento para 187 vehículos. La torre de 240 metros de altura será uno de los múltiples desarrollos alrededor de la Plaza Pershing.



COWORKING INDUSTRIAL LLEGA A MÉXICO

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com



Rodolfo Balmaceda, Director general de Fibra Upsite

De acuerdo con el Director General de Fibra Upsite, Rodolfo Balmaceda, el coworking industrial son naves industriales de 10 a 15 mil metros cuadrados que alojan a pequeñas y medianas empresas para que produzcan o co-produzcan productos, además cuentan con espacios abiertos y cerrados para que interactúen los trabajadores.

La diferencia entre el coworking de oficinas y el *coworking industrial*, es que el primero consiste en espacios de oficinas con servicios compartidos y áreas de interacción; y el segundo consiste en un edificio industrial con espacios para la producción o co-producción diseñados para PYMES y emprendedores y adicionalmente, áreas para el trabajo colaborativo y de oficinas.

El coworking industrial son ecosistemas de producción o co-producción diseñados para PYMES y emprendedores en un edificio de clase mundial.

BENEFICIOS PARA LAS PYMES

En entrevista exclusiva para inmobiliare, Rodolfo Balmaceda nos cuenta cuáles son los beneficios de ocupar espacios de *coworking industrial*:

1. Las pequeñas y medianas empresas tienen acceso a espacios industriales de clase mundial.
2. El capital de la compañía puede ser destinado a maquinaria para que el proceso de elaboración de su producto sea más eficiente.
3. Las Pymes pueden certificarse como proveedores de empresas grandes, ya que cuentan con espacios de trabajo nuevos y funcionales.
4. El costo de los seguros es menor, ya que los sitios modernos garantizan un menor riesgo, por lo que las primas de éstos se reduce.
5. Espacios de convivencia para interactuar con otras compañías e intercambiar diferentes puntos de vista.

FIBRA UPSITE ESPECIALISTA EN NAVES INDUSTRIALES DE COWORKING

Fibra Upsite, es un Fideicomiso de Inversión que desarrolla bienes inmuebles industriales, en 2018 debutó en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), "tenemos un concepto distinto al resto de las demás Fibras, además de atender al mercado tradicional queremos brindar un servicio a aquellos sectores que están desatendidos como las pequeñas y medianas empresas; creemos que al hacer esto vamos a propiciar un incremento en la productividad de estas compañías".

Algunas compañías no tienen el capital suficiente para construir o rentar un espacio de trabajo que esté en buen estado, "no tienen el capital suficiente ni el conocimiento para desarrollar sus propias plantas industriales, y en muchas ocasiones éstas operan en instalaciones en mal estado y que representan altos riesgos como son techos de asbesto, cables eléctricos sueltos o sistemas contra incendio que no cumplen con estándares internacionales".

Fibra Upsite tomó ideas de otros proyectos que se encuentran en Estados Unidos, Francia, China y Corea. "Siendo México un país altamente manufacturero consideramos que existe un enorme potencial para la generación de ecosistemas de producción o co-producción donde las empresas pueden eficientar el uso de su capital e incrementar su competitividad al habitar estos espacios que propician la innovación.

Los *coworking industriales* de Fibra Upsite estarán en los estados de Baja California, Ciudad Juárez, Guanajuato, EdoMex y Querétaro. La razón por la cual se eligieron estos sitios es porque son ciudades con una dinámica industrial y poseen manufactura, "son lugares que te permite capturar la demanda que puede haber por este tipo de espacios; además hay muchas pequeñas y medianas empresas, entonces sería muy interesante que en lugar de empezar desde el centro e irnos hacia la frontera, preferimos arrancar con un plan tipo nacional que permita tener una presencia regional".

Asimismo, los lugares de estas naves estarán ubicados en las zonas metropolitanas de las ciudades, para que los empleados estén cerca de la urbe, "si te vas lejos difícilmente atraerás a las compañías por el tiempo y costo de traslado de los trabajadores".

Para las empresas que habitan los *coworking industriales*, los espacios de trabajo se diseñarán dependiendo de las necesidades de la compañía y la zona; el inmueble ubicado en Naucalpan será el único que contará con una nave industrial y un edificio de oficinas bajo el mismo concepto. El resto de los edificios de coworking industrial estarán dentro de Parques Industriales, "la inversión que tenemos estimada en un principio para los cinco proyectos es alrededor de dos mil doscientos millones de pesos [...] vamos hacer edificios de distintos tamaños, porque algunos van hacer tradicionales y de *coworking*; apenas estamos haciendo el movimiento de tierra en los parques y a finales de año tendremos dos o tres edificios terminados".

El Director menciona que los espacios podrían ser dirigidos a las empresas que se dediquen a la industria de dispositivos médicos, farmacéutica, biotecnología y agroindustrial; además las de manufactura ligera, automotriz, aeroespacial y electrónica.



Uno de los beneficios para las Pymes es el costo de los seguros, ya que los sitios modernos garantizan un menor riesgo.



Fibra Upsite tomó ideas de otros proyectos que adaptaron el *coworking* al sector industrial.



TOP 5 DE COWORKING INDUSTRIAL

La tendencia de unir naves industriales con el *coworking* ha sido adoptada en diferentes partes del mundo, ejemplo de esto es el país de América del Norte y la nación europea.

LA INDUSTRIAL: espacio de coworking en Madrid, en la antigua fábrica de hielo ubicado en el barrio de Malasaña. Cuenta con un espacio de más de 400 metros cuadrados, lugares privados y de áreas abiertas para *freelances* y empresas. Dentro de su comunidad se ubican firmas de comunicación, diseño, economía, arquitectura, entre otras.

HOUSE FOR MAKES: es un coworking, ubicado en Madrid, España, que integra bajo un mismo concepto oficinas creativas y talleres de fabricación, 80 metros cuadrados de espacios de trabajo abiertos o compartidos, talleres privados de 9 metros cuadrados, sala de máquinas de prototipado, impresoras de 3D, almacenes privados de 3 metros cuadrados open lab, despachos privados, sala de reuniones, escritorios fijos, entre otros.



LA INDUSTRIAL



HOUSE FOR MAKES

L'HORTA STUDIOS: localizado en el polígono industrial de Alborada, a pocos minutos de Valencia, España. Es una nave de mil 200 metros cuadrados con licencia de actividad industrial. Cuenta con cabina de pintura con sistema de aire comprimido, elevador de coches, impresora 3D, entre otras herramientas. Tiene cubículos cerrados de 10 a 30 metros cuadrados, y abiertos de 20 a 45 metros cuadrados, además cuenta con lugares comunes para comer, ver televisión y gimnasio.



L'HORTA STUDIOS

AUTODESK PIER 9: es un centro de tecnología ubicado en San Francisco; que colabora con comunidades de la industria, académicas y empresariales; en el muelle se realizan investigaciones, desarrollan y hacen demostraciones de nuevas herramientas tecnológicas.



BROND COLLECTIVE: es una antigua fábrica de azulejos en Brooklyn, Nueva York, proviene de la empresa COWORK. RS, del grupo Bond Collective. Tiene oficinas compartidas e individuales, espacios de trabajo informales, salas de reunión y salas de conferencia. Asimismo áreas comunes como cocinas, comedores y espacios de descanso.

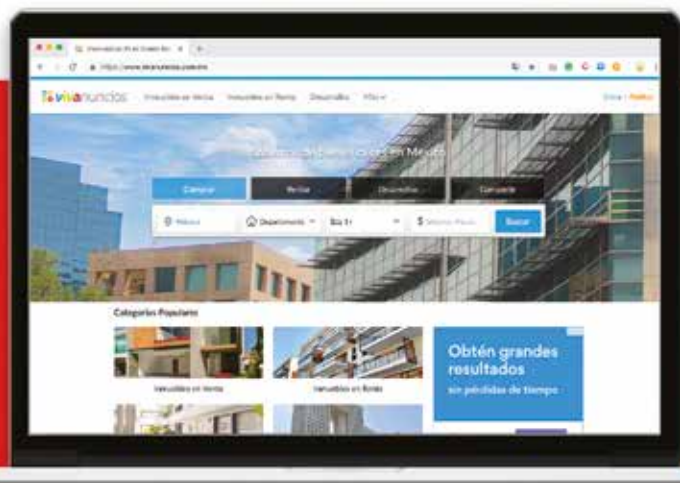


vivanuncios
Sabemos de bienes raíces

VENDE MÁS RÁPIDO

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

¿Ya te anuncias con nosotros?



Obtén hasta un 40% de descuento en nuestros paquetes

menciona el código **VIVAINMO**



01 800 681 1050

protocol.vivanuncios.com.mx

CHICAGO,

la nueva plaza para inversiones

de REAL ESTATE

comercial en tiempos de volatilidad

PRODIGY NETWORK

Por Prodigy Network

En un contexto de incertidumbre y volatilidad, Prodigy Network continúa consolidando su modelo de negocio lanzando sus dos primeras ofertas en Chicago, luego de sus exitosos proyectos en Nueva York que dejaron rentabilidades extraordinarias a inversores de todo el mundo.

El 2019 se caracterizará por ser un año en que los asesores financieros deberán dedicarse a reconstruir la confianza de sus clientes tras el turbulento fin de año. El pasado diciembre fue catalogado por varias publicaciones como el peor mes para Wall Street desde la Gran Depresión, lo cual suma a los crecientes temores sobre una desaceleración de la economía mundial.

Pero si hay algo que no tenga que explicarse entre los grandes inversores es que el Real Estate Comercial ha sido históricamente el resguardo de capital más utilizado en épocas de incertidumbre. En la actualidad vuelve a repetirse, y se ve reflejado en el informe Think US de junio de 2018. Allí, Melissa Reagan, Managing Director y Head of research de Nuveen Real Estate explica que "si las tasas de interés se elevan debido a un fuerte crecimiento económico, es probable que la demanda de bienes inmuebles también incremente. Si las tasas de interés aumentan de forma gradual, y es probable que así sea, los bienes inmuebles promedio a largo plazo, probablemente permanecerán en una buena posición para beneficiarse de dicho entorno".

Rodrigo Niño, CEO y fundador de Prodigy Network, conoce y tiene muy presente este panorama. "Los productos de Real Estate Comercial, como los que desarrollamos en nuestra compañía, son los que históricamente se han depreciado menos en los momentos de crisis y también aquellos que se recuperaron más rápido. Por esto es que son elegidos por los grandes magnates para proteger su capital. La diferencia es que Prodigy Network puso estos productos al alcance de todas las personas sin necesidad de contar con miles de millones de dólares". Tal como lo reflejó el Harvard Business Case, Prodigy Network ha "democratizado" el acceso al Real Estate.

Prodigy Network, la red global de capital descentralizado verticalmente integrada, ha recaudado más de US\$690 millones en 42 países y 27 estados de EE.UU. El portafolio actual de Prodigy Network incluye cinco edificios comerciales operando en la ciudad de Manhattan; tres de los cuales son hoteles lujosos de larga estadía administrados por la marca AKA y dos de ellos son espacios sociales vanguardistas bajo el modelo de Coworking y Coliving operados por su marca propietaria The Assemblage.

Recientemente, Prodigy Network anunció el lanzamiento de dos nuevos desarrollos inmobiliarios en la ciudad de Chicago, lo que representa el puntapié inicial de la expansión de Prodigy Network a otras grandes ciudades de los EE.UU. Uno de los proyectos será un hotel de más de 250 habitaciones operado por la reconocida marca The Standard, y el segundo, un edificio con 254 apartamentos de lujo para alquilar. Ambos proyectos están abiertos para inversiones desde US\$50,000 ofreciendo retornos por encima del 12% anual. Estos nuevos desarrollos se suman a los cinco edificios en Nueva York que ya se encuentran en funcionamiento, y el sexto, The Assemblage Park, el cual se encuentra en la etapa final de construcción con apertura planificada para los próximos meses.

THE STANDARD CHICAGO EL EPICENTRO DE ENTRETENIMIENTO

El proyecto se destaca por su concepto, dado que The Standard es una marca que pertenece al nicho de hoteles dedicados al estilo de vida, el cual ofrece un mayor número de amenidades a las de un hotel regular. Este tipo de hoteles se caracterizan por ofrecer experiencias fuera del servicio básico de estadía. La marca The Standard es reconocida internacionalmente por su oferta de entretenimiento y variedad de programación lo cual atrae a muchos viajeros a hospedarse en la propiedad y también a los locales en búsqueda de entretenimiento, experiencias gastronómicas, networking y los mejores bares y discotecas de la ciudad.

Ubicado en el creciente vecindario del West Loop (Distrito de Fulton Market), este proyecto contempla la adquisición, pre-desarrollo, desarrollo y fases de apertura de The Standard Chicago. Toda la propiedad es una antigua planta industrial de lácteos de más de 16.000 m² que será transformada para convertirse en el primer hotel de la marca The Standard en el medio-oeste de los Estados Unidos. Este hotel tendrá más de 250 habitaciones, un garaje en el segundo piso, gimnasio, espacios de eventos y diferentes bares y restaurantes, tanto dentro del edificio como en el rooftop. Su apertura está planificada para el 2021.

The Standard Hotel, Nueva York.



El barrio del West Loop de Chicago, un área que desde la crisis financiera de 2008 ha registrado un crecimiento vertiginoso, es considerado uno de los lugares más populares en Chicago por su oferta gastronómica, representada en restaurantes laureados como Blackbird o Grace. Además, esta zona brilla por su espíritu juvenil, bellas residencias tipo loft y la presencia de compañías de talla mundial como el club social Soho House, McDonald's, Ace Hotel y la sede de Google en el medio-oeste de EE.UU. Esta renovación de la ciudad ha generado que el número de visitantes crezca de manera constante desde el 2010, convirtiéndose en la tercer área metropolitana más grande de Estados Unidos, que en 2017 recibió un récord de 55.2 millones de visitantes.

A través de esta oferta de capital, Prodigy Network busca recaudar US\$55 millones, que junto con la deuda senior ya contraída para la adquisición de la propiedad, serán utilizados para el desarrollo del proyecto y puesta en funcionamiento. Para esta oportunidad de inversión, se estima un retorno entre el 12-18%, un retorno anual preferencial estimado del 7%, sobre un período de cinco a siete años.

OLD TOWN RESIDENCES RESIDENCIAS DE LUJO PARA MILLENNIALS

El segundo proyecto es un edificio de 254 apartamentos, clase A, ubicado en el barrio Old Town de Chicago. El barrio Old Town está a pocos minutos de distancia del Magnificent Mile, el centro comercial más importante de Chicago. A tan solo 10 minutos del centro de la ciudad, la zona es conocida por contar con intensa actividad comercial, una gran cantidad de almacenes, bares, restaurantes, colegios, y servicios de salud y bienestar.



Downtown Chicago es el centro financiero de la ciudad. Varias de las mejores y más grandes compañías están ubicadas en este sector. En términos generales, el área metropolitana de Chicago ha tenido un crecimiento significativo en el empleo, agregando más de 330.000 empleos desde 2011 al 2016.

El proyecto cuenta con una ubicación ideal, de gran atractivo para los habitantes locales dada la proximidad con dos estaciones del metro que cubren tres líneas, así como diferentes alternativas de buses y estaciones de bicicletas compartidas. Un aspecto clave para aquellos que se desplazan diariamente a Chicago es su fácil acceso a través de la ruta US 41 hacia el este, una de las principales autopistas norte-sur de EE. UU., y la I-94 hacia el oeste.

El monto total a recaudar para desarrollar Old Town Residences será de aproximadamente US\$40 millones. Adicionalmente, el proyecto contará con financiación senior de US\$52 millones y un monto adicional por parte de los co-desarrolladores para un costo total de US\$95 millones. Esta oferta generará un retorno anual preferencial estimado del 7% y una TIR estimada entre 10-16% luego de la venta o recapitalización en aproximadamente cuatro a seis años.



SOCIOS DE GRAN TRAYECTORIA

Para ambos proyectos en Chicago, Prodigy Network convocó a DDG, una firma de desarrollo de activos inmobiliarios con altos niveles de experiencia a nivel nacional que maneja un portafolio valuado en US\$2 mil millones; y Marc Realty Capital, una firma de inversión inmobiliaria de Chicago fundada en 1976 con 10 millones de pies cuadrados en su portafolio con un valor de más de US\$1.000 millones.

DDG cuenta con vasta experiencia en la industria y su estructura verticalmente integrada le ha permitido participar en las diferentes etapas de cada proyecto de su portafolio, incluyendo el fondeo, el diseño, la construcción y la gestión de activos. DDG se dedica a inversiones residenciales de lujo y de uso mixto en los Estados Unidos, y es reconocida por sus diseños innovadores y por su excelente calidad de construcción.

Marc Realty es una compañía de Real Estate Comercial que ofrece una gama completa de servicios y se enorgullece de poseer, administrar y arrendar los edificios de oficinas mejor ubicados en el área metropolitana de Chicago. Cuenta con un portafolio de más de 40 propiedades de oficinas en todo Chicago y cuenta con más de 300 empleados.

"Como diría el gran Warren Buffett, simplemente tratamos de tener miedo cuando todos están ambiciosos y ser ambiciosos cuando todos tienen miedo" declara el visionario líder de Prodigy Network, y si nos hemos de guiar por su trayectoria queda claro que Prodigy Network no solo da acceso a grandes proyectos inmobiliarios, sino que también brinda oportunidades reales para preservar capital y obtener atractivos retornos para inversionistas de todo el mundo. 📍

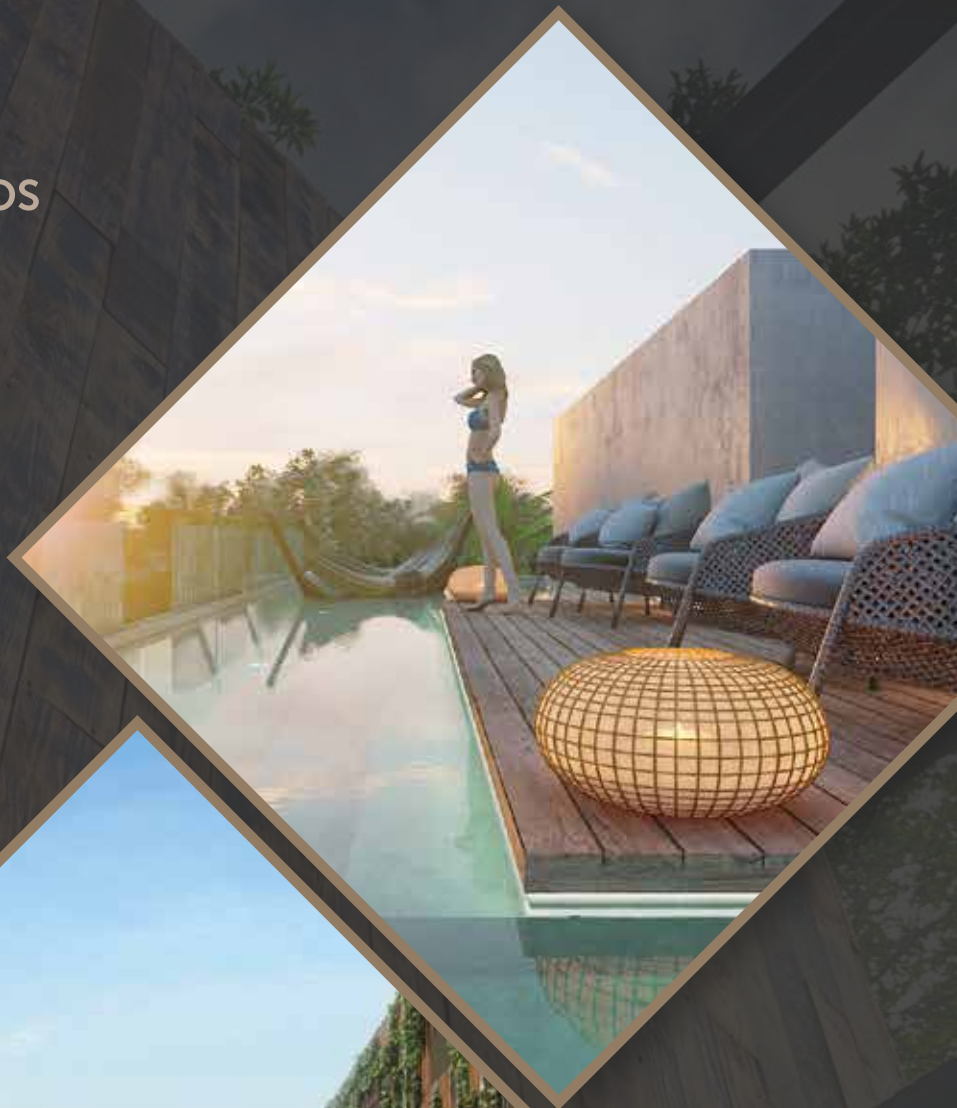
*Nota del editor: Las opiniones aquí expresadas son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición de Inmobiliare.

PLANEACION DE DESARROLLOS
INMOBILIARIOS

PROYECTOS EJECUTIVOS

DISEÑO ARQUITECTÓNICO

CONSTRUCCIÓN /
SUPERVISIÓN DE OBRA



OFICINA TULUM:

www.minimum.com.mx
proyectos@minimum.com.mx

Ave. Cobá, Local 4, Tulum,
Quintana Roo

(984) 802 5776

minimum
arquitectura

CIFRAS CON LAS QUE CIERRA EL SECTOR CONSTRUCCIÓN EL 2018

El mercado de bienes inmuebles cerró el 2018 con un **crecimiento del 6%**

A continuación, te presentamos algunas cifras con las que el sector de la construcción concluyó el año de acuerdo con información otorgada por Lamudi.



CONSTRUCCIÓN

2% de crecimiento del PIB de construcción en términos anuales, resultado del:

7.2%
en la disminución del PIB de Obra Civil.

3.4%
en el ritmo del PIB de Edificación.

Actualmente, el saldo de crédito bancario a la construcción supera los **540 mil mdp** en términos reales, monto máximo histórico de financiamiento por parte de la banca comercial y de desarrollo.

Al cierre del primer semestre de 2018 el monto de financiamiento hipotecario otorgado por todo el sistema ha disminuido **5.2 por ciento**.

10.3%
de disminución de la banca comercial en monto real.

13.3%
de reducción en el número de créditos.

20% de participación por parte del Infonavit en el número de créditos otorgados, con una derrama de **70 mil millones de pesos** reflejada durante los primeros seis meses de 2018.

La proporción de cartera vencida respecto de la cartera total ha pasado de **4.8%** a sólo **2.2%**.

Con información de BBVA Bancomer, INEGI, FOVISSSTE e INFONAVIT.



INVERSIÓN

10% de incremento en inversión extranjera para obras, dando un estimado de **21 mil 754 millones de dólares**.



COSTOS MATERIALES

10% en el restablecimiento de los precios de materiales.

El nivel de precios se estima continúe alto en el corto plazo, pero se prevé una menor inflación en insumos de la construcción para finales de 2019.

La tasa de referencia ha subido **475 puntos básicos** desde el mínimo histórico de 3%, mientras que la tasa promedio ponderada sólo ha variado **300 puntos básicos**.



- **Complejo de usos mixtos más importante en América Latina**
- **La torre de oficinas más alta del sur de la CDMX**
- **Sustentable**
- **Calidad de vida**
 - Más 30,000 m² de áreas verdes
 - Centro comercial
 - Hospital
 - Vivienda
- **Altos niveles de productividad por su diseño**
- **5 de los mejores arquitectos de México y el mundo**
- **Inmejorable acceso por transporte público y privado**
 - metro Coyoacán

Para mayor información:

☎ 044 56 11 24 92 66

✉ torrem@ngkf.com.mx

🐦 @torrembymitikah

f Torre M by Mítikah

in Torre M by Mítikah

📷 @torrembymitikah

MÍTIKAH
Corporativo



www.tchmitikah.com

www.ngkf.com.mx

THE SUMMIT

Una gran noticia para Santa Fe

Por: Redacción Inmobiliare

"El futuro urbanístico de Santa Fe brilla hoy más que nunca gracias a desarrollos como The Summit, que apuestan por el bienestar como el pilar más fuerte para generar una mejor calidad de vida."

Ir al trabajo en la Ciudad de México debería ser algo tan sencillo como cotidiano, sin embargo, constantemente nos enfrentamos a la realidad de una odisea en el tráfico tan sólo para llegar o salir de la oficina.

La razón de todo este tráfico –el peor del mundo según un estudio reciente– es sencilla: somos muchos. 21 millones de personas habitan la CDMX, convirtiéndola en la quinta ciudad más poblada del mundo, lo cual significa entre otras cosas, que la movilidad sea un asunto complicado. Esto, porque sin importar si utilizas un vehículo propio, taxi o inclusive transporte público, te encuentras con que cada alternativa para llegar a las zonas financieras más importantes de la urbe se encuentra saturada.

Sumado a esta situación nos encontramos con el boom inmobiliario de la ciudad, que a veces crece de manera descontrolada, es decir algunos construyen por construir y

sólo contribuyen a una disminución en la calidad de vida de las personas. Sin embargo, existen desarrollos que entienden las problemáticas de la ciudad de manera genuina y que apuestan por romper el *status quo* a través de un concepto tan obvio como olvidado: bienestar.

Un claro ejemplo de esta mentalidad se hace presente en el corazón de Santa Fe con *The Summit*, un edificio que plantea una sólida alternativa para las empresas que tienen claro que, si los mercados no son los mismos que antes, sus oficinas tampoco deberían de serlo.

Su primer gran acierto en temas de calidad de vida recae en su ubicación, ya que se encuentra entre dos de las arterias más importantes de la zona: Avenida Santa Fe y Prolongación Paseo de la Reforma. Esto le brinda un doble acceso que hará que entrar y salir de la torre no sea un dolor de cabeza para ninguno de los empleados sin importar la hora y el día.

Esta ubicación no sólo pone foco en los dueños de automóviles, porque reconoce que el caos de la ciudad disminuye a través de las alternativas. Por este motivo, además de contar con las rutas de transporte público que viajan a través de las vialidades antes mencionadas, se encuentra a menos de 500 metros de la estación Santa Fe del próximo Tren Interurbano.

Esto significa que no importa si vienes desde la ciudad o desde Toluca, tu llegada a la oficina podrá evitar por completo el tan odiado "tráfico de Santa Fe". Este medio rápido y cómodo de transporte dará servicio a 230,000 pasajeros al día y cubrirá un total de 57 kilómetros y 6 estaciones: 2 terminales y 4 intermedias. Sin dudas, se abre un nuevo capítulo en la historia de la movilidad de la zona.

Sumando a una ubicación inmejorable en cuanto accesos, también es fundamental en el día a día, en medio de jornadas intensas de trabajo, encontrar buenas opciones gastronómicas. Por suerte Santa Fe nunca decepciona en este rubro, ya que los restaurantes, cafés y comercios en general se destacan por ser de los mejores en la ciudad, ofreciendo alternativas para todos los días, así como para reuniones ejecutivas y cenas de trabajo formales.

Lo mejor de su ubicación, es que *The Summit* se encuentra a un costado del pulmón más grande de Santa Fe: el parque La Mexicana. Este espacio de 27 hectáreas (3 veces el tamaño de la Alameda Central) se convirtió en la opción de esparcimiento para todo aquel que se encuentre en esta parte de la ciudad. Con opciones de recreación que van desde un skatepark, hasta un jardín canino, alejarte de la enajenación de la ciudad será tan sencillo como caminar unos pasos.



El segundo gran acierto de *The Summit* consiste en uno de los aspectos más obvios respecto a lo que nos concierne, la arquitectura. Esto se debe a que desde hace años existe una muy marcada tendencia en cuestiones de recursos humanos, donde el bienestar del empleado, sin importar su lugar en la jerarquía, es la base para una empresa exitosa.

Es por este motivo que las empresas comprenden que un entorno arquitectónico confortable da como resultado trabajadores felices y como consecuencia, resultados positivos y tangibles. Lejos quedaron los tiempos en que las oficinas priorizaban aprovechar el espacio hasta el absurdo con minúsculos cubículos encerrados y dónde las ventanas eran un privilegio para las más altas gerencias.

The Summit fue diseñado con el objetivo de crear las condiciones que den impulso al potencial de todas las personas que trabajen ahí día con día. Esto puede apreciarse en cada uno de los 27 pisos donde el vidrio y la luz natural predominan gracias a su arquitectura triangular de 360°. Además, esta misma disposición triangular nos brinda vistas inigualables desde el primero hasta el último piso sin importar en qué lugar te encuentres.



Además de los beneficios que brinda a tu vida cada espacio de *The Summit*, en las primeras plantas encontrarás un centro comercial en donde las mejores opciones gastronómicas y de entretenimiento se harán presentes, haciendo del edificio un gran atractivo inclusive en fines de semana.

Finalmente, por lo menos respecto a sus valores arquitectónicos, es importante saber que *The Summit* cuenta con una pre-certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que lo respalda como una construcción sustentablemente responsable. De esta manera toda la construcción se compromete cien por ciento con el medio ambiente, priorizando siempre la eficiencia energética, el uso de energías alternativas, la mejora de la calidad ambiental interior, la eficiencia del consumo de agua, el desarrollo sostenible de los espacios libres y la selección de materiales eco-responsables.

Para terminar es importante entender el tercer gran acierto de *The Summit*: su esencia.

El concepto *The Summit* proviene de su significado en inglés, que nos habla sobre el punto más alto de una montaña, sin embargo, lo que nos transmite va más allá de tocar la cima, nos habla de esfuerzo, de un camino recorrido, de todas las decisiones que has tenido que tomar para llegar a este punto de tu vida.





En otras palabras, *The Summit* significa: trascendencia.

Trascendencia, porque se sustenta en la lucha, el viaje, la introspección que te brinda el esfuerzo de cada paso, porque esa pasión revela el verdadero potencial de las cosas, la capacidad de los sueños.

El mundo avanza y las nuevas generaciones se encuentran más seguras que nunca sobre lo que quieren y lo que no. A la hora de buscar un trabajo, el interés no está concentrado 100% en el salario, sino en las oportunidades de crecimiento, la experiencia de vida que pueda significar y en la calidad de las horas vividas en la oficina.

El desafío de destacar en tiempos donde las ofertas son infinitas y el desarrollo inmobiliario parece ir más rápido que la demanda, es grande, pero para una empresa como *FREL*, esto solo puede significar un desafío y la oportunidad de ir aún más lejos en la propuesta y la visión. Sí, destacar es complicado, pero *The Summit* entiende cómo lograrlo.

Son estos los conceptos que convierten a un edificio de oficinas, en espacios de oportunidad, bienestar y crecimiento. Se trata de pensar más allá de las paredes y los ladrillos, que se construye una nueva forma de concebir el trabajo, haciendo de éste una pieza clave para el crecimiento personal y colectivo.

Es por eso que el entendimiento acerca de las necesidades del mercado laboral actual, las últimas tendencias en estética, tecnología y funcionalidad le dieron a *The Summit* la visión con la que construirá más que una torre, un mejor futuro. Un espacio en donde las empresas puedan llegar a lo más alto de sus capacidades a través de la plenitud integral de cada uno de sus integrantes. **[●]**

Si quieres conocer más acerca de *The Summit* y su propuesta, entra a

www.thesummit.mx



RUMBO A UN SECTOR INDUSTRIAL LLENO DE AMENIDADES

Por Arturo González García
CEO de Pulso Inmobiliario

Los parques industriales están referidos al asentamiento de espacios de inversión, con establecimiento de centros de producción y/o distribución de bienes por parte de grandes empresas, la base de esta producción son los trabajadores, la mano de obra que sostiene la demanda de producción mediante actividades materiales en un primer plano.

El secreto de contar con una producción eficiente se encuentra en el sector de los trabajadores materiales, está comprobado que mientras más felices sean los empleados, existirá una mayor eficiencia en sus tareas. Grandes empresas multinacionales muy exitosas implementaron hace algunos años, comodidades para sus empleados, casos como los de Google o Facebook son los más famosos; desde toboganes, mesas de ping pong, mini golf son algunas de las amenidades con las que cuenta 'la gran G', por parte de la red social más famosa del mundo existen futbolitos, comedores totalmente equipados, áreas coloridas con naturaleza y mucho más; se tiene como objetivo el potenciar la creatividad de los trabajadores. En México, el sector industrial ha comenzado a implementar medidas en los alrededores de los espacios laborales con el fin de amenizar la estancia de los empleados.

El secreto de contar con una producción eficiente se encuentra en el sector de los trabajadores materiales.

El Bajío mexicano es una zona altamente influyente respecto del comercio de todo el país en donde constantemente se instalan empresas multinacionales para facilitar la distribución y manufactura de sus productos en territorio nacional. Toman especial relevancia las implementaciones que nuestro país ha tenido respecto al entorno más amigable con los trabajadores. Uno de los mayores desarrolladores industriales en el área del Bajío es Grupo Si-Now, de la mano del director general, el Ingeniero Juan Carlos González quien ha tenido el liderazgo para posicionar a su empresa como un referente en el ramo.

Entre los proyectos que está desarrollando Grupo Si-Now, se encuentra Logistics Novotech Apaseo, el cual está planeado para contener características que permitan a los empleados un menor tiempo de recorrido hacia su centro de trabajo, ya que el parque industrial contará con un hotel para alojarse en las cercanías de las bodegas industriales, además también existirá un centro comercial para dar un respiro a la rutina de las labores, además de proveer a todo el parque industrial de los servicios de internet a alta velocidad. Estas son algunas de las amenidades planeadas para los próximos parques industriales de Grupo Si-Now.

La tendencia es clara y los sectores industriales que quieran contar con los empleados más preparados deberán de adoptar las medidas necesarias para procurar las mejores comodidades laborales.

La tendencia es clara y los sectores industriales que quieran contar con los empleados más preparados deberán de adoptar las medidas necesarias para procurar las mejores comodidades laborales, con el fin de que se encuentren felices y esto, por ende, concluya en una mayor productividad y efectividad respecto a los espacios de trabajo. Al igual, los trabajadores se inclinarán por aquellas empresas donde se ofrezcan mayores beneficios, tanto económicos como los relacionados con la comodidad y el estilo de vida. 



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

Empresa **100% mexicana**, líder en la industria de espacios de trabajo

Por Carmen De Luna, IOS OFFICES

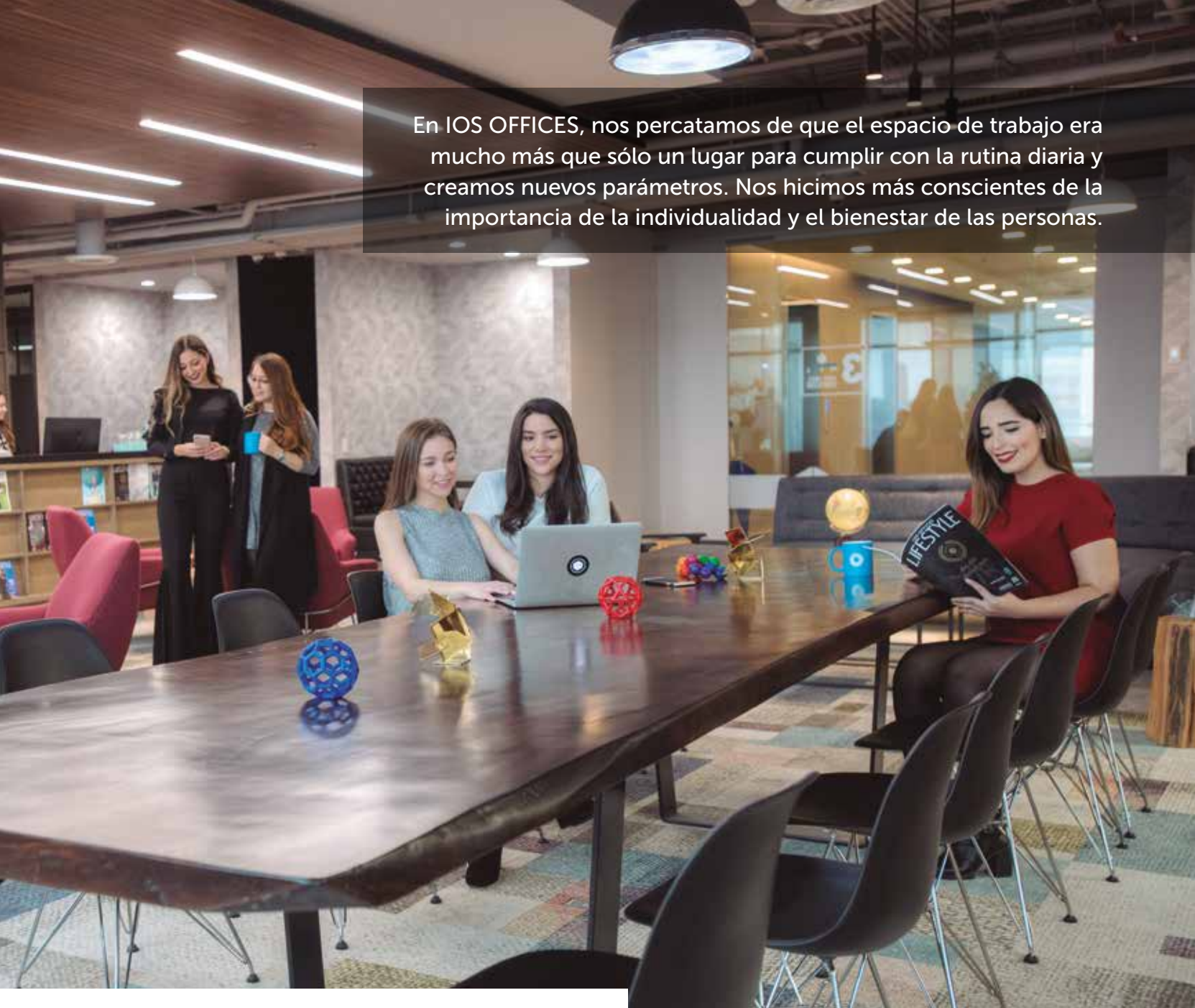
¿Sabías que a lo largo de nuestras vidas, pasamos más tiempo promedio en nuestro lugar de trabajo que en cualquier otro espacio? Está comprobado que pasamos más momentos con nuestros compañeros de trabajo y sentados en un escritorio, que en nuestra casa o con nuestra familia.

Hace algunos años, en la industria de los espacios de trabajo, existían proveedores que ofrecían soluciones muy tradicionales. Eran aquellos lugares que únicamente cumplían con la función de ser una herramienta para trabajar. No era prioridad proveer de un espacio inspirador que incitara la productividad y velara por el bienestar de los colaboradores. Pasamos tanto tiempo creyendo que sólo era necesario un espacio tradicional, por lo que vivíamos ambientes de trabajo hostiles en donde la rutina se apoderaba de quienes día a día laboraban en este tipo de oficinas.

En IOS OFFICES, nos percatamos de que el espacio de trabajo es mucho más que sólo un lugar para cumplir con la rutina diaria y creamos nuevos parámetros. Nos hicimos más conscientes de la importancia de la individualidad y el bienestar de las personas. No solo vamos a trabajar, gracias a este despertar, creamos espacios que hacen que nuestros colaboradores se sientan inspirados, olvidándonos de las barreras que la industria de espacios de oficina tradicional ofrecen. Primero, dejamos atrás los cubículos y bajamos las paredes para permitir que nuestros pensamientos fluyeran más. Después, diseñamos los espacios para que naturalmente reciban iluminación y gracias a los reacomodos, existió la posibilidad de incluir elementos naturales como decoración en los escritorios.




IOS OFFICES®
FICINAS EQUIPADAS EN RENTA



En IOS OFFICES, nos percatamos de que el espacio de trabajo era mucho más que sólo un lugar para cumplir con la rutina diaria y creamos nuevos parámetros. Nos hicimos más conscientes de la importancia de la individualidad y el bienestar de las personas.

Desde nuestros inicios, revolucionamos la industria de los espacios de trabajo, viviendo cambios estratosféricos y emocionantes. Estos han creado grandes lugares para trabajar a través de espacios colaborativos, oficinas abiertas y detalles que marcan la diferencia. La evolución ha sido maravillosa e incluso estudios han demostrado un cambio emocional positivo en los usuarios, mismo que ayuda a mejorar los resultados de la empresa.

De acuerdo a un estudio realizado a personas que trabajan en espacios tradicionales versus espacios con ambientación natural, se encontró que los espacios con áreas verdes e iluminación natural inspiran a trabajar y vivir mejor; como es el caso de IOS OFFICES. Como resultado de estos espacios que inspiran, las personas se sienten un 15% más felices y un 32% más inspiradas, mientras que el 95% se sienten cómodos y un sorprendente 95% se sienten divertidos. Por el contrario, en los espacios tradicionales, aquellos donde la iluminación y ambientación

no simulan un espacio natural, el estudio reveló que tan sólo el 9% de las personas se siente feliz y el 18% inspirado, mientras que el 5% se siente ansioso y el 11% aburrido. (The Global Impact of Biophilic Design in the Workplace, IOS OFFICES LIFESTYLE; Enero, No. 101).

El ambiente laboral ahora es una de las prioridades de cualquier empresa, por lo mismo en IOS OFFICES nos hemos esforzado en definir el significado de *Cooltura* laboral. La magia de hacer feliz a cada persona que labora en un espacio se ha vuelto esencial y su bienestar profesional y personal es el protagonista. Gracias a ello, un colaborador ahora puede tener una vida más grata, donde la rutina no le invade y sus días son más satisfactorios.

Algunos de los elementos más importantes que hoy en día debe tener un espacio de trabajo para crear ese bienestar en nosotros, son los siguientes:

MOBILIARIO

Cada detalle dentro de una oficina son elementos importantes para hacer ese lugar cómodo que te invita a crear. Proveer espacios con el mobiliario adecuado ayuda a que las personas se sientan como en casa y sean más productivos.

Los elementos van desde el diseño de los espacios, el mobiliario diseñado para ofrecer confort, hasta una silla que abrace tu postura durante todo el día. Un ejemplo de un espacio inspirador son los espacios colaborativos, en donde los cubículos no impiden que las personas puedan interactuar con los de enfrente, los de un lado o los de atrás, permitiendo que el trabajo en conjunto fluya de la mejor manera.

El diseño del espacio es primordial y los elementos que lo componen también. Estos determinarán qué tan cómodo e inspirador será este espacio para nuestros colaboradores.



ILUMINACIÓN

Todos hemos tenido esa sensación enriquecedora en la que salimos al sol, a un jardín o un espacio abierto y nuestros pensamientos se quedan en blanco. El calor nos invade y nos sentimos plenos. Esa conexión con la naturaleza nos recuerda el estar vivos, completos y lo más importante, nos da una calidez única.

Anteriormente en la industria, íbamos a trabajar a oficinas con iluminación artificial, luz amarilla y sepia. Este entorno, provocaba una sensación de poca luz, haciendo que las ideas dentro de nosotros no fluyeran e incluso, nos hacía más propensos a sentirnos saturados, aturdidos o cansados.

Hoy en día, nuestros espacios con ventanales permiten que la luz que entra y que los rayos del sol nos den su toque mágico, crean una sensación de bienestar en nuestro interior y permiten que nos desenvolvamos mejor. El panorama visual se vuelve más amplio y de alguna forma, nos sentimos más abiertos a cambios, nuevas oportunidades y retos. Asimismo, la iluminación más natural, como los focos con luz blanca, crean la misma sensación de satisfacción y apertura.



AMBIENTACIÓN NATURAL

Años atrás, las oficinas utilizaban los colores serios y formales que estaban de moda en el mundo empresarial. Los grises decoraban las paredes y las alfombras, los azules oscuros los cubículos y la seriedad estaba por todo el lugar. La formalidad era una de las prioridades de las empresas y para la creatividad y productividad de los colaboradores, no era el escenario más favorable.



Los colores juegan una parte muy importante dentro de los espacios de trabajo que inspiran. Los colores serios y formales siguen siendo en algunas ocasiones el punto focal. Sin embargo, ahora ya vemos verdes, naranjas o colores más eléctricos, e incluso texturas, murales con obras de arte, entre otras opciones que despiertan el ser creativo en nosotros. Otro elemento importante, además de los colores, es la ambientación con plantas o espacios abiertos con terrazas o pasillos amplios.

Las plantas, además de agregar color y vida a los espacios, oxigenan el lugar y nos mantienen conectados con la naturaleza, con nuestras raíces. Son un factor de la inspiración, pues nos hacen olvidar que estamos en una oficina y nos recuerdan que nos encontramos en un lugar cómodo y cálido, en el que podemos ser nosotros mismos.

La gran diferencia de espacios con estos elementos, es que nos hacen sentir bienvenidos y nos invitan a ser parte. Nos dan confianza, logrando que esa seguridad se vea reflejada en lo que hacemos cada día y sumando a los resultados de la empresa.

COOLTURA

Más allá de los demás elementos arquitectónicos, este es el que ha cambiado drásticamente la forma en la que trabajamos. Las relaciones laborales son las que nos han abierto puertas a la transformación, donde ahora el vecino nos apoya, nos ofrece algún servicio o se vuelve nuestro amigo.

Las empresas cada día se enfocan más en el individuo, en su bienestar y en su desarrollo personal y profesional. Las relaciones se vuelven menos superficiales y mantener emocionalmente feliz a cada una de las personas del equipo es primordial. En IOS OFFICES los jefes se volvieron líderes, los colaboradores amigos, el *home office* lo trajimos a la oficina y la hicimos una casa, y la empresa se convirtió en nuestra segunda familia.

Lo más gratificante de todo este cambio en el ambiente laboral, es que los días se vuelven más placenteros. Estar trabajando diario en la misma oficina, conviviendo con las mismas personas en un ambiente hostil, hace que nuestra vida no nos guste, porque el mayor tiempo de nuestro día lo pasamos de esta manera. Mientras que ahora con la nueva *Cooltura* que se vive en IOS OFFICES, en la que la felicidad de las personas es el eje de todo el ambiente laboral, en donde se crea ese sentido de pertenencia y familia, se convierte en un motor de empuje impresionante para las personas. La motivación se encuentra en cada pasillo, en cada silla y la productividad se vuelve el mejor aliado de la empresa.

Además, esta conexión de familia que ahora se vive, hace que cada momento importante de las personas sea celebrado. El reconocimiento también se ha vuelto parte de esta *Cooltura* y la serpentina y los globos decoran muchos de los lugares.



El ambiente laboral ahora es una de las prioridades de cualquier empresa, por lo mismo en IOS OFFICES nos hemos esforzado en definir el significado de *Cooltura* laboral (nuestra Magia IOS) que se vive día con día dentro de nuestros espacios de trabajo.



Celebramos más las alegrías, como los aniversarios en las empresas, los logros en equipo, individuales, el nacimiento de un hijo, el cumpleaños de nuestro vecino, entre muchas otras cosas. La razón más importante de todo, es crear experiencias únicas que dibujen sonrisas para toda la vida.

Hemos cambiado la connotación de la palabra trabajo y hemos traído grandes beneficios a las organizaciones. Vemos empresas más decoradas con sonrisas, abrazos y regalos, mientras que al mismo tiempo vemos personas más eficientes, mayores resultados e ideas innovadoras que logran conquistar mercados.

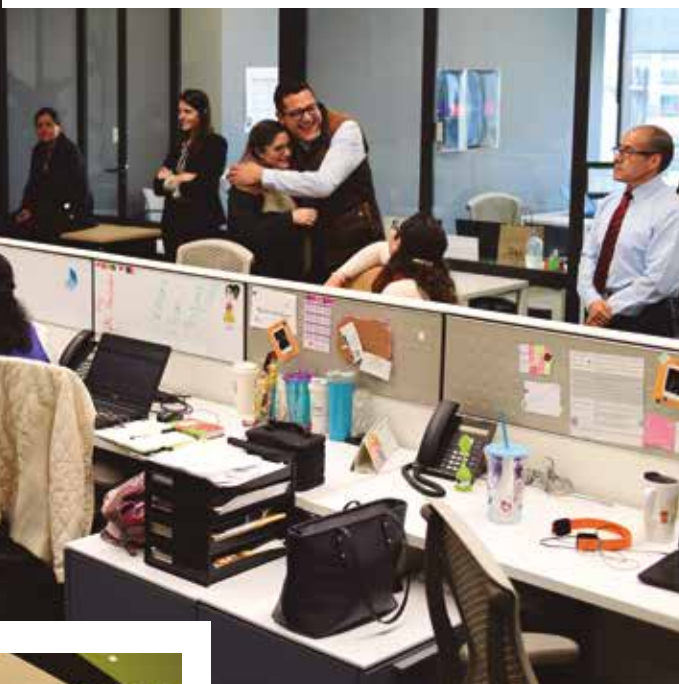
Todo este sentido de pertenencia viene de una *Cooltura* organizacional que se vive cada día, desde los líderes, hasta los colaboradores. Es una *cooltura* que sea crea y se construye.

COMUNIDAD

De la mano de la *Cooltura* que se vive y al sentido de pertenencia y familia, nace la Comunidad. Una Comunidad de éxito en la que cada miembro suma al crecimiento.

La comunidad que inspira es aquella en la que los mismos valores y *Cooltura* compartida crean un ambiente único. Esta energía compartida hace que las cosas sucedan de manera increíble y que juntos alcancen el éxito a nivel personal y/o profesional. La comunidad te da la seguridad de tener una mano de ayuda, un amigo o un aliado de negocios. Es una fuerza que empuja a querer lograr más y mejores cosas en conjunto.

Es donde la individualidad de las personas suma y juntos logran cosas increíbles porque tienen la seguridad de contar con el apoyo de alguien que tiene los mismos objetivos, metas o incluso propósitos.



Somos una Comunidad de más de 15,000 Socios a nivel nacional ubicados en 70,000m² de espacios que inspiran en 12 estados del país en 36 Centros IOS.

NETWORKING

Sumando a la comunidad, un ambiente que incite el networking es un valor agregado extraordinario. Poder conectarte con las diferentes personas a través de dinámicas o eventos ayuda mucho a sumar al crecimiento de las personas. Eventos desde desayunos en comunidad o bebidas de cortesía que amenizan el día o detalles o sorpresas que dibujan sonrisas, ayudan a crear oportunidades para conectarse con las demás personas.

Lo importante no es sólo proveer el espacio colaborativo o abierto, sino también crear excusas que permitan que las personas se conozcan. Incluso puede ser hasta algo sencillo como un intercambio de tarjetas o una presentación entre dos persona para que comiencen a crear ese lazo.

Estos elementos son sólo una parte de lo que puede crear un espacio que inspira. Sin duda, cada una de las personas que integran la comunidad son las que crean gran parte de este gran ambiente para trabajar. La magia de cada uno, sus personalidades y su *Cooltura*, son los que inspiran a ser mejores cada día y a que se cree ese vínculo de amistad y pertenencia que se vive en cada pasillo, rincón u oficina.

Los elementos son parte esencial, la base de la creación y los detalles de la gente son la grandeza de todo.

Crear espacios que inspiran a trabajar y vivir mejor ha sido parte de IOS OFFICES desde sus inicios en el 2007, buscando evolucionar la connotación de la palabra trabajo y creando experiencias únicas y enriquecedoras en donde el eje es la felicidad de cada uno. Somos expertos en crear detalles únicos que despiertan el interés genuino por querer hacer más y mejores cosas en conjunto. Además, la gran pasión que plasmamos ha sido la huella de esta empresa que ahora es líder en los espacios de trabajo.

Cada momento para nosotros es único y cada socio es un tesoro; día con día buscamos su mayor bienestar. Somos una comunidad de más de 15,000 socios a nivel nacional en 12 estados

del país en 36 centros IOS. Gracias a su confianza por más de 11 años, hemos vivido la nueva *Cooltura* de oficinas, teniendo un crecimiento colaborativo extraordinario.



Estamos creando momentos que inspiran a trabajar y vivir mejor cada día. Te invitamos a ser parte de la comunidad de negocios más grande de México, para que juntos sigamos escribiendo historias de éxito. 



CINUK®

Transformando espacios en experiencias que trascienden

Plataforma de bienes raíces enfocada en el desarrollo urbano en México.

- Desarrolladores, inversionistas, y administradores probados en Bienes Raíces en México.
- Estrategia de Inversión soportada en los demográficos de México y en la dislocación entre oferta y demanda en el sector inmobiliario.
 - Vivienda en venta
 - Centros Comerciales
 - Oficinas y usos mixtos
- Equipo con experiencia en desarrollo e inversión de más de US\$2 billones en México.
- Compra de tierra, asociaciones con dueños de tierra y desarrollo directo.
- Primer fondo por US\$150 millones.
- En proceso de levantamiento de segundo fondo.



Monte Pelvoux 220, PH-1002
Lomas de Chapultepec
Delegación Miguel Hidalgo

C.P. 11000, Ciudad de México
Tel. (5255) 4624-4808



OPORTUNIDADES Y RETOS

EN EL ENTORNO HABITACIONAL

Por: Claudia Velázquez
Directora de Operaciones de Softec

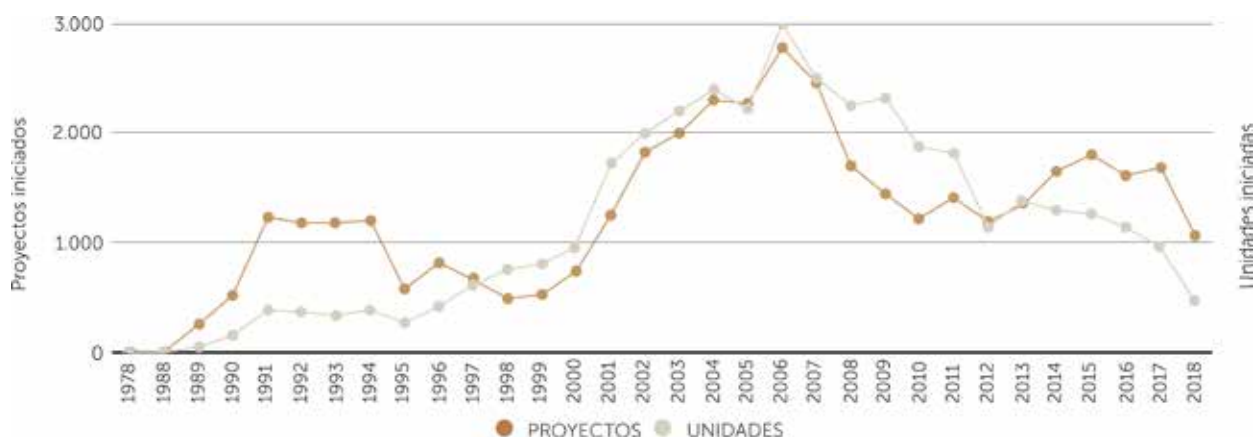
Ante la realidad que significa el crecimiento demográfico, la movilidad económica y la urbanización de los asentamientos humanos en México, la constante disminución del número de proyectos y unidades de vivienda nueva terminada que inician cada año, representa una importante oportunidad para el desarrollo inmobiliario ordenado, pero también un reto empresarial para llevar a buen puerto el desarrollar vivienda nueva terminada.

Desde el lado de los retos, al cierre de 2018, la coyuntura entre el cambio de sexenio y su respectivo proceso electoral, el fuerte desgaste del modelo de grandes desarrollos habitacionales de interés social, la inoperante, y para algunos segmentos, la inexistente política de vivienda y de generación de reservas territoriales para el crecimiento y la cautela que la anunciada transformación del gobierno ha ocasionado en las inversiones inmobiliarias, provocando un efecto negativo en el inicio de nuevos proyectos y unidades de vivienda nueva terminada.

Las cifras de inicio de proyectos y unidades de vivienda nueva terminada en 2018 presentaron nuevamente una tendencia negativa respecto a la cantidad de nuevos proyectos y unidades iniciadas en años anteriores. Dado que esta tendencia decreciente continuó y se agudizó en 2018, las proyecciones de venta de vivienda nueva terminada también se prevé que continuarán a la baja en al menos, los dos próximos años.

Así, mientras en 2018 se estiman ventas de vivienda nueva terminada formal por poco más de 308.5 mil unidades, 2.1% menos que las 315.3 mil que se vendieron en 2017. Para 2019, la proyección de Softec estima ventas de 6.9% menores a las de 2018, mientras que en 2020 se prevén de 8.2% menores a las del año anterior. Se estima que hasta 2021 se incrementaría levemente el volumen de ventas (1.4%).

PROYECTOS Y UNIDADES DE VIVIENDA NUEVA TERMINADA INICIADAS POR AÑO



Base de datos de vivienda nueva terminada Softec, Consultoría en Proyectos Inmobiliarios

Los segmentos más afectados por estos fenómenos siguen siendo los de interés social. La restricción normativa, financiera y de producto han limitado el inicio de nuevos proyectos y unidades para fortalecer las ventas. Y dado que es en este bloque del mercado, en el que la producción y el volumen

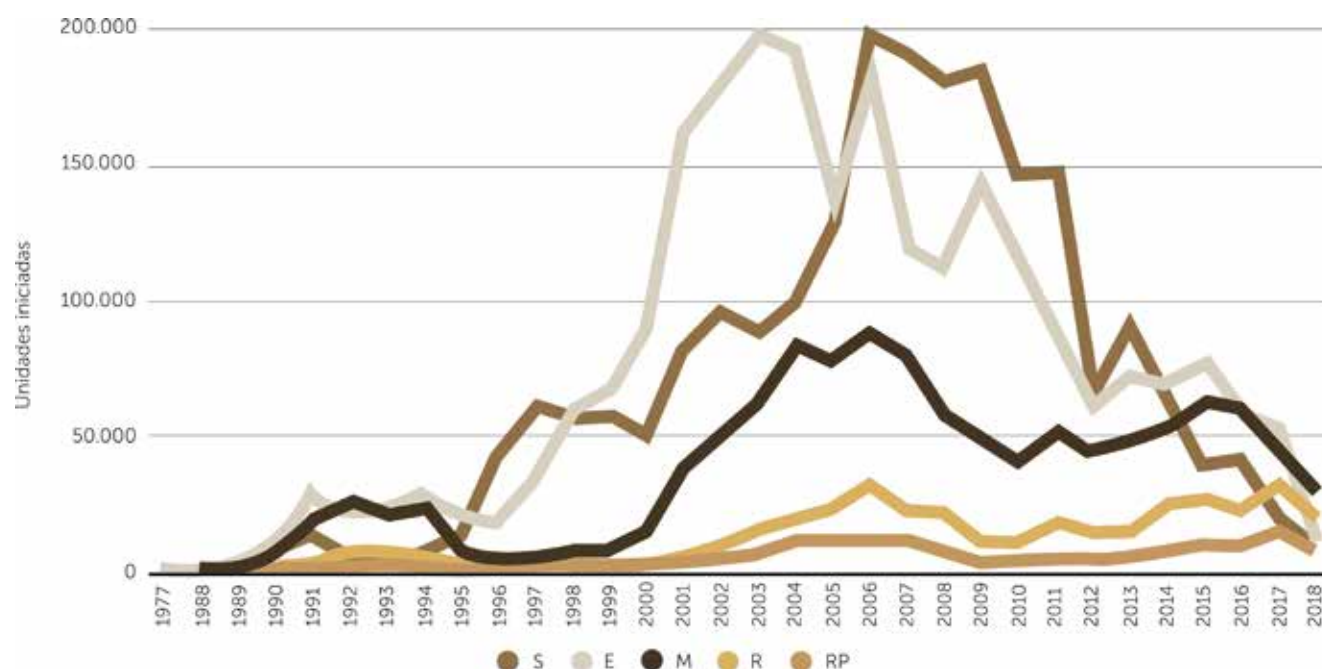
de ventas tienen su mayor dimensión, se espera entonces un efecto a la baja en el total. Por su parte, los segmentos de mayor valor también han sufrido una disminución en la reposición de proyectos y unidades, pero la proporción a la baja es mucho menos pronunciada que en los segmentos de interés social.

UNIDADES DE VIVIENDA NUEVA TERMINADA INICIADAS Y VOLUMEN DE VENTAS POR AÑO



Base de datos de vivienda nueva terminada Softec, Consultoría en Proyectos Inmobiliarios

UNIDADES DE VIVIENDA NUEVA TERMINADA INICIADAS POR AÑO SEGÚN SEGMENTO

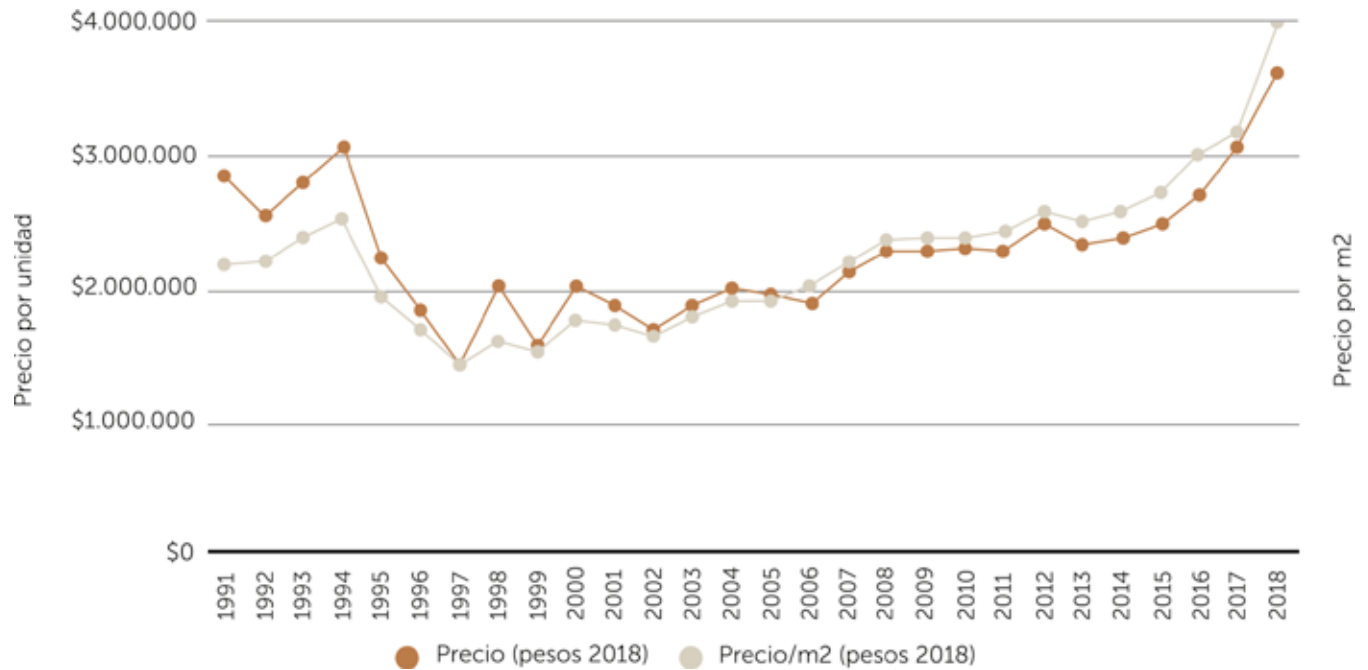


En muchas ciudades que cuentan con fuertes limitantes para el crecimiento territorial, los proyectos verticales han incrementado su oferta. Ciudades como Huatulco, Puebla, Tampico, Xalapa, Villahermosa, Zona Metropolitana de la Ciudad de México, Vallarta, Tuxtla, Cancún, Acapulco, Los Cabos, Mazatlán, Tijuana y Cuernavaca, la proporción de departamentos respecto a las casas se ubica por encima de la media nacional de unidades en proceso de formato vertical con un 29 por ciento. Este cambio de estructura en la oferta del mercado, en teoría debería fomentar la mejor ubicación de los proyectos y con ello incrementos en el valor del precio por m². Sin embargo, no en todos los casos los planes de desarrollo municipales permiten el desarrollo vertical, o incluso el desarrollo multifamiliar. Mientras esto no se modifique, el desarrollo habitacional formal seguirá tratando de satisfacer a una demanda creciente en volumen y exigencias en desventaja.

La decreciente reposición de inventarios coincide con el crecimiento del nivel de precios promedio. Tanto por unidad, como por m², los precios promedio en pesos de 2018 muestran un incremento constante. Lo anterior, se debe en parte a la estructura de mercado en la que compiten los desarrolladores de vivienda que permite la suma entre los cambios de estructura de los productos en los mercados (creciente participación de los segmentos de mayor precio en formatos verticales), así como la disparidad entre la oferta y la demanda, incidan en el incremento de precios. El reto consistirá en que estos precios crecientes sigan estando por debajo del valor actual y futuro, percibido por los compradores. Si el precio rebasa la expectativa de valor, productos sucedáneos como la vivienda usada o en renta mejorarán su participación en la atención de las necesidades de vivienda.

.....

EVOLUCIÓN DEL PRECIO POR UNIDAD Y POR M2 PROMEDIO – PESOS CONSTANTES DE 2018



Base de datos de vivienda nueva terminada Softec, Consultoría en Proyectos Inmobiliarios

Desde el lado de las oportunidades, las limitantes descritas anteriormente definitivamente tienen su contraparte para empresas desarrolladoras que hayan remontado diversas curvas de aprendizaje: normativas, operativas, financieras y comerciales. Sin generar robustas estructuras empresariales, las empresas flexibles con proyectos diversificados en tamaño, segmento, ubicación, fuentes de financiamiento, esquemas de pago y concepto tendrán mejores oportunidades de adaptarse a los cambios que los retos exigen y superar esta nueva depuración que enfrenta hoy el mercado. [●]



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



¿Debería hacer uso del offshoring, nearshoring o reshoring? Comprender cómo cada modelo afecta la cadena de abastecimiento ayuda a tomar la decisión antes de dar un paso adelante.

ADMINISTRACIÓN DE LAS CADENAS DE ABASTECIMIENTO GLOBALES:

UNA APUESTA EN SUBCONTRATACIÓN

Por Karen M. Kroll

A finales de la década de 1990, Mitchell Metal Products, un fabricante de productos de metal con sede en Merrill, Wisconsin, autorizó la producción de sus aros para corona, que los aficionados utilizan como base para coronas decorativas, a un fabricante del Reino Unido. El objetivo era ubicar los productos terminados más cerca de los clientes en Europa. “Esa estrategia fue exitosa durante aproximadamente ocho años”, comenta Tim Zimmerman, presidente de Mitchell Metal.

En 2008, la libra británica se fortaleció; en varios momentos durante el año, se fijó en más del doble del dólar estadounidense (en comparación, a mediados de mayo de 2018, la libra valía alrededor de 1.35 dólares). “El costo de producción en el Reino Unido, aunado al costo de envío a Europa continental, se volvió demasiado alto”, recuerda Zimmerman. Así que la producción se trasladó a Estados Unidos. La medida permitió a Zimmerman y a sus colegas comprender mejor algunos costos “ocultos” en los que incurrieron al trasladar la producción al exterior. Estos costos incluyen el costo y el tiempo necesarios para proporcionar soporte técnico y piezas de repuesto para equipos de producción desde un continente alejado. Una vez que estos gastos se eliminaron de los libros, su ausencia se hizo muy visible, asegura Zimmerman.

El fabricante aros para coronas Mitchell Metal Products llevó la producción a Estados Unidos para obtener ahorros en los costos en la fabricación y el transporte.



A DÓNDE IR

Al igual que Mitchell Metal Products, las empresas evalúan continuamente dónde pueden fabricar sus productos de manera más rentable, en particular porque muchas de las tasas salariales más bajas que llevaron a las organizaciones a mudar la producción al extranjero en los años ochenta y noventa, han aumentado a un ritmo constante. Un ejemplo: entre 2006 y 2016, el salario medio en China se duplicó con creces, según el Informe Mundial de Salarios 2016-2017, una publicación de la Organización Internacional del Trabajo.

Una mayor comprensión del impacto que tienen las decisiones de subcontratación está impulsando a algunas empresas a tener una visión más completa de sus estrategias. Por ejemplo, muchos están evaluando la posible pérdida de ventas cuando los productos fabricados lejos de su base de clientes no pueden modificarse con la rapidez suficiente como para seguir el ritmo de las preferencias cambiantes de los consumidores.

Las empresas se preguntan qué opción de 'subcontratación' tiene más sentido: ¿se está deslocalizando o produciendo en países que ofrecen tasas salariales más bajas, incluso si están al otro lado del mundo? ¿Deberían subcontratar la producción en países cercanos o moverla a países que puedan ofrecer costos más bajos? ¿Qué ofrece la mayor cantidad de beneficios: el *reshoring* o regresar la producción al país de origen de la empresa? Cada enfoque tendrá un impacto diferente en las cadenas de abastecimiento.

Incluso cuando las empresas examinan los costos y los beneficios del *offshoring*, la práctica sigue siendo sólida. Entre 2010 y 2014, las ventas en China -el destino más grande para las empresas estadounidenses que buscan deslocalizar- por filiales extranjeras de las multinacionales estadounidenses, aumentaron de 107 mil millones a 204 mil millones de dólares, según la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos.

Sin embargo, los retos permanecen. Si bien los fabricantes más grandes pueden emplear procesos rigurosos para cumplir con las normas de calidad, los fabricantes menos sofisticados no siempre pueden implementar esos sistemas, comenta Anthony Urbaites, director sénior de la firma consultora The Keystone Group.

Cuando los productos contienen componentes de todo el mundo, la complejidad de la cadena de abastecimiento se vuelve "extrema", advierte Bill Conerly de Conerly Consulting. Estas cadenas de abastecimiento más largas necesitan incorporar flexibilidad para manejar emergencias, como las inundaciones que provocan la ralentización de los barcos que transportan mercancías. Dos soluciones evidentes, una programación innecesaria o tener más inventario, son costosas, agrega.

Las empresas también deben considerar las diferencias en cultura, zonas horarias e idioma. "No creo que nadie haya perfeccionado esto", dice Conerly.

EL NEARSHORING PUEDE REDUCIR LOS RIESGOS

Teniendo en cuenta los desafíos inherentes a la deslocalización, la subcontratación en países cercanos puede parecer un compromiso óptimo, ya que promete tasas de salarios menores, al tiempo que mantiene las operaciones de producción más cerca de casa. "Acortar la cadena de abastecimiento reduce el riesgo", observa Conerly, ya que los productos pasan menos tiempo en tránsito. Además, el *nearshoring* puede minimizar las demoras que ocurren cuando las operaciones están dispersas por todo el mundo.

Más de dos tercios de las personas entrevistadas en la encuesta Alix Partners 2016, realizada a empresas de fabricación que dan servicio en Norteamérica y Europa occidental, aseguran que considerarían el *nearshoring* para satisfacer la demanda europea y estadounidense. Eso es un aumento del 40 por ciento con respecto al año anterior.

Al mismo tiempo, el *nearshoring* puede traer su propio conjunto de desafíos. Incluso cuando el país cercano a la costa está al lado de la base de operaciones de una empresa, las leyes y costumbres laborales, así como la cultura, son diferentes. Asegurar productos de calidad también puede ser un desafío.

ESTRATEGIAS PROBADAS

Algunas tácticas pueden mejorar las operaciones de *offshoring* y *nearshoring*. Urbaites recomienda que las empresas se centren en productos menos complejos que se fabrican en mayor volumen. Eso reduce la probabilidad de que tengan que abordar problemas técnicos espinosos desde lejos.

Urbaites también recomienda la deslocalización de menos productos sujetos a propiedad intelectual, ya que las empresas suelen tener pocos recursos cuando una entidad extranjera les roba su propiedad intelectual.

La comunicación es fundamental. Los fabricantes de equipos originales (OEM) a veces piden a Christen Holmberg, director de ventas y marketing de Jefferson Rubber Works, un proveedor con sede en Worcester, Massachusetts, que administre proveedores en el exterior. Antes de que comience la producción, Holmberg inicia una "conversación profunda" con el cliente para determinar cómo se usará el producto y en qué entorno.

Jefferson obtiene documentación sobre el material que se utilizará, así como muestras que puede probar para garantizar que se cumple con los criterios de rendimiento. Estos pasos "hacen que todos sean honestos", señala Holmberg.

Las soluciones avanzadas de planificación empresarial que proporcionan visibilidad a través de las cadenas de abastecimiento también son fundamentales.

Patrick Van den Bossche, socio y experto en estrategias globales de la cadena de abastecimiento con A.T. Kearney, trabaja con clientes en el "juego de la guerra comercial" para identificar cómo los diferentes cambios afectarán a las cadenas de abastecimiento que incorporan producción deslocalizada o subcontratada en países cercanos. Por ejemplo, una organización puede evaluar cómo los diferentes aumentos en los precios del petróleo afectarán los costos de transporte.

LO ATRACTIVO DEL *RESHORING*

Dados los retos inherentes del *offshoring* y *nearshoring*, el *reshoring* o relocalización tiene sentido en algunos casos.

Cuando Zimmerman de Mitchell Metal Products habla con clientes potenciales que están debatiendo entre su empresa y un competidor extranjero, les ayuda a identificar todos los gastos en los que podrían incurrir por el *offshoring*. Incluye aquéllos que no son aparentes en un principio, como el tiempo que se invierte al hacer un cambio de ingeniería cuando el fabricante está disperso por todo el mundo.

"En general, el 30 por ciento de las veces que competimos con un negocio en el extranjero, se justifica traer el trabajo de regreso aquí", afirma.

DE REGRESO A LA SEDE

Jefferson Rubber Works está viendo un repunte en las oportunidades de las empresas que quieren que la firma cotice la producción nacionalmente, incluso cuando habían estado fabricando fuera de Estados Unidos, comenta Holmberg.

¿Las razones del cambio? "La complejidad, el tiempo de entrega y la dificultad para manejar las especificaciones y la calidad" a miles de kilómetros de distancia, explica.

En 2013, el mercado en el que Jefferson compete se dividió, con aproximadamente el 80 por ciento de sus productos fabricados en el extranjero y el 20 por ciento a nivel nacional, agrega Holmberg. Hoy día, el desglose es alrededor de 70/30. En cinco años, puede estar más cerca de 50/50, prosigue. La clave de esto será aumentar el uso de la automatización y la robótica para reducir los costos de mano de obra.

Un beneficio importante del *reshoring* es la flexibilidad. Si una empresa decide cambiar un modelo o estilo, es más fácil manejarlo cuando sus operaciones están cerca, advierte Conerly. Y al establecer una presencia nacional para servir a los clientes nacionales, las empresas por lo general pueden tener menos inventario.



Ante el mayor tiempo de tránsito de los productos, las empresas que subcontratan en otros países a veces programan innecesariamente o tienen más inventario, dos opciones costosas para prepararse para las interrupciones en la cadena de abastecimiento.

RETOS DEL RESHORING

Asimismo, el *reshoring* trae sus propios retos. Uno de ellos es encontrar la mano de obra calificada adecuada. "En los últimos 15 años, los padres no han enviado a sus hijos a la escuela para que aprendan manufactura", señala Van den Bossche.

La situación deberá mejorar en una década más, dados los esfuerzos para promover las clases de STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), y el trabajo de muchos colegios comunitarios para ofrecer cursos que ayuden a preparar a los estudiantes para empleos en las empresas cercanas.

Además, la creciente automatización de muchas de las funciones de manufactura está ayudando a que la fabricación pierda su imagen de "un montón de trabajos sucios", reconoce Van den Bossche. "Las nuevas plantas están resplandecientes y relucientes".

Otro problema crítico del *reshoring* es "asegurar la cadena de abastecimiento para las materias primas", añade Holmberg. En algunos casos, las regulaciones estrictas en Estados Unidos establecen que las empresas no pueden usar los mismos materiales que usaron en otros lugares. En vez de ello, deben encontrar alternativas que la Agencia de Protección Ambiental considere seguras.

El precio sigue siendo una preocupación, ya que no todas las empresas pagarán una prima por los bienes producidos en el país. Aquéllas que a menudo dicen que un servicio de atención al cliente de calidad y respuestas rápidas son más valiosos que una diferencia modesta en el precio. "No se puede vencer en el precio", comenta Holmberg. "Tienes que ganarles en servicio y calidad".

❶

Retos:

- Diferencias en cultura, leyes laborales, zonas horarias e idioma.
- Costo y tiempo requeridos para proporcionar soporte técnico y piezas de repuesto para equipos de producción desde muy lejos.
- Incapacidad para modificar rápidamente productos fabricados lejos de la base de clientes con la finalidad de mantener el ritmo de las preferencias cambiantes del consumidor.
- Los fabricantes pequeños pueden tener dificultades para implementar procesos de control de calidad rigurosos.
- Agrega complicaciones a la cadena de abastecimiento.
- Costos ocultos.

NEARSHORING

Mover una operación comercial a un país cercano, en particular en preferencia a uno más distante.

Consejos para el éxito: Considere productos menos complejos que se producen en mayor volumen.

Ventajas: Tasas salariales más bajas, manteniendo las operaciones de producción más cerca de casa; las cadenas de abastecimiento se acortan, en comparación con el *offshoring*.

Retos:

- Incluso cuando el país cercano está al lado de la base de operaciones de una empresa, la cultura, las leyes laborales, los husos horarios y el idioma son diferentes.
- Es difícil asegurar productos de calidad.

RESHORING

Mover una operación comercial que se trasladó al extranjero de regreso al país desde el cual se reubicó originalmente.

Consejos para el éxito: Aumente el uso de la automatización y la robótica para eliminar los diferentes costos de mano de obra. Enfatique la calidad del producto y el servicio al cliente sobre la diferencia de precio.

Ventajas: Acceso más fácil a la base de clientes; es posible responder a la demanda con mayor rapidez; ofrece capacidad de tener menos inventario, y se evitan costos ocultos.

Retos:

- Encontrar mano de obra calificada adecuada.
- Asegurar la cadena de abastecimiento de materias primas.
- Las regulaciones estrictas de países como Estados Unidos, a veces establecen que las empresas no pueden utilizar los mismos materiales que usaron en otros lugares.
- Algunas empresas no pagarán una prima por los productos producidos nacionalmente.

MEJORE SU CONOCIMIENTO

Desde los beneficios de la cadena de abastecimiento hasta los obstáculos de la subcontratación, estos son los conceptos básicos de *offshoring*, *nearshoring* y *reshoring*.

OFFSHORING

Mover los procesos o servicios de fabricación al extranjero para aprovechar los costos más bajos.

Consejo para el éxito: Considere la posibilidad de productos menos complejos y de mayor volumen, o que estén sujetos a menos propiedad intelectual.

Ventajas: Tasas salariales más bajas; puede reducir los costos operativos generales; se tiene acceso a una gran cantidad de mano de obra.



El Puerto de Shanghai de China tiene mucha actividad ya que el país sigue siendo el destino más grande para las empresas estadounidenses que consideran el *offshoring*, incluso cuando los salarios medios se han más que duplicado.

DESCUBRA LOS COSTOS OCULTOS DEL *OFFSHORING*

Algunas empresas que deciden subcontratar o no operaciones de producción en el extranjero se centran en los costos más visibles, como el costo de mano de obra. Si bien ese es un primer paso lógico, la decisión de subcontratar en el extranjero afecta muchos otros costos. De las compañías que calculan todos los costos, tanto visibles como ocultos, alrededor del 25% terminan relocalizando, asegura Harry Moser, fundador de Reshoring Initiative, empresa que promueve el *reshoring*, el *insourcing* y la inversión extranjera directa, entre otras opciones de subcontratación, y proporciona herramientas y soporte para compañías que evalúan ubicaciones de subcontratación.

Moser trabaja con las compañías para destacar los diversos costos inherentes al *offshoring*, incluidos aquellos que no son muy visibles. Entre ellos, se incluyen los siguientes:

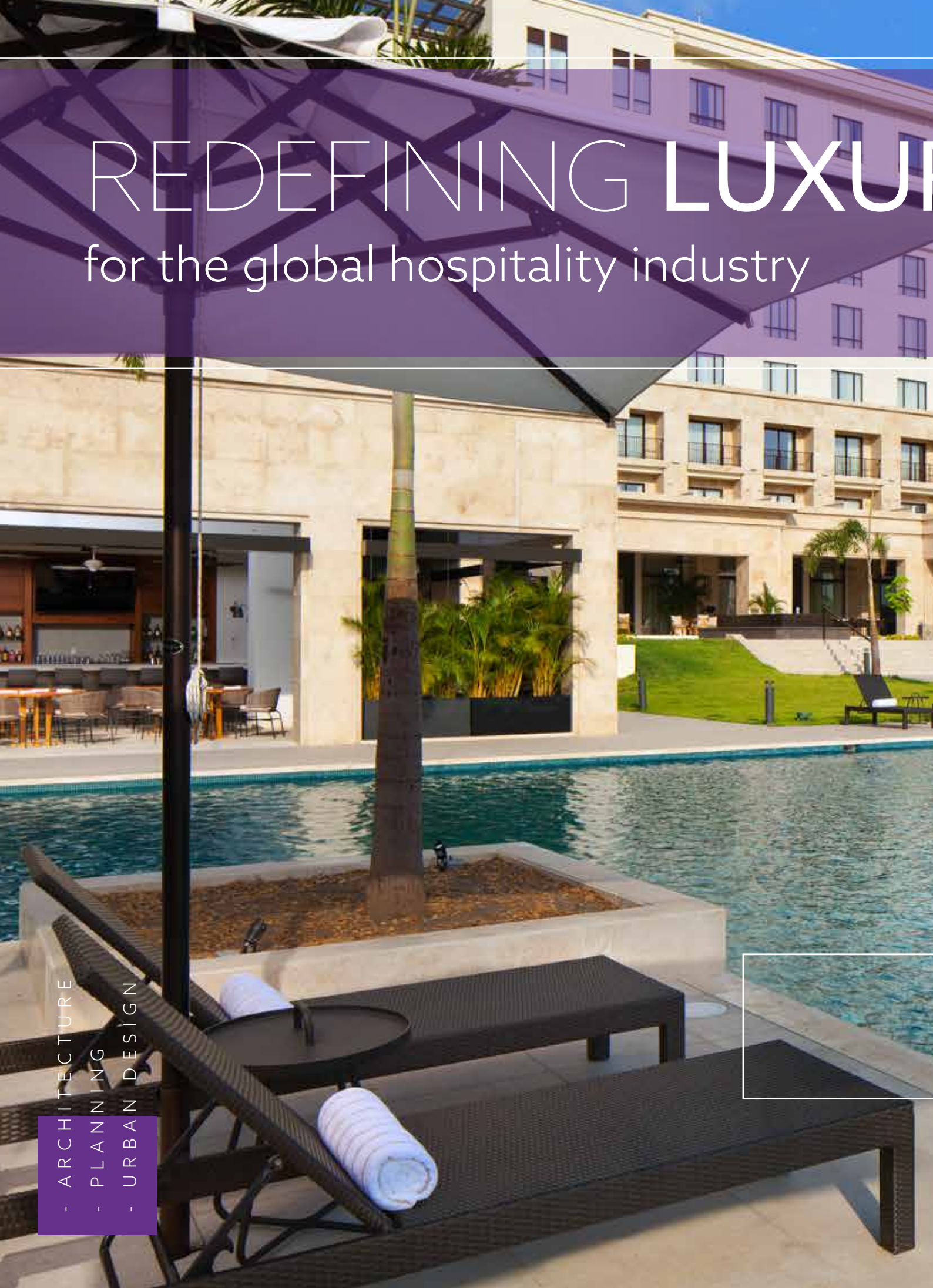
- Costos de acarreo de inventario.
- Empaques, ya que los productos deslocalizados por lo general requieren empaques complejos para cumplir con los requisitos de los países de origen y destino.
- Costos de viaje, tanto al inicio como en curso.
- Seguro de transporte.
- Costos para administrar el inventario al final de su ciclo de vida.
- Transporte aéreo de emergencia.
- Costos de reelaboración o calidad incurridos al operar a distancia.
- Riesgo de retos de la propiedad intelectual.
- Pedidos perdidos debido a una respuesta lenta.
- El impacto en la innovación cuando se maneja a distancia.
- El impacto en la diferenciación del producto cuando se maneja a distancia.

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

REDEFINING LUXURY

for the global hospitality industry

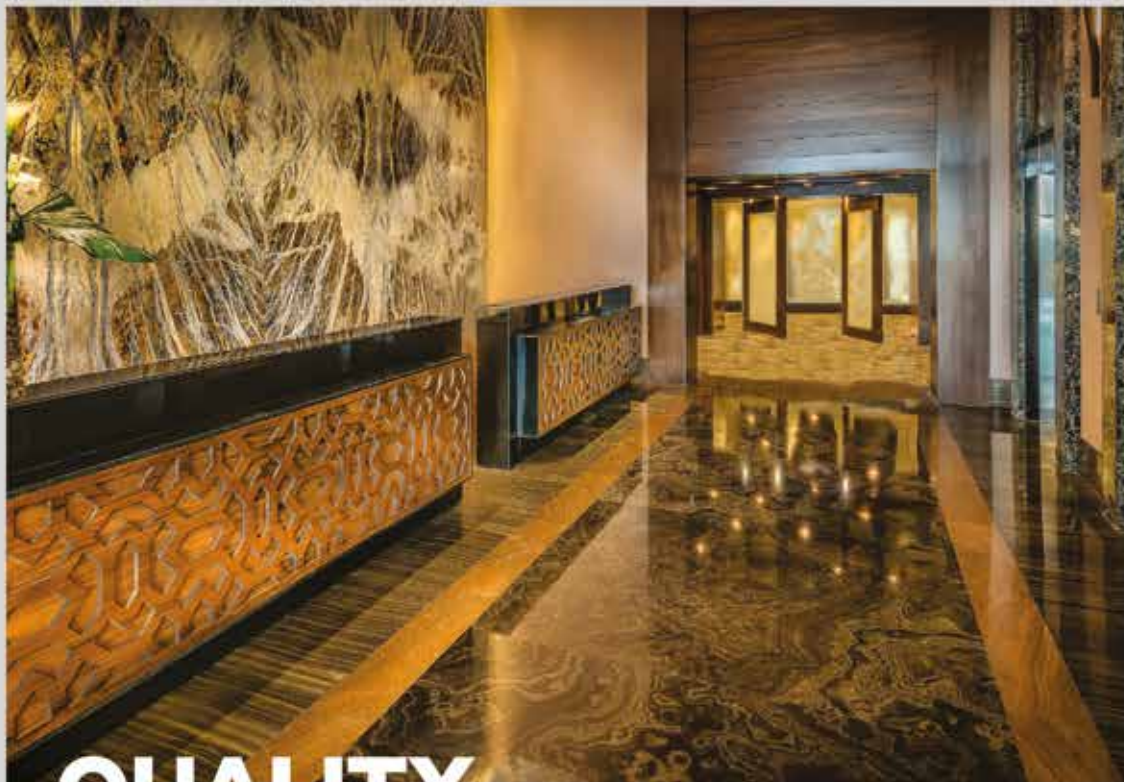
- ARCHITECTURE
- PLANNING
- URBAN DESIGN



A large, modern hotel building with a swimming pool and lounge area. The building is multi-storied with a light-colored facade and many windows. In the foreground, there is a large swimming pool with blue water. Several black lounge chairs with white towels are arranged around the pool. A large, light-colored concrete structure is in the middle of the pool. The sky is clear and blue. The overall scene is a luxurious resort setting.

RY

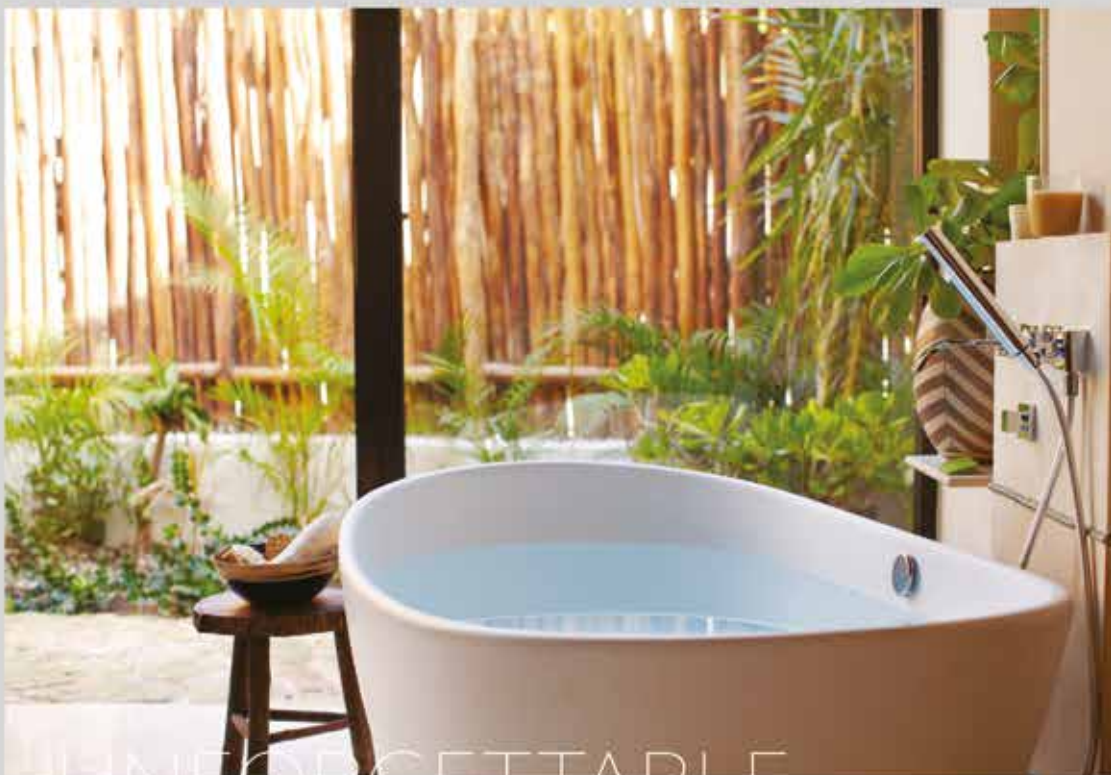
To **Gomez Vazquez International** redefining luxury involves returning to basics.
Designing spaces with a clear sense of unity and functionality
where people can connect with themselves.



JW MARRIOTT, SAN PEDRO DE LOS RIOS

QUALITY & UNIQUENESS

Luxury must be equivalent to quality and uniqueness.



UNFORGETTABLE EXPERIENCES

Through our architecture we create differentiated brand experiences that last a lifetime.

A photograph of a luxurious outdoor lounge area. The scene is framed by a thatched roof at the top. In the center, a wicker sofa with light-colored cushions and several throw pillows is positioned against a wall with a textured, stone-like pattern. Above the sofa, a light purple fabric is draped. To the left of the sofa is a small round wooden table with a white chair. To the right is another wicker chair. In the foreground, a swimming pool with clear blue water is visible. The overall atmosphere is serene and elegant.

LUXURY

IS IN

THE

DETAILS

ENJOYMENT EXTENDS INTO EXPERIENCE

Our goal is to connect people through architecture, art and culture.



ATTENTION TO DETAILS

For us, beauty is not enough.
We pay special attention to details.

GÓMEZ VAZQUEZ INTERNATIONAL

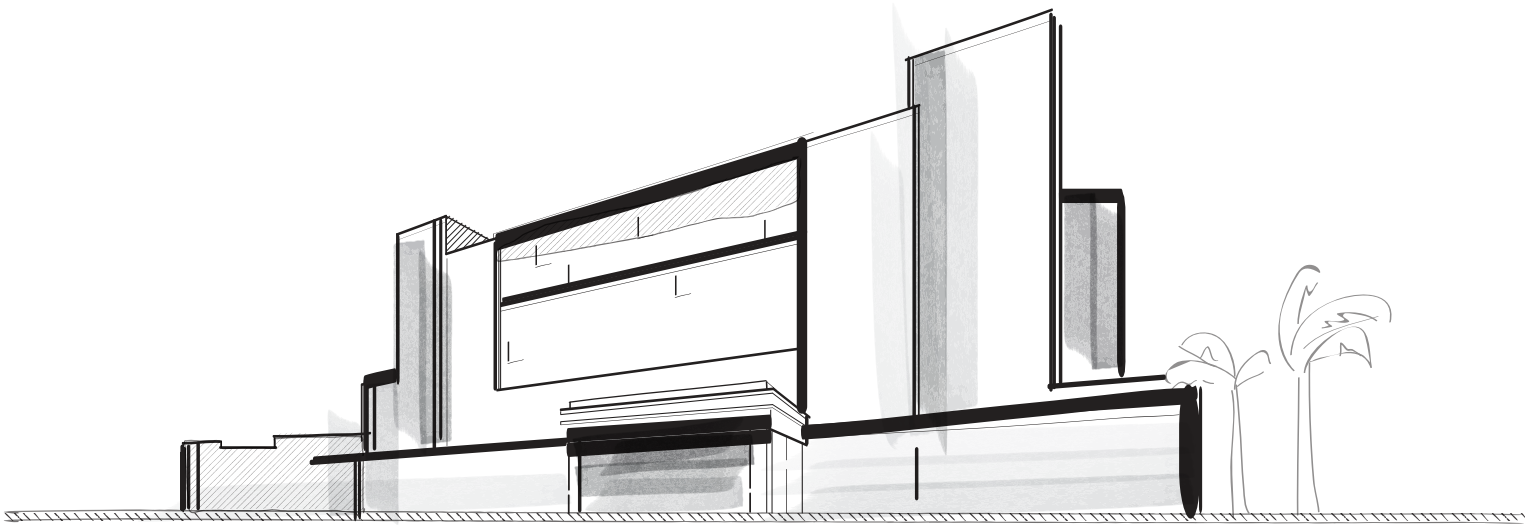


EXCELLENCE & INNOVATION

Architecture is not only order, equilibrium, hierarchy...
It's much more.
Our approach to design is grounded in excellence, innovation
and sustainability.

GOMEZ VAZQUEZ

INTERNATIONAL



G O M E Z V A Z Q U E Z

I N T E R N A T I O N A L

www.gvi.archi

MIAMI

AUSTIN - SAN ANTONIO

PANAMA

MEXICO CITY

GUADALAJARA

SUSCRÍBETE

INM•BILIARE



LA REVISTA MÁS PRESTIGIOSA DE LOS NEGOCIOS INMOBILIARIOS

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



Costo por año:

T: +52 55 55147914
suscripciones@inmobiliare.com

Realiza tu depósito en:

Banco: HSBC

Cuenta: 4038277406

Sucursal: 1920

Clabe: 021180040382774065

Beneficiario: Editorial Mexicana de Impresos, S.A. de C.V.

\$650.00
+ I.V.A.

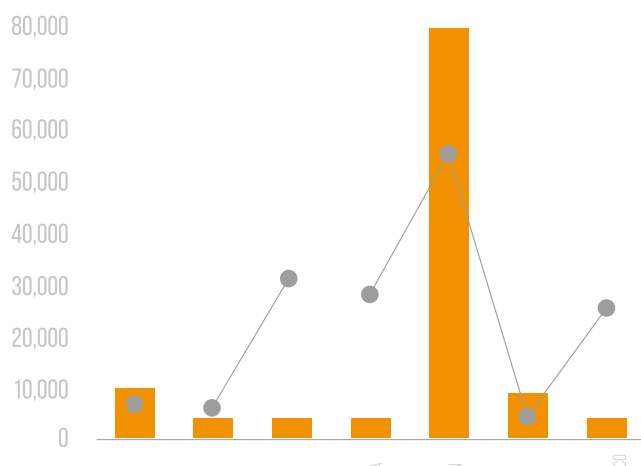
CRECIMIENTO DE INVENTARIO INDUSTRIAL A LO LARGO DEL 2018 SUPERA EL 6%

Por Newmark Knight Frank

A pesar de los cambios políticos y sociales experimentados en los últimos meses, los desarrolladores mantienen la confianza en este mercado. Destaca durante este cuarto trimestre, la consolidación de los microparques como producto exitoso. Esta tipología se ofrece con altos precios de renta y se comercializan rápidamente, incluso desde su etapa de construcción.

En este periodo se presentó un aumento de inventario por encima de los 100,000 metros cuadrados. Ello deriva, en gran medida, de naves que se integraron al inventario de parques como Multipark y Tulticedis VII. Las naves en construcción, por su parte, superaron los 500,000 metros cuadrados. Este dinamismo, que supera en 18% lo reportado el año pasado, se debe a la gran actividad de parques como Cuautipark II y Ferromex, ambos en el corredor CTT.

Absorción y Tasa de Disponibilidad por Corredor

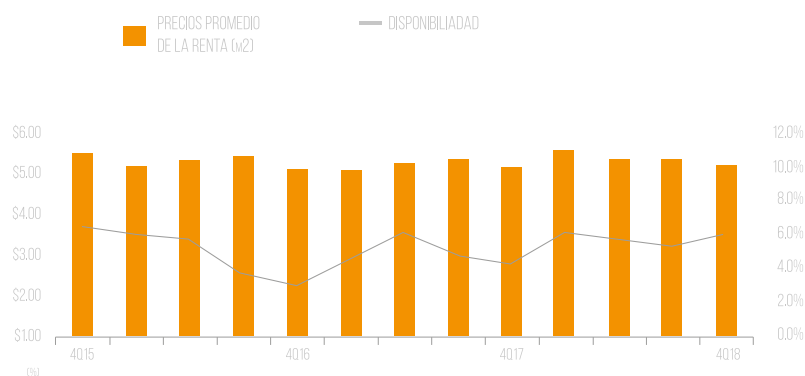




El mayor volumen de transacciones se encuentra dentro del corredor Tepotzotlán por un total de 81,000 metros cuadrados. Aquí destacan las operaciones de Hasbro con 28,365 metros cuadrados ocupados y de Elektra con 9,973 metros cuadrados. Le siguen, en orden de importancia, los corredores Cuautitlán, Tlalnepantla y Tultitlán con operaciones que superan los 13,000 metros cuadrados de naves clase A.



Pecios Promedio y Tasa de disponibilidad



En este trimestre, se presentó una baja en los precios de renta al pasar de \$5.31 a \$5.18/m². Ante las constantes variaciones del tipo de cambio, cada vez más desarrolladores están ofreciendo sus precios en pesos.

El panorama a futuro se ve vislumbra sólido. Actualmente, se cuenta con más de 1.4 millones de metros cuadrados en proyecto. En esta categoría, el corredor Cuautitlán concentra el 27.6% de la superficie. Estos proyectos se ubicarán principalmente dentro de los parques O'Donnell Puente México y Parque Logístico El Peral. **■**

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

ASOCIACIÓN DE FIBRAS EN MÉXICO

Los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (FIBRAS), son vehículos de negocio que permiten tener acceso al comercio inmobiliario de rentas, están diseñados para tener una administración profesional e institucional de inmuebles. Mediante esta figura los inversionistas individuales e institucionales tiene acceso a recibir crédito de propiedades sin tener que comprar o administrar directamente estos.

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

En México existe la Asociación Mexicana de FIBRAS Inmobiliarias (AMEFIBRA), que representa a 11 fideicomisos en el país de diversos sectores como: comercial, industrial, hotelero, oficinas u otro segmento que genere rentas en el país.

La institución es la comisionada del sector ante las autoridades regulatorias; informan sobre los beneficios, características y estadísticas de la industria. De igual forma promueve políticas de transparencia y homologación del reporte financiero y métricas de la industria.

Los socios fundadores cuentan con la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para operar como FIBRA; asimismo, estos cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y están regulados por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

COMITÉ DIRECTIVO

Constituido para impulsar el trabajo de la asociación, de igual forma propone ideas y contribuye con el desarrollo de una cultura colaborativa.

Directora General: Josefina Moises.

Presidente: Luis Gutiérrez, Fibra Prologis.

Tesorero: Carlos Gómez, Terraфина.

Comisión de Normatividad y Mercados de Valores:
Gonzalo Robina, Fibra UNO.

Comisión de Comunicación y Mercadotecnia:
Jorge Serrano, Fibra Danhos.



AMEFIBRA representa a 11 fideicomisos de México de diversos sectores.



ASOCIADOS EN AMEFIBRA

TERRAFINA:

Su portafolio es industrial y constituido principalmente para adquirir, ser propietarios, desarrollar y administrar bienes inmuebles en el país. Su cartera de inmuebles son almacenes y otras propiedades de manufactura ligera, principalmente en mercados sólidos como en el centro, bajo y norte de México.

FIBRA MTY:

Constituido para adquirir, administrar y desarrollar propiedades. Su estrategia de crecimiento contempla inversiones que presenten oportunidades (por su relación riesgo-rendimiento, capacidad de reposicionamiento, sale and leaseback, build-to-suit, y similares) y son el primer fideicomiso en el país.

FIBRA DANHOS:

Fundado para desarrollar, ser propietarios, arrendar, operar y adquirir activos inmobiliarios comerciales y de calidad premier en México.

FIBRA INN:

Formado para adquirir, desarrollar y rentar un grupo de propiedades destinadas a hospedaje del viajero de negocios en el país. Tienen contratos con franquicias, de licencia y uso de marca con cadenas hoteleras internacionales para operar sus marcas globales.

FIBRA PROLOGIS:

Constituido con el objetivo de adquirir y administrar inmuebles destinados a actividades industriales en México.

FIBRA MACQUARIE:

Es administrada por Macquarie México Real Estate Management, S.A. de C.V., la cual opera dentro de Macquarie Infrastructure and Real Assets, una división de Macquarie Group y administradora alternativa global de activos y cuenta con bienes. Se enfocan en bienes inmuebles, infraestructura y sectores relacionados.

FIBRA HOTEL:

Creado para desarrollar, adquirir, poseer y operar hoteles orientados a viajeros de negocios en los segmentos de servicios limitados, servicios selectos, servicios completos y estancia prolongada.



**AMEFIBRA promueve
políticas de transparencia
y homologación del
reporte financiero.**

FIBRA SHOP:

Se especializa en centros comerciales; fue fundada para adquirir, desarrollar y operar estos comercios. En su portafolio cuentan con 18 inmuebles.

FIBRA HD:

Diseñada para pagar distribuciones de efecto a los tenedores de sus certificados, provenientes del arrendamiento de las propiedades que formen parte del patrimonio del fideicomiso.

FUNO:

Enfocados en la generación de valor sostenible para sus inversionistas mediante la operación, adquisición, venta y desarrollo de inmuebles para usos comercial.

FIBRA PLUS:

Se apoya de un selecto grupo de desarrolladores y operadores de propiedades, así como en un modelos de negocio que integra verticalmente una cadena de valor que va desde la identificación de los conceptos y ubicaciones, hasta la operación, arrendamiento y estabilización de los inmuebles. [●]



MERCADO INMOBILIARIO 2019: PERSPECTIVAS

No solamente está arrancando un nuevo año, el 2019 trae consigo el cambio de gobierno para México y esto puede modificar las expectativas en el sector inmobiliario o generar cierta incertidumbre respecto a lo que se vislumbra para el mercado del Real Estate.

La demanda de vivienda en renta ha ido aumentando en los últimos años, principalmente por el cambio en los hábitos de consumo y estilo de vida de las nuevas generaciones; también factores como el alza de precio en la compra de casas o departamentos ha influido en esta preferencia; a la vez una posible inestabilidad del mercado financiero para adquirir una hipoteca o simplemente la necesidad de movilidad laboral y evitar el tránsito en una ciudad tan caótica como lo es la capital del país.

A mediados del 2018 existía la incertidumbre si invertir en el sector sería redituable o no, ya que se esperaba una caída en la industria, por el tipo de cambio y nuevo Gobierno, etc.; sin embargo, todo quedó en el escenario de la especulación, con el pasar de los años o en este caso las transiciones de gobierno, observamos que cualquier momento es adecuado para realizar una inversión en la industria inmobiliaria. La demanda de vivienda siempre estará latente en la sociedad, es una necesidad básica.

Por **Jordi Greenham**
CEO & CoFounder Homie.mx

.....

A MEDIADOS DEL 2018 EXISTÍA LA INCERTIDUMBRE SI INVERTIR EN EL SECTOR SERÍA REDITUABLE O NO, YA QUE SE ESPERABA UNA CAÍDA EN LA INDUSTRIA, POR EL TIPO DE CAMBIO Y NUEVO GOBIERNO, ETC.; SIN EMBARGO, TODO QUEDÓ EN EL ESCENARIO DE LA ESPECULACIÓN.





SE HA OBSERVADO UN INCREMENTO CONSIDERABLE EN LA INVERSIÓN INMOBILIARIA Y NO SOLO EN LA CDMX, ENTIDADES COMO PUEBLA, QUERÉTARO, JALISCO, MONTERREY Y BAJA CALIFORNIA MUESTRAN UN AUMENTO DE CAPITAL INVERSOR.

Se ha observado un incremento considerable en la inversión inmobiliaria y no sólo en la CDMX, entidades como Puebla, Querétaro, Jalisco, Monterrey y Baja California muestran un aumento de capital inversor para subsanar la demanda de vivienda que tenemos actualmente. Se espera que la iniciativa privada siga en sintonía y apueste por la vivienda en vertical invirtiendo nuevamente sus activos.

Invertir representa en la mayoría de los casos un riesgo, en mayor o menor medida dependiendo del sector, y los bienes raíces son uno de los más seguros, además siempre aumenta su valor con el paso del tiempo. Es importante anticiparse y apostar por ciudades que están tomando fuerza y creciendo considerablemente.

Adquirir casas o departamentos hoy en día es visto como un negocio, la retribución mensual que se obtiene ayuda a los inversionistas a retribuir el capital inicial, el resto son ganancias. Aquí es donde surge el término yield inmobiliario. El yield define el retorno anual de una inversión en porcentaje. No tiene nada que ver con la apreciación o devaluación del inmueble sino con el ingreso anual que te aporta una inversión determinada, en este caso precio de compra de una propiedad con el monto anual en porcentaje de la renta del mismo.

Para poder valorar la rentabilidad que tiene un inmueble se debe revisar que el yield neto, que es la renta neta del inmueble dividida entre el valor que tiene en el mercado, de esta forma puede considerarse atractivo para la inversión; mientras que el valor del inmueble en el mercado puede ser más alto dependiendo la ubicación, dimensión y amenidades con las que cuenta.

Así que hay que elegir sabia y numéricamente en dónde invertir, no solamente la Ciudad de México, es cierto que aquí es donde se concentra la mayor parte de vivienda en renta disponible, pero otras ciudades como Monterrey, Guadalajara, en los estados de Puebla, Querétaro o Baja California son opciones que se deben tener en el radar por el crecimiento que van mostrando en los últimos años.

La industria se ha ido adaptando a los cambios generacionales, los grandes desarrolladores están apostando por cubrir las necesidades de vivienda de la sociedad. Actualmente los inmuebles más asediados son los que incluyen distintas amenidades como gimnasios, roof garden, salón de usos múltiples, etc.; o bien existe la posibilidad de un desarrollo de uso mixto donde incluya centros comerciales o supermercados en el mismo lugar. La apuesta sigue en pie y continuará evolucionando, la vivienda en vertical seguirá tomando fuerza y con ello mitigar el déficit que actualmente tenemos en el sector.



Realizar una inversión en vivienda siempre es redituable, hay un segmento poblacional importante que busca un hogar, desde los millennials que se independizan o los que ya se encuentra formando una familia, hasta los expatriados de grandes empresas que buscan un hogar, que en este caso las necesidades son completamente distintas. Además de incrementar tus activos, tienes una retribución importante con el pasar de los años.

La tendencia de vivienda va cambiando y también la demanda por rentar un departamento o casa, las necesidades laborales orillan a las personas a estar en constante movimiento, por lo que la renta de inmuebles seguirá prevaleciendo sobre la compra, destacando las colonias emergentes en la capital y algunas ciudades en el resto del país.

Las alcaldías que presentan un mayor interés para la inversión inmobiliaria son Miguel Hidalgo, Tlalpan, Álvaro Obregón, Benito Juárez y Cuajimalpa. Sin embargo, las zonas que siguen concentrando cerca de la mitad de propiedades disponibles para renta son Benito Juárez, Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc, ya que siguen brindando comodidad, conectividad, disponibilidad de servicios y cercanía a los grandes centros laborales de la CDMX.

Invertir tu capital de manera segura, en menor o mayor escala, son los bienes raíces; es un negocio muy versátil que ofrece grandes beneficios en momentos de inestabilidad financiera. El mercado inmobiliario es estable y el beneficio que reditúa a largo plazo es importante.

Esta misma seguridad es reforzada ya que la rentabilidad o valor de los inmuebles, se ve menos afectada por el tipo de cambio que si se invierte capital en otras formas. La industria inmobiliaria permite cierta flexibilidad para realizar inversiones, dependiendo de la cantidad que tengas disponible o bien la zona en la que quieras explorar; hay inmuebles interesantes en los cuales puedes jugar e ir incrementando tus activos, al final, la decisión recae en cada uno de nosotros sabiendo identificar cada área de oportunidad en el momento adecuado.

EL PANORAMA LUCE
FAVORABLE PARA
TODO EL SECTOR
INMOBILIARIO,
ESPECIALMENTE PARA
QUIENES FUNCIONAN
COMO ARRENDADORES
E INVERSIONISTAS DE
GRANDES PROYECTOS
DE VIVIENDA.



El panorama luce favorable para todo el sector inmobiliario, especialmente para quienes funcionan como arrendadores e inversionistas de grandes proyectos de vivienda, el cambio se refleja en las preferencias sociales, por lo que invertir en bienes raíces siempre es alentador si logras identificar las necesidades del mercado y atacarlas oportunamente. Del otro lado de la moneda nos encontramos a los arrendatarios, con la nueva oferta habitacional e inversión que experimentan distintas ciudades, podríamos observar una disminución del precio de renta, sin embargo, la demanda sigue creciendo considerablemente, por ende, llegaría una estabilización de los precios del mercado de renta sin alzas abruptas.

Como toda inversión es necesario hacer una evaluación que considere el porcentaje de capital que se desea utilizar. Invertir razonablemente en zonas que emergen paulatinamente y esperar a que se coticen de buena forma con la urbanización o gentrificación, es totalmente válido. Invertir desde un inicio en zonas altamente demandadas, de igual forma puede ser redituable; no obstante, el capital inicial tendría que ser mucho mayor. En este caso hay que considerar la tendencia y necesidades del mercado para poder sacarle provecho. En cualquiera de las modalidades, las ganancias y el retorno de inversión son estables y graduales con el paso de los años.

El 2019 pinta alentador para la industria, los nuevos proyectos inmobiliarios, inversión, necesidades del mercado y una excesiva demanda de hogares nos hacen pensar que hay muchas cosas que hacer para poder mitigar el déficit de vivienda que tenemos actualmente, hablando específicamente de la CDMX. Esto es una ventana de oportunidad para seguir brindando todas las facilidades para un arrendamiento fácil, rápido y sin complicaciones, así como toda la seguridad a los propietarios e inversionistas que buscan un cliente seguro que les garantice la estabilidad de su inmueble además del pago puntual de su renta. [●]

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





ESCENARIOS FISCALES PARA EL LIBRE COMERCIO Y LA INVERSIÓN EN MÉXICO

Por Xareni Zafra Gatica
xareni.zafra@inmobiliare.com

El nuevo gobierno encabezado por Andrés Manuel López Obrador (AMLO), busca detonar la inversión y crecimiento en el país, a partir de diferentes programas y estructuras fiscales.

En el sur-sureste se le dará continuidad al proyecto de Zonas Económicas Especiales (ZEE). En la frontera norte desde el 1 de enero del 2019 se implementó la zona libre. Mientras que en el Bajío se desarrolla el concepto de Recinto Fiscalizado Estratégico (RFE), el cual se ha anunciado para estados como Querétaro y Guanajuato.

Todo esto generará un mapa interesante en el país con distintos escenarios fiscales, habrá que ver cómo se desarrollan y ejecutan a lo largo del sexenio, ya que mientras que las ZEE se enfocarán en los estados más pobres para poder salir del rezago económico y social; las zonas libres buscarán hacer más competitivas a las entidades fronterizas frente al mercado de Estados Unidos.

ZONAS ECONÓMICAS ESPECIALES

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) se implementaron por primera vez en Irlanda en 1959 con el fin de impulsar el crecimiento económico sostenible en regiones consideradas prioritarias para el desarrollo de cada nación, en donde el

Estado genera condiciones para reducir la pobreza mediante la provisión de servicios básicos, el fomento a la inversión, productividad, competitividad, empleo y mejor distribución de ingresos. Surgieron como una respuesta a los problemas derivados de la falta de coordinación entre el capital privado y las instituciones gubernamentales.

De acuerdo con el Reporte sobre las Economías Regionales Enero-Marzo 2018 del Banco de México, las ZEE han demostrado su efectividad para acelerar el desarrollo local en al menos la mitad de lugares donde se han establecido a nivel mundial. Ejemplo emblemático es la zona de Shenzhen en China, donde el PIB per cápita se incrementó 150 veces más desde que se instauró en la década de los ochenta. En Asia otros casos de éxito se ubican en Malasia, Corea del Sur, Sri Lanka y las Filipinas, mientras que en América Latina se encuentran en Brasil y Panamá.

En México, las ZEE surgieron hace una década, en el segundo año de mandato de Felipe Calderón (2008), y durante el gobierno de Enrique Peña Nieto tuvieron mayor impulso con la Ley Federal de Zonas Económicas Especiales (LFZEE), promulgada en el año 2016.

ESTADOS CON INCENTIVOS FISCALES



A finales de 2017 y principios de 2018, el Ejecutivo Federal, emitió la declaratoria para el desarrollo de siete ZEE en el país: Coatzacoalcos en Veracruz; Puerto Chiapas en Chiapas; Lázaro Cárdena-La Unión en Michoacán y Guerrero; Salina Cruz en Oaxaca; Progreso en Yucatán; Champotón en Tabasco; y Dos Bocas en Campeche.

Conforme a la medición de la pobreza realizada por el CONEVAL en 2016, las zonas elegidas se encuentran en las entidades con mayor incidencia de pobreza extrema en el país;

por lo tanto, tienen como finalidad impulsar el crecimiento económico sostenible y buscar un equilibrio con las regiones de mayor desarrollo.

En México las ZEE sólo pueden ser declaradas mediante decreto presidencial, en el cual se establece el polígono territorial, su área de influencia y los beneficios fiscales que aplicarán a las empresas. Los territorios en los que se ubiquen deben satisfacer los siguientes requisitos: situarse en una de las diez entidades federativas con mayor incidencia de pobreza extrema.

Establecerse en áreas geográficas estratégicas para facilitar la integración hacia otros mercados nacionales y/o internacionales. Permitir la instalación de sectores productivos y ubicarse en uno o más municipios con una población entre 50 mil y 500 mil habitantes.

En cada declaratoria se define también la vocación productiva del lugar; es decir, las actividades económicas con potencial de desarrollo. En el siguiente cuadro se muestra las vocaciones productivas de las siete zonas:

VOCACIONES PRODUCTIVAS DE LAS ZEE PUBLICADAS EN EL DOF

Zona Económica Especial	Agroindustria	Automotriz	Eléctrica y Electrónica	Maquinaria y equipo	Metal-Mecánica	Siderúrgica	Papel y pulpa	Química y Petroquímica	Tecnologías de la información
Coatzacoalcos	●						●	●	
Lázaro Cárdenas-La unión	●	●			●	●			
Salina Cruz	●		●	●	●				
Puerto Chiapas	●	●	●				●		
Progreso									●
Champotón	●							●	
Dos Bocas	●			●				●	

Fuente: Elaborado por Banco de México con base en información de la Autoridad Federal y las Declaratorias de las ZEE en el DOF.

De acuerdo al Banco de México los beneficios fiscales que se aplican en las ZEE, consisten principalmente en: una disminución del impuesto sobre la renta del 100% en los primeros 10 años y del 50% los siguientes 5 años; el otorgamiento de créditos fiscales equivalentes al 50% de las cuotas patronales del componente de salud del IMSS los primeros 10 años, y del 25% los siguientes 5 años; y la aplicación de una tasa del 0% del impuesto al valor agregado a las actividades realizadas en el lugar, a los bienes que se introduzcan en estas, así como a los servicios que se aprovechen en su interior, siempre y cuando estos últimos sean provistos por empresas residentes en México.

Además, hay un régimen aduanero especial que pretende facilitar la importación y exportación en las ZEE. Consiste en exentar a las empresas de impuestos al comercio exterior y de restricciones no arancelarias (cupos de importaciones y certificaciones, entre otras).

AMLO ha dado a conocer que dará continuidad al proyecto de las ZEE, toda vez que coincidan con el plan nacional para recuperar la economía en el sur del país. Sin embargo, el mayor reto que enfrentan es dotar de infraestructura a las zonas, ya que los índices de desarrollo de estas regiones se encuentra muy por debajo de la media nacional.

RECINTO FISCALIZADO ESTRATÉGICO (RFE)

Otro escenario fiscal en México es el RFE, el cual representa una opción principalmente para los estados del Bajío, de forma que puedan competir por dar mejores incentivos para atraer a la inversión privada.

El RFE es un inmueble ubicado dentro de la circunscripción de cualquier aduana, el cual se habilita para la introducción de mercancías bajo el régimen aduanero también denominado recinto fiscalizado estratégico. Es decir, es una zona franca donde las empresas nacionales o extranjeras, principalmente en un parque industrial, pueden introducir materias primas o productos para su posterior manejo, transformación, reparación, comercialización, almacenaje, custodia, exhibición, venta, distribución o elaboración, entre otros, sin la necesidad de incurrir en contribuciones y aranceles.

Este esquema fiscal tiene su origen en el 2002 cuando en el mandato de Vicente Fox Quesada se implementó una serie de reformas a la Ley Aduanera. En diciembre del 2013 se estableció la posibilidad de habilitar el RFE en todo el territorio nacional, portuarios y en el interior del país, mientras en febrero del 2016 se amplían los beneficios fiscales y las facilidades administrativas, a fin de ser detonadores del desarrollo industrial, propiciando la atracción de inversiones.



De acuerdo el portal del SAT hay seis RFE activos: Aguascalientes, Altamira, Ciudad Hidalgo, Lázaro Cárdenas, Mazatlán y Veracruz; y siete operadores del régimen de RFE, cinco en Aguascalientes, Altamira y Ciudad Hidalgo.

Los beneficios fiscales, operativos y administrativos son varios. En términos fiscales desataca la certificación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), aplicación de Derecho de Trámite Aduanero, y el ingreso de mercancías nacionales para almacenaje sin considerarlas exportación definitiva.

Por la parte operativa, tiene la ventaja que el plazo de permanencia de las mercancías en general será de 60 meses y para maquinaria y equipo dependiendo de la vigencia de autorización.

En cuanto a la parte administrativa, destaca que no se requiere una superficie mínima para la autorización, tampoco se necesita demostrar la viabilidad económica y financiera del proyecto.

El RFE es una opción para empresas extranjeras en cuanto al almacenamiento de insumos se refiere, porque otorga eficiencia en la logística.

Proven solution for the Industrial Real Estate Market

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

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



ZONA LIBRE EN LA FRANJA FRONTERIZA DEL NORTE

El programa de la Zona libre de la Frontera fue presentado desde la toma de protesta de AMLO y entró en vigor el 1 de enero del presente año en los 43 municipios fronterizos con Estados Unidos. Sitios donde se disminuyó el pago del IVA del 16 al 8% y el ISR a 20%, así como la homologación del precio de combustible con Estados Unidos y el aumento del salario mínimo al doble con 176.72 diarios.

La franja fronteriza incluye seis estados del país, va desde Baja California hasta Tamaulipas y los 43 municipios que la conforman son responsables del 7.5% del PIB nacional. La zona libre cuenta con cerca de 79 mil 500 kilómetros cuadrados, 3 mil 180 kilómetros de longitud y 25 kilómetros a partir de la línea divisoria con Estados Unidos, por lo que se considera la más grande del mundo.

De acuerdo con la declaraciones realizadas por la Secretaria de Economía, Graciela Márquez Colín, en el evento “Zona Libre de la Frontera Norte” que se llevó a cabo el pasado 4 de enero en Reynosa, Tamaulipas. El proyecto de la zona libre forma parte de los 25 programas prioritarios del presidente Andrés Manuel.

“Con este arranque, nosotros lo que estamos tratando de detonar es el potencial productivo, la ventaja de localización y más y mejores empleos en 43 municipios de la zona fronteriza. Las localidades de la frontera norte tienen un potencial productivo muy significativo por contar, desde hace mucho tiempo, con atractivos para la inversión tanto nacional como extranjera” expresó la Secretaria.

La idea de establecer la zona libre es para atraer mayor inversión y tener un mercado más competitivo frente al país vecino. Se busca que a mediano y largo plazo la zona tenga un crecimiento económico anual del 5 o 6 por ciento, ya que entre los años 2013 y 2017, la franja fronteriza ya presentaba un crecimiento económico mayor que el promedio nacional con un 3.1% frente al 2.6% de todo el país, esto quiere decir que es una entidad dinámica. En palabras de la Secretaria: “es una región que en términos de la producción es mucho más rica que el resto del país y crece a tasas más elevadas. De ahí que los estímulos fiscales, el aumento del salario mínimo y el cierre de la brecha de los energéticos va a dinamizar aún más esta potencialidad de crecimiento”.

El decreto de beneficios fiscales tendrá vigencia durante 2019 y 2020, y se pretende aplicar de la misma manera en la frontera sur con Belice, en el estado de Quintana Roo. **[•]**

*Con información del portal de la Secretaría de Economía.





M É X I C O

Conferencia
Internacional

2019



CPTED

SEGURIDAD HUMANA Y SEGURIDAD URBANA
Los expertos en Prevención Situacional y del Delito a través del Diseño Ambiental

Forma parte del más grande evento ÚNICO en el país y participa
en el lanzamiento de la Primera EXPO Prevención y Seguridad



EXPO

Prevención y Seguridad

28, 29 y 30 de agosto

Hotel Sede: IBEROSTAR
Cancún, Quintana Roo

info@expoprevencionyseguridad.com
info@icaconferencia2019.org.mx

CROWDFUNDING INMOBILIARIO,

TENDENCIA MUNDIAL EN CRECIMIENTO

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

Cuando se trata de inversiones en el sector de bienes raíces, se piensa en altas cantidades de dinero que no siempre son accesibles para todas las personas; sin embargo, el crowdfunding inmobiliario se ha convertido en una alternativa que abre la puerta a nuevas oportunidades de negocios con riesgos mínimos y montos accesibles.

De acuerdo con la consultora internacional PwC, para 2020 se estima que el monto de inversión acumulado bajo el esquema de crowdfunding inmobiliario alcance 250 mil millones de dólares a nivel mundial, convirtiéndolo en uno de los segmentos con mayor crecimiento de manera internacional.

Para 2020 se estima que el monto de inversión acumulado bajo el esquema de crowdfunding inmobiliario alcance 250 mil millones de dólares a nivel mundial.

Se trata de una práctica asentada y regulada en países de Norteamérica y Europa desde hace más de 10 años; en comparación con México, donde no existía una ley hasta apenas un año con la aprobación de La Ley Fintech, la cual regula a las Instituciones Financieras Tecnológicas (ITF), que comprenden tres grupos: 1. Plataformas de Fondeo Colectivo o Crowdfunding; 2. Procesadores de Pagos y 3. Criptomonedas.

A pesar de que el país del norte es considerado pionero en este tipo de plataformas digitales, México ha mostrado un crecimiento en esta nueva forma de hacer negocios, “estas plataformas vienen a hacer una inclusión financiera muchos más sólida, atractiva e interactiva que los bancos”, comentó David Agmon Mizrahi, CEO de Inverspot, en entrevista exclusiva para Inmobiliare.

“Las plataformas vienen a hacer una inclusión financiera muchos más sólida, atractiva e interactiva que los bancos”.
David Agmon Mizrahi, CEO de Inverspot





De acuerdo con el director de Inverspot, la compañía aumentó su número de inversionistas en 50% de noviembre del 2017 a noviembre del 2018, "anteriormente teníamos 800, hoy suman 1600. Además contamos con inversionistas en ciudades de Estados Unidos como Miami y Los Ángeles; un par en Chile; y casi en toda la república mexicana pero principalmente en la Ciudad de México".

El crecimiento que han mostrado desde sus inicios las plataformas de crowdfunding en México es prueba de la aceptación que han tenido dentro del sector de *Real Estate* y financiero.

Por su parte José Enrique González, director de operaciones de M2CROWD, señaló que esta práctica permite realizar inversiones con hasta cinco veces más rendimientos que los bancos, "hoy en día, según la Condusef los bancos que te dejan invertir desde 500 o 1000 dan 3% de interés sin contar la retención de impuestos. Si nosotros comparamos ese 3% contra el 15% estamos hablando de 5 veces más de ganancia".

En Norteamérica operan firmas de *Real Estate crowdfunding* como Prodigy Network que tienen como mayor ventaja el cambio de divisas. Invertir en inmuebles americanos favorece a los inversionistas, debido a que todas las operaciones son en dólares.

En entrevista para Inmobiliare, Lisandro Videla, Director de Prodigy Network comentó "el mercado en Estados Unidos está mucho más regulado, "por *The Jumpstart Our Business Startups* (JOBS), ley promulgada por el entonces Presidente Barack Obama en 2012. Todo el vehículo de inversión es americano, ley americana de Nueva York".

Ciudades como Manhattan y Chicago le han permitido a los clientes de Prodigy Network invertir en proyectos inmobiliarios con altos retornos de inversión seguros y confiables. Para Lisandro Videla, la razón principal para la elección de las ubicaciones, es porque históricamente han tenido muy buen performance y han representado una cobertura y resistencia frente a crisis.

"Hasta noviembre del año pasado la compañía recaudó entre 160 y 180 millones de dólares a nivel mundial, del cual México representó aproximadamente 20%, es decir, está dentro de los 5 países del mundo que más fondos recauda" comentó el Director de Prodigy Network.

"México está dentro de los 5 países del mundo que más fondos recauda". Lisandro Videla, Director de Prodigy Network

Finalmente los directivos coinciden en que es necesario que más personas se acerquen y conozcan las ventajas que el crowdfunding tiene sobre su economía, al permitir diversificar las inversiones para obtener más y mejores rendimientos. [●]





¿QUÉ IMPUESTOS SE DEBEN PAGAR AL COMPRAR O VENDER UN INMUEBLE?

Por **Tu Cantón**

Tener en mente el costo de los impuestos totales a la hora de realizar una transacción de cualquier tipo de inmueble, te llevará a realizar o aceptar una buena oferta.

Cuando se piensa en adquirir o vender un inmueble, es común que la mayoría de las personas sientan incertidumbre al plantearse las siguientes preguntas: ¿cuál será su precio o costo final?, ¿qué tasa de interés se manejará?, ¿me aprobarán el crédito Infonavit? Estas y otras dudas llegan a incrementarse cuando se toca el tema de pago de impuestos.

“El realizar cualquier transacción de un departamento o casa conlleva a una serie de costos adicionales, éstos pertenecen a los impuestos que se deben pagar y que son variables en cada zona del país. De ahí la importancia de estar correctamente asesorado”, comentó Juan José Solórzano CEO y Co-fundador de Tu Cantón.

IMPUESTO POR VENTA DE INMUEBLES

En caso de que tú desees vender tu propiedad, deberás tener en consideración el pago de Impuesto Sobre la Renta (ISR), el cual equivale al 32% sobre el valor de tu residencia. De igual manera, existe una forma de obtener un beneficio para exentar el ISR, siempre y cuando no hayas realizado una venta de inmuebles en los últimos tres años.

DEBES TENER EN CONSIDERACIÓN EL PAGO DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA (ISR), EL CUAL EQUIVALE AL 32 POR CIENTO



IMPUESTO POR COMPRA DE INMUEBLES

Si ya estás arrancando el año con el propósito de adquirir un departamento, deberás considerar el pago del ISAI (Impuesto Sobre la Adquisición de un Inmueble), más tus gastos notariales. Estos últimos equivalen al 10% sobre el valor de la propiedad. Cabe señalar que cada impuesto puede variar dependiendo de la entidad federativa en la que te encuentres.

Por otra parte, si vives en la Ciudad de México, tienes la opción de participar en el programa social Jornada Notarial, el cual otorga importantes reducciones de impuestos, derechos y honorarios notariales en la escrituración. Mantente al tanto del calendario para la Jornada Notarial 2019 en la página oficial del Colegio Nacional del Notariado Mexicano.

CADA IMPUESTO PUEDE VARIAR DEPENDIENDO DE LA ENTIDAD FEDERATIVA EN LA QUE TE ENCUENTRES

LOS REQUISITOS SON PRIMORDIALES

Tanto para el comprador, como para el dueño del inmueble, es primordial cumplir con ciertos requerimientos, tales como una carta oferta, certificado de no adeudos fiscales y avalúo de la propiedad, por mencionar algunos.

Ya sea que compres una vivienda o tengas un inmueble en venta, debes estar bien informado sobre los requisitos para ambos casos. Estar bien asesorado es factor clave para hacer una buena inversión en bienes raíces.



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



El estado de Sinaloa es uno de los principales destinos turísticos del país, razón por la que también está considerado como una de las entidades con mayor actividad de este tipo a nivel nacional, tan sólo durante el 2018 se registró la llegada de 3 millones 630 mil 505 turistas, según datos de la Secretaría de Turismo estatal.

Ciudades como Culiacán, Los Mochis y Mazatlán ofrecen experiencias únicas que sumadas a la tradición, historia, gastronomía y playas dan como resultado un destino ideal para vacacionar. Mazatlán es uno de los importantes y más visitados puntos del estado, que durante el año pasado recibió más de 2.2 millones de visitantes, de los cuales casi 70% fueron nacionales.

De acuerdo con el secretario de Turismo Estatal, Oscar Pérez Barros, el impacto positivo del Tianguis Turístico 2018 dejó un resultado favorable en la recepción de turistas, ya que proyectó al municipio como un nuevo destino internacional de México.

Durante el año pasado arribaron a Mazatlán 90 cruceros turísticos con 258 mil 713 pasajeros; para 2019 se espera la llegada de 136, de las principales líneas navieras como lo son Carnival, Princess Cruises, Disney Cruise Line, Norwegian Cruise Line, Holland America Line, Celebrity Cruises, Oceania Cruises, y la llegada de dos cruceros de la línea británica Cruise & Maritimite Voyages zarpando de puertos mexicanos, uno navegará por el Mar de Cortés y el otro por el Pacífico Mexicano.



VIVE MAZATLÁN,

DESTINO TURÍSTICO LLENO DE COLOR Y CULTURA

Por Redacción Inmobiliare

La conectividad aérea de la ciudad también ha sido un punto importante para la recepción de viajeros nacionales e internacionales, el Aeropuerto Internacional de Mazatlán cuenta con conexión directa a destinos como Los Ángeles, Houston, Dallas, Chicago, San Francisco, Minneapolis, en Estados Unidos; Edmonton, Toronto, Montreal, Vancouver en Canadá; y Guadalajara, Ciudad de México, Tijuana, Monterrey en México, entre otros.

Mazatlán es la puerta del Corredor Económico del Norte. Con la apertura de la carretera Mazatlán-Durango el puerto de Mazatlán se ha convertido en el destino de playa preferido por los habitantes de los estados de Durango, Nuevo León,

Coahuila, Zacatecas, Chihuahua, Tamaulipas y Nayarit. El viajar por esta autopista, es una de las más gratas experiencias, ya que recorres el puente atirantado más alto del mundo, el cual posee un Record Guinness, justo en medio de la sierra.

Mazatlán es un destino que combina sol y playa con la riqueza arquitectónica de su centro histórico con detalles y acabados de corte neoclásico y barroco francés, que contribuyen a darle a una belleza única entre los destinos turísticos de México. Recorrer la Plaza Machado te permitirá disfrutar de sus jardines y su quiosco; visitar el majestuoso teatro Ángela Peralta, uno de los más bellos y auténticos en su género en México y declarado Patrimonio Histórico de la Nación en 1990.



Mazatlán tiene una actividad perfecta para todas las edades, con la belleza de sus atractivos naturales, sus paradisíacas playas, la riqueza en su fauna marina, el clima, la gente, la gastronomía, la cultura, las actividades, los deportes, la arquitectura, la vida nocturna, es uno de los destinos preferidos para visitar.

Sin embargo, Mazatlán no es el único lugar en Sinaloa para vacacionar, el estado cuenta con cuatro Pueblos Mágicos:

COSALA

Su nombre significa Lugar de mucha belleza, y está ubicado a 164 kilómetros de la capital del estado. Es un sitio con arquitectura colonial del siglo XVI que puede conocerse a pie o en un carruaje antiguo y un gran número de atractivos naturales, culturales e históricos, ejemplo de ello es la Parroquia de Santa Úrsula, La Quinta Minera o la Casa del Cuartel Quemado.

También ofrece actividades como lo son la pesca deportiva, aguas termales y aventura en la Reserva Ecológica del Mineral de Nuestra Señora como acampada, senderismo, rappel, etc.



EL FUERTE

Se encuentra a las orillas del Río Fuerte, dentro del circuito ecoturístico que abarca el Mar de Cortés y las Barrancas del Cobre y es una de las paradas en las que se detiene el ferrocarril El Chepe, el cual realiza un recorrido por dos de los atractivos naturales más importantes de México, de la Sierra Tarahumara a las Barrancas del Cobre. Esta ruta es considerada como una de las obras maestras de la Ingeniería Mexicana.

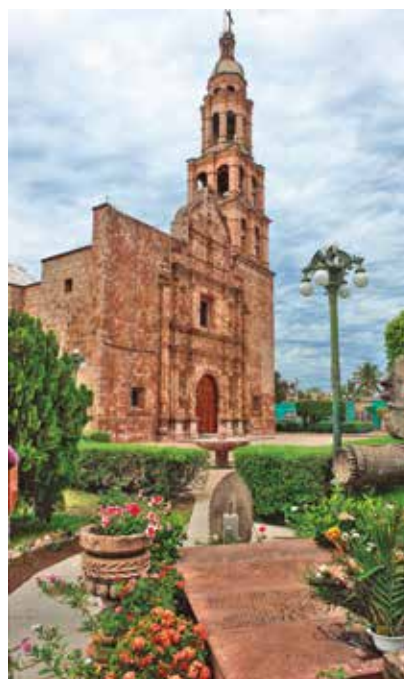
El poblado guarda una enorme variedad de historias y leyendas entre las paredes de sus templos, casonas y edificios públicos, como la leyenda de El Zorro, el famoso el Museo del Fuerte y su Danza del Venado. También pueden conocer petrograbados y danzas étnicas tradicionales de la región.

EL ROSARIO

Durante el siglo XVIII fue el pueblo más rico del noroeste del país. Se sitúa al sur del estado de Sinaloa a 64 kilómetros, al suroeste del puerto de Mazatlán. A 20 kilómetros de El Rosario se encuentran las Playas de Chametla, donde estuvieron algunos asentamientos prehispánicos; además se puede disfrutar de su paisaje y práctica de pesca deportiva de robalo, pargo y huachinango.

MOCORITO

Se trata del más reciente nombrado Pueblo Mágico, cuenta con más de 80 casonas y monumentos catalogados como patrimonio nacional por el INAH. La plaza central Miguel Hidalgo es el principal lugar público del municipio, todas las semanas se celebra el llamado "Viernes de Plaza", con agrupaciones musicales en el kiosco, ferias gastronómica y artesanal, y otros eventos culturales.



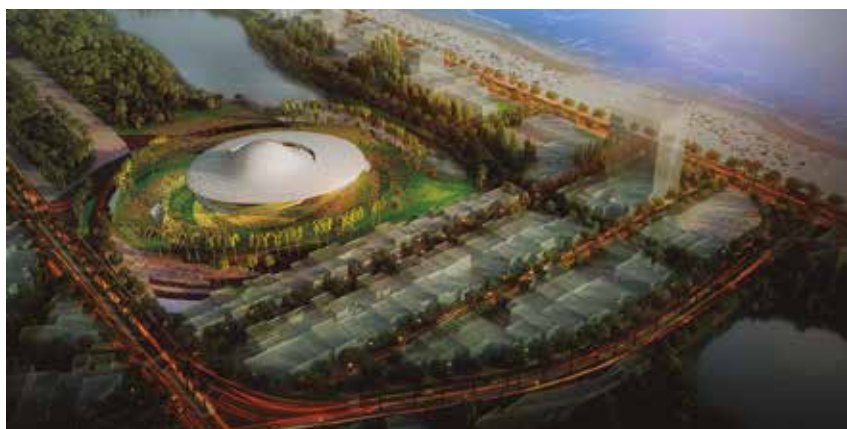
Para Sinaloa es fundamental la atracción de inversiones nacionales e internacionales, propiciando una mayor derrama económica por lo que el crecimiento de la oferta hotelera y el desarrollo de usos mixtos son algunos de los puntos importantes identificados como oportunidades de inversión para la entidad. Por lo que se está ejecutando una agenda de atracción turística para aterrizar marcas de cinco estrellas y resorts de las principales cadenas hoteleras, así como nuevos entretenimientos y servicios.

Cabe destacar que entre los grandes proyectos de infraestructura turística programados para que se lleven a cabo en este año, se encuentra el Parque Central. El cual nace de la iniciativa de un grupo de empresarios sinaloenses para impulsar la creación de un nuevo producto turístico de alta calidad.

El Parque Central es un proyecto destinado a contener programas educativos, deportivos, recreativos, culturales, turísticos y de entretenimiento. El proyecto contempla la construcción de un Museo de la Ciudad, un Acuario a Nivel Internacional, un Jardín Botánico, áreas recreativas y una serie de conexiones que permitan que el parque se transforme en una articulación urbana, un lugar destino, una reserva ecológica de fauna y flora regionales y el espacio público urbano más importante de la ciudad.

Oportunidades de Inversión:

- Crecimiento de la oferta hotelera de valor.
- Desarrollos de usos mixtos.
- Existencia de extensión de terrenos de grupos privados que tienen el interés de atraer
- desarrollos.
- Centro Integralmente Planeado "Playa Espíritu".



SAVE THE DATE

**28 Y 29
DE MARZO
2019**

**MAZATLÁN
INTERNATIONAL
CENTER**

1ST ANNUAL
**Real Estate
BUSINESS
SUMMIT**
MAZATLÁN 2019



PARTICIPA EN LA
**CUMBRE INMOBILIARIA
TURÍSTICA DEL PACÍFICO**

PATROCINIOS DISPONIBLES

inmobiliare.com/mazatlan

+52 (55) 55147914

LOS ÁNGELES ESTABLECE RÉCORD

DE 50 MILLONES DE VISITANTES EN 2018



La ciudad de Los Ángeles en Estados Unidos, estableció nuevos récords de turismo al registrar un total de 50 millones de turistas nacionales y extranjeros durante 2018, cifra prevista a alcanzar en 2020. Cabe destacar que del total de turistas, el 1.8% fueron provenientes de México.

POR **REDACCIÓN INMOBILIARE**

De acuerdo con el informe dado a conocer por *Los Angeles Tourism & Convention Board*, el incremento de visitantes mexicanos alcanzó un 4%, lo cual denota un resultado positivo para las iniciativas que ha puesto en marcha alrededor del mundo el Buró de Turismo de la ciudad.

En comparación, 2018 Los Ángeles recibió 1.5 millones de turistas más que en 2017, lo que equivale a un aumento del 3.1%, siendo el octavo año consecutivo de crecimiento turístico para la ciudad.

**Los Ángeles
recibió
1.5 millones
de turistas
más que en
2017, lo que
equivale a un
aumento
del 3.1 por
ciento**



La experiencia de viajar a Los Ángeles

El repunte en el crecimiento del turismo mexicano y del resto del mundo hacia L.A. se ha atribuido a tres principales factores:

- Aumento del 3.6% en la capacidad de asientos internacionales en el Aeropuerto Internacional de Los Ángeles (LAX).
- Adición de casi 2 mil nuevas habitaciones al inventario de hoteles de destino
- Creciente reputación de la ciudad como destino culinario y cultural por excelencia.

El mensaje hacia el mercado mexicano específicamente, se ha centrado en fortalecer los lazos culturales que comparten México y Los Ángeles, ciudad donde existe un número importante de residentes mexicanos.

Aunado a ello, tan sólo el año pasado, el turismo generó más de 547 mil empleos en L.A., especialmente en el sector del esparcimiento y hospitalidad con récord de 30.1 millones de noches de hotel vendidas, correspondientes a un aumento del 2.4 por ciento.

Arribar al **Aeropuerto Internacional de Los Ángeles (LAX)**, ubicado a 27 kilómetros del centro de la ciudad, representa toda una experiencia para los más de 50 millones de turistas, al ofrecer una amplia oferta gastronómica, cultural y de entretenimiento en sus nueve terminales. *Los Angeles Tourism & Convention Board* presenta a detalle cada una de sus atractivos que lo hacen uno de los aeropuertos más vanguardistas del mundo.



• Segmento Gourmet

LAX brinda a los viajeros una amplia gama culinaria que va desde comida rápida y orgánica, junto a una selección de vinos, cervezas y champán, así como postres artesanales, caviar y exclusivos platillos a cargo de chefs de alto nivel. La Terminal Tom Bradley (TBIT) cuenta con increíbles opciones de la mejor gastronomía local e internacional que incluye a *Border Grill* con auténticos platillos mexicanos, inspirados en la cocina casera de Oaxaca y Yucatán con un



toque moderno; *ink.sack*, reflejo de la cultura gastronómica de Los Ángeles; *Petrossian Caviar & Champagne Bar*, el sitio ideal para quienes buscan una oferta gastronómica de altura y la posibilidad de adquirir elegantes artículos de regalo; *Umami Burger*, restaurante dirigido a los amantes de las hamburguesas con novedosas propuestas.

Además, el resto de las terminales cuentan con originales sitios en donde degustar exquisita cocina y bebidas durante el tiempo de espera como: *BUILT Custom Burgers*, *Earthbar*, *Blu2o* y *Osteria by Fabio Viviani*; sin dejar pasar los bares *The Parlor* y *The Wine Bar by Wolfgang Puck*.



• Segmento de Alojamiento

Con la compra de un *daypass*, los visitantes pueden acceder a las salas de las aerolíneas para relajarse antes del vuelo en confortables espacios, algunos con increíbles vistas panorámicas. Con boletos de primera clase y clase ejecutiva, también podrán disfrutar de una ducha de agua caliente, una selecta gama de platillos y muchas otras amenidades.

Asimismo, en TBIT y en la Terminal 5 encontrarán *XpresSpa* con una amplia gama de tratamientos que incluyen cuidado de uñas, cortes de cabello, tratamientos faciales, masajes, aromaterapia e incluso duchas privadas.

Finalmente, la experiencia de bienestar puede ser aún más personalizada con *The Private Suite*, habitaciones conformadas con su propio baño, despensa, sofá cama para dos personas y vista a la pista de aterrizaje y despegue. Cabe destacar, que al momento de abordar, los viajeros son conducidos a través de la pista en un sedán BMW Serie 7.

El incremento de visitantes mexicanos a esta ciudad alcanzó 4 por ciento

• Segmento Comercial

Dentro de las elegantes boutiques de LAX es posible adquirir exclusivas prendas o accesorios de renombradas marcas a nivel mundial. Situadas principalmente en la Terminal Tom Bradley (TBIT) con una disposición inspirada en Rodeo Drive y en la moderna Melrose Avenue, esta terminal de última generación, desarrollada y administrada por *Westfield*, es el destino perfecto para realizar compras en tiendas de lujo como: *Bvlgari*, *Coach*, *Emporio Armani*, *Hugo Boss*, *Porsche Design*, *Fred Segal*, *Michael Kors*, *Victoria's Secret*, *Bliss*, *iStore* y *Petrossian Champagne and Caviar Bar*, etc.



• Segmento Cultural

Con el objetivo de brindar un toque artístico a la experiencia de viaje, se creó el *LAX Art Program*, presente tanto en LAX como en la terminal de autobuses *FlyAway* en Van Nuys, distrito del Valle de San Fernando en Los Ángeles, donde a través de exposiciones temporales, instalaciones de arte permanentes y espectáculos de artistas locales y regionales se pone en marcha la iniciativa de brindar acceso a una variada muestra de obras que reflejan y celebran el valor creativo de la región.

Actualmente LAX presenta las exposiciones: *Lost Los Angeles* de Paige Smith en la TBIT, basada en el proyecto internacional "*Urban Geode*" y *Xing LA: From Altadena to Long Beach, 2018* de Bia Gayotto en la Terminal 6.

Sin duda, viajar a Los Ángeles, California, es una experiencia inigualable que reafirma a la ciudad como un destino predilecto para turistas nacionales y extranjeros.





**Armour
Secure**

Title & Escrow

#1

Con la adquisición de Fidelity National Title de México, por Armour Holdings, convirtiéndonos de esta forma en Armour Secure Insurance, la empresa líder en el ramo de Seguros de Títulos de Propiedad y Servicios de Escrow, con una participación del 90% en el mercado mexicano.

En conjunto, con nuestro reasegurador Lloyd's de Londres (www.lloyds.com) ofrecemos toda la experiencia para asegurarnos que su inversión inmobiliaria tenga los mejores cimientos.

Bosque de Radiatas 50 Piso 4
Bosques de las Lomas
05120 Cuajimalpa, México D.F.

T (55) 9177 - 0867
www.armoursecure.com



2ND ANNUAL
U.S.-MEXICO
Real Estate
INVESTMENT
SUMMIT
LOS ANGELES 2019



REAL ESTATE INVESTMENT SUMMIT LOS ÁNGELES

NUEVAS TENDENCIAS ECONÓMICAS EN EL SECTOR INMOBILIARIO

Por: Redacción Inmobiliare

El pasado 31 de enero del presente año la revista Inmobiliare en conjunto con United State-Mexico Chamber of Commerce California organizó la segunda edición del Real Estate Investment Summit Los Ángeles, con el objetivo de analizar el mercado inmobiliario en México y Estados Unidos desde la perspectiva de especialistas de ambos países y poder visualizar las oportunidades de inversión en ambos espacios.

En una jornada de medio día se discutieron sobre las tendencias de la economía colaborativa y su impacto en los nuevos desarrollos inmobiliarios, abordando estrategias como el *coworking* y *coliving* que en los últimos años ha tenido un crecimiento acelerado. Hoy en día la apuesta por la economía colaborativa es cada vez más grande, ya que se basa en la prestación, alquiler, compra o venta de productos en función a necesidades específicas.

Otros de los temas claves que se abordaron en el congreso fue hablar sobre las ventajas y desafíos que conlleva invertir en proyectos mexicanos con capital extranjero. Asimismo, se discutió sobre las oportunidades de negocio para compañías mexicanas e inversionistas en el sector inmobiliario en los Estados Unidos.

Debido a la necesidad cada vez más imperiosa de orientar nuestras formas de vida hacia la sostenibilidad, uno de los paneles giró entorno a las llamadas ciudades inteligentes (*smart cities*) y desarrollo urbano.

Los speakers de esta segunda edición fueron José Antonio González de Jagar Architects, Ari Gati de Ozmo, Jerónimo Hirschfeld de One Real Estate Investment Miami, Sergio Resendez de Colliers International, Salim Dahdah de Acceso Group, Juan Manuel González de 7 Bridges LATAM LLC y Robert Krieger de Norman Krieger, además se contó con presentación de Guillermo Almazo, CEO de Inmobiliare.



El *Real Estate Investment Summit Los Angeles* también proporcionó un espacio para generar networking, con el objetivo de construir redes de colaboración y negocio entre los actores del sector, incluidos especialistas en bienes raíces, inversionistas institucionales, banqueros y desarrolladores de México y Estados Unidos.

Este evento fue el primero de los nueve que Inmobiliare llevará a cabo durante el 2019. Las cumbres de Inmobiliare tienen el propósito de reunir a los principales actores del sector tanto en Estados Unidos y México para abrir el debate y análisis sobre las tendencias que imperan y así poder identificar las principales oportunidades de desarrollo. [•]





EL SEGMENTO DE OFICINAS DE LA CDMX EN EL 2019

Por **Xareni Zafra Gatica**
xareni.zafra@inmobiliare.com

El 2019 inicia con muchas incógnitas por resolver, en los primeros cien días de gobierno de la llamada 'cuarta transformación' la incertidumbre prevalece y el mundo de los negocios ve con escepticismo las acciones de gobierno. "Lo que estamos viendo es una tendencia que puede ser a la baja" expresa Víctor Lachica, Director General de Cushman & Wakefield México en entrevista exclusiva para Inmobiliare.

Los cambios en la política económica de México, así como en el mercado internacional han generado que la dinámica del segmento de oficinas se mueva con más prudencia. "Realmente no es una bajada significativa, pero sí sentimos que la tendencia puede seguir siendo de cautela e inclusive de bajar un poco el ritmo que se traía" ya que la mayoría de las decisiones en el mercado se tomarán a mediados del año, cuando el panorama sea más claro.

“ Los cambios en la política económica de México, así como en el mercado internacional han generado que la dinámica del segmento de oficinas se mueva con más prudencia.

Aún con la volatilidad que presentó el 2018, la demanda por espacios de oficina tuvo un desempeño sobresaliente de acuerdo con el Marketbeat de Cushman & Wakefield correspondiente al cuarto trimestre (4T18), donde la absorción neta del segmento de oficinas en la Ciudad de México (CDMX) fue de 403,600 m2, lo que significó una reducción moderada de 3.3% respecto al 2017; sin embargo, fue 13.7% mayor al promedio generado en los cinco años anteriores.

Mientras que, la tasa de disponibilidad cerró con un 12.7% lo que se puede interpretar como el inicio de un ciclo de mercado favorable para los inquilinos. No obstante, se prevé que este ciclo sea de corta duración debido a que la oferta se está ajustando, bajando el nivel de producción récord a uno más sostenible a mediano plazo.

En términos de construcción, el año pasado hubo 659,200 m2 de nuevos edificios de oficinas, 63.1% más que el promedio en el quinquenio anterior, pero 35.3% menos que el volumen edificado en el 2017. Esta baja en la construcción es una señal que expresa la desaceleración económica de los mercados, donde los desarrolladores frenan algunos de sus planes de construcción, debido a que se vislumbra un mercado más sosegado por lo menos en los dos próximos años de acuerdo a las declaraciones del directivo.



Victor Lachica
Director General de Cushman & Wakefield México

“El año pasado hubo 659,200 m² de nuevos edificios de oficinas, 63.1% más que el promedio en el quinquenio anterior, pero 35.3% menos que el volumen edificado en el 2017.

Para que la oferta de oficinas sea sostenible depende del crecimiento de las empresas, la cual a su vez obedece en gran medida al contexto económico. Si las empresas frenan su crecimiento, éste tiene un impacto directo en la industria inmobiliaria porque hay una demanda menor. Por lo tanto, si las políticas o cambios del nuevo gobierno afectan la confianza tanto de inversionistas nacionales como inversionistas extranjeros, eso también trae un freno en la economía interna y una cautela en la toma de espacios de oficinas.

No obstante, el gobierno debe de seguir conservando su liderazgo en el uso de oficinas “seguimos viendo al gobierno y al sector financiero, como los mayores usuarios”, argumenta el directivo de Cushman & Wakefield, pese al plan que existe de descentralizar algunas de las secretarías gubernamentales de la Ciudad de México. Respecto a dicho proyecto, comenta que se percibe complejo para concretar en los primeros tres años. Por supuesto, algunas de las secretarías sí realizarán sus operaciones en otros lados; sin embargo, por el tamaño de la Ciudad de México, la concentración de empresas y operaciones de negocios, difícilmente puede lograr una descentralización significativa. “Insisto, hay secretarías que seguramente podrán salir y podrán tener una representatividad en la Ciudad de México y su operación principal en otros estados, pero estimo que van a ser las menos”. Por lo tanto, el mercado de la capital no se moverá fuertemente.

Victor Lachica opina que si se realiza una descentralización moderada seguramente ayudaría a la economía de otras regiones del país, pero un movimiento masivo sería muy complicado ya que antes se tendrían que resolver algunos otros temas, como los espacios habitacionales para esta gran cantidad de gente.

CIUDAD DE MÉXICO - OFICINAS

Indicadores Económicos

	T4 17	T4 18	Pronóstico a 12 meses
Empleo Ciudad de México	4.40M	4.60M	■
Desempleo Ciudad de México	5.1%	4.3%	■
Desempleo México	3.7%	3.5%	■

Indicadores de Mercado (General, Todas las Clases)

	T4 17	T4 18	Pronóstico a 12 meses
Tasa de Disponibilidad	10.5%	12.7%	▲
Absorción Neta (M ²)	417.4k	403.6k	■
En Construcción (M ²)	1.36M	0.88M	■
Precio de Renta General Promedio*	\$23.36	\$23.25	■

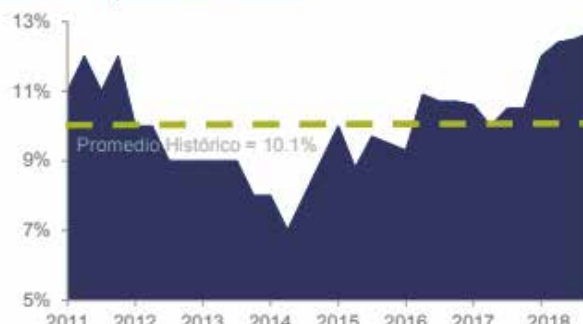
*Los precios de renta reflejan precios de salida en dólares por metro cuadrado al mes

Absorción General/Precio de Salida General

Promedios Móviles Trimestrales



Tasa de Disponibilidad General



LA NUEVA ERA DE LOS ESPACIOS DE OFICINA

Definitivamente, los dos retos más fuertes que enfrenta el segmento de oficinas es, como ya se expresó, la economía de México, y por el otro lado, el cambio de hábito en la operación de los edificios. Cada vez más, los desarrolladores, arquitectos e inversionistas del sector tienen que ser más cuidadosos e informados para que sus proyectos tengan más demanda a futuro.

"Muchas veces pasa en los mercados que hay migración por calidad. Aquí lo hemos dicho en los últimos 5 o 6 años, la gente se ha salido de edificios obsoletos, viejos, a espacios nuevos. Esto trajo una dinámica a nuestro mercado muy buena, porque se vació todo lo viejo y se ha ocupado todo lo nuevo. Evidentemente lo viejo perdió valor, muchos de ellos fueron demolidos para construir nuevos edificios. Hay un cambio de calidad y hay una migración, que llamamos *'flight-to-quality'*; es decir, que la gente vuela a lo nuevo" asegura Lachica. Por ejemplo, en el 2018, los precios atractivos en edificios nuevos de alto perfil originaron una continua mudanza a espacios de mayor calidad, lo que se reflejó en una importante absorción positiva en edificios clase A, en paralelo a la absorción negativa de los edificios clase B y C, tendencia que se presentó en todos los submercados, pero sobre todo en los corredores antiguos de Reforma e Insurgentes.

“

En este sentido, edificios que fueron construidos hace 20 años y que ya se consideraban de alta calidad, hoy en día pueden ser obsoletos ante las nuevas tecnologías y los actuales hábitos de trabajo.

En este sentido, edificios que fueron construidos hace 20 años y que ya se consideraban de alta calidad, hoy en día pueden ser obsoletos ante las nuevas tecnologías y los actuales hábitos de trabajo.

Pensar los espacios de oficina más eficientes requiere de una infraestructura diferente, "ciertamente en donde tenías antes 100 personas hoy podrían laborar 140 o 150, esto requiere de un trabajo minucioso de planeación, ya que si se supera la infraestructura para la que fue diseñado un edificio, sus servicios podrían colapsar". Generalmente, los edificios estaban planeados para tener entre 10 y 12 m2 por persona, si eso se baja, se generarían otros riesgos como la saturación de los elevadores, sobrecarga eléctrica e incluso problemas con el aire acondicionado.



COWORKING

Frente al reto para pensar el diseño de los espacios de oficinas así como los hábitos de trabajo, el coworking es un esquema de uso de oficina que va a seguir teniendo un crecimiento y una demanda importante, ya que son espacios modernos, eficientes, aun cuando cuentan con pocos metros por persona.

De acuerdo a Víctor Lachica su demanda se debe a que ofrecen varias ventajas: "número uno; si eres una persona que tiene una operación pequeña y además viajas mucho alrededor de la república mexicana, te permite usar oficinas en diferentes lugares, en diferentes geografías, esto nadie te lo ofrece. La segunda ventaja es que puedes tomar espacios no amarrándote a largo plazo. Te permite flexibilizar tu crecimiento de manera muy rápida".

Ciertamente, está dando una solución a mediano y corto plazo para todo tipo de empresa tanto grande como pequeña. "Empresarios como emprendedores están tomando este tipo de espacios con mucho gusto, y por eso tenemos este crecimiento".

MOVILIDAD

Un tema importante que preocupa al segmento de oficinas es sin duda la movilidad, porque la gente quiere transportarse lo menos posible, lo que se busca es una eficiencia en el tiempo y sobretodo una mejora en la calidad de vida.

En este sentido, se están pensando cada vez nuevas formas para hacer frente al tema de la movilidad; por ejemplo, una fuerte tendencia es los usos mixtos, donde se conjunta casa habitación con oficinas, para hacer más eficiente el tiempo y que la gente use el transporte realmente cuando sea necesario. "Estábamos un poco mal acostumbrados a ir para todos lados, todo el día y estar parados en el tráfico, creo que este hábito de estar constantemente transportándonos va a disminuir".

La tecnología puede ser una herramienta clave repensar los hábitos y dinámicas de los negocios y trabajos, así como la movilidad. Por ejemplo: "el número de viajes hoy de México al extranjero por temas de negocio se ha reducido, porque mucho de esto lo logramos a través de teleconferencias, del teléfono, de mandar documentos vía email, las tecnologías nos están sirviendo también para transportarnos un poco menos y ser más eficientes en el tema de movilidad" finaliza Víctor Lachica. [●]



OPORTUNIDADES EN EL SECTOR OFICINAS PARA ESTE 2019

CÓMO ALCANZARLAS CON APOYO ESPECIALIZADO

Por Colliers International

El año que comienza presenta múltiples oportunidades tanto para usuarios como propietarios de oficinas.

El inventario de oficinas A+ y A en la CDMX se sigue incrementando en promedio al ritmo que lo ha hecho en los últimos años (crecimiento anual del 8.8%), incorporando al mercado edificios de última generación en los principales corredores de oficinas de la ciudad (Reforma, Polanco, Santa Fe, Insurgentes), y se observa un ligero incremento en la tasa de disponibilidad respecto del año anterior (16.1% en el cierre de 2018, respecto del 15.6% del cierre de 2017), la actividad del periodo fue mayor a la del año inmediato anterior (700 mil m² en 2018 vs 633 mil m² en 2017 para todas las clases de oficinas), teniendo una absorción neta para edificios A+ y A de poco más de 430 mil m², superior a los 353 mil m² de 2017.

En otras palabras, el sector de oficinas A+ y A sigue incrementando de manera importante su inventario. El mercado sigue ocupando muy buena parte de los metros cuadrados de oficinas que se incorporan en el año, presentando un mercado variado y con un sin número de opciones de edificios en un mercado cada vez más consolidado.

Para los usuarios (desde las grandes empresas globales, hasta las microempresas) que cada vez toman mayor participación

como reflejo de nuestra época de emprendimiento, la gran riqueza y versatilidad del mercado actual de oficinas, representa la posibilidad de encontrar la ubicación y características adecuadas del inmueble que les permita lograr los objetivos de negocio planteados, dentro de los cuales destacan principalmente la necesidad de realizar ahorros en sus costos de operación, lograr una mejor ubicación respecto de sus clientes, empleados y proveedores, generar una mayor exposición de marca, y/o adecuar sus instalaciones adoptando las nuevas tendencias de diseño y uso de oficinas; disciplina que se ha denominado “*workplace strategy*”, y que en los últimos años ha cambiado de manera radical la forma como usamos las oficinas, alineando de mejor forma el espacio a los objetivos sustantivos de las empresas.

Para los propietarios de inmuebles la dinámica descrita en el párrafo anterior les ha permitido seguir desarrollando edificios más adecuados a los requerimientos de los usuarios, generando un círculo virtuoso donde la demanda retroalimenta a la oferta y viceversa, dando como resultado un mercado con gran dinamismo como el que experimentamos en el inicio del presente año.

No obstante lo anterior, las oportunidades descritas requieren de la asesoría especializada y responsable de los que nos dedicamos a esta especialidad para su logro, ya que la existencia de un mercado grande y en expansión genera múltiple información, la cual debe ser revisada y evaluada de manera objetiva y con un alto nivel de ética profesional que evite cualquier conflicto de interés y ponga siempre por delante los intereses y objetivos del cliente, ya sea este usuario o propietario.

USUARIOS DE OFICINAS

Como primer paso en la atención de un usuario de oficinas, el entendimiento completo de su requerimiento constituye la parte sustantiva del proceso. La mala interpretación de los objetivos inmobiliarios del cliente podría generar, en el mejor de los casos más tiempo del necesario en el mismo, el cual afecta en costo y pérdida de oportunidades, y en el peor de los casos, en la postergación o cancelación del proyecto, por no haberse enfocado de manera correcta.

Antes que nada, se debe de tener plena claridad de cuál es la problemática inmobiliaria que se enfrenta y cuáles son las diferentes alternativas para poder atenderla. Hay que tener consciente que el usuario de oficinas que requiere atender su tema inmobiliario no necesariamente siempre requiere el poder cambiar la ubicación actual, por lo que un primer escenario que siempre hay que considerar es el poder mantenerse en la misma oficina que tiene en la actualidad. Si la ubicación actual es adecuada tanto para los clientes y colaboradores de la empresa y el edificio no presenta algún problema físico ineludible, la posibilidad de incrementar o disminuir los metros cuadrados utilizados, así como de revisar los temas económicos y/o de plazo del contrato de arrendamiento, siempre es posible y se puede llegar a un acuerdo benéfico para ambas partes (usuario y propietario).



Cuando se define que necesariamente hay que cambiarse a una nueva oficina, ya sea por definición del usuario o necesidad de este, se inicia un proceso que, desde nuestro punto de vista, debe de ser exhaustivo y completo, el cual puede llevar de uno a tres meses dependiendo el tamaño del requerimiento, los cuales se recuperan con creces posteriormente si se realiza de manera correcta. Los usuarios de oficinas tienden a cambiar su ubicación pocas veces en la vida de una organización (entre más grande la organización menos cambios de ubicación generalmente), debido a que esto representa un esfuerzo importante para todo el organismo, por lo que una vez que se decide hacerlo es importante considerar todos los aspectos relacionados con el cambio, aunque de origen sólo haya sido una o dos causas los que generaron la decisión.

Normalmente las razones que disparan un cambio de esquema inmobiliario son las económicas o las vinculadas con el tamaño del usuario, pero siempre es importante considerar además de estas, el tema de ubicación, tipo de inmueble más adecuado para la operación de la empresa, la alineación con normas de sustentabilidad y medio ambiente, así como el tipo y disposición interna de las oficinas. El contar con un diseño de oficina que le ha venido funcionando a un usuario no quiere decir que no existan otros esquemas que pudiesen beneficiar la productividad, clima laboral, exposición, y creatividad de la empresa.

Es importante para la correcta consecución del proyecto, el contar con plena comunicación entre los ejecutores de este (internos y externos), que permita la adecuada evaluación del proceso, e incorporación al mismo de cualquier cambio en las definiciones, ya sea por cuestiones internas o externas al proyecto, que pudiesen afectarlo.

PROPIETARIOS DE OFICINAS

En el caso de los propietarios de oficinas, las nuevas oportunidades que presenta el 2019, en donde prevemos un alto dinamismo por parte de usuarios de oficinas, podrá ser mejor capitalizado si se consideran algunas de las siguientes recomendaciones.

Uno de los principales temas que afecta la toma de decisiones en un proyecto inmobiliario, son los plazos. Para un usuario que está evaluando diversas opciones de inmuebles, el tener certeza sobre los tiempos de entrega de los espacios para adecuaciones y la entrada en operación de edificios que se están incorporando al mercado es de suma importancia y puede definir entre que se considere o no un edificio. Por lo anterior, siempre es importante comentar los plazos de la manera más realista posible, aunque esto implique el perder o dejar pasar un posible cliente que tiene una necesidad inmediata, ya que de otra forma, de cualquier forma se perdería al cliente, además de perder credibilidad el propietario.



Consideramos de suma importancia la exposición del producto inmobiliario a través de todos los canales de promoción existentes. Hoy más que nunca, existen múltiples medios de promoción, que deben de ser considerados. Como propietario, uno nunca sabe a través de qué medio podemos llegar a nuestro próximo cliente, por lo que no hay que escatimar en ello. Consideramos también que la información lanzada al mercado siempre debe de ser fidedigna, privilegiando datos duros sobre juicios de valor. La información técnica siempre es importante.

Hoy en día a raíz de la cantidad considerable de oferta disponible y del crecimiento en los próximos años de esta en el mercado, hemos recomendado a nuestros clientes propietarios tener a consideración una postura muy competitiva y agresiva en las negociaciones con empresas que estarían buscando una cantidad considerable de metros cuadrados y que sean prospectos con presencia internacional. Por nuestro lado hemos visto un giro en el mercado en donde los usuarios tienen exigencias muy agresivas en las negociaciones para poder tomar una decisión aparte de los requerimientos específicos de cada cliente en particular.

En términos de nuevos proyectos, se puede observar que derivado al mandato de la nueva administración en el gobierno local, en donde se pusieron a revisión los polígonos de actuación y la transferencia de potencialidades en la Ciudad de México, se podría dar una desaceleración en la construcción de nuevos proyectos inmobiliarios. Si este proceso sigue, se podría observar en el mediano plazo una tendencia a la baja en el crecimiento del inventario de inmuebles de oficinas en la ciudad.

Por otro lado, creemos que el apoyo especializado en la promoción de inmuebles de oficinas siempre es relevante, incluso decisivo en la comercialización de un inmueble. No importa quien sea la compañía de su elección, siempre que esta tenga cobertura global y regional que llegue a todos los mercados de donde pudiera surgir el cliente. El contar con un proveedor estratégico como el comentado, permitirá llegar al resto de la comunidad inmobiliaria, por lo que no es necesario tratar con más de un proveedor especializado.

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



Momentos y
Espacios
únicos



residencial.haciendacantalagua.com



HACIENDA
CANTALAGUA
Hotel
Residencial • Club de Golf®

VENTA DE
LOTES RESIDENCIALES

Informes:
55 4129 8866



Compromiso social dentro del sector inmobiliario:

Gina

Diez Barroso

Gina Diez Barroso Azcárraga, empresaria apasionada por la creatividad, promotora de la igualdad de género y la educación. Su nombre destaca en la lista de los empresarios más reconocidos de México.

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

Pertenece a una de las familias más importantes del país, propietarias de uno de los medios de comunicación más grandes en México y América Latina (Grupo Televisa). Es la cuarta hija de cinco hermanos; de niña admiraba a su papá a quién veía como su héroe e ídolo, con él planeaba lo que sería de su futuro. A la edad de 11 años, enfrentó el primer reto de su vida, perder a su padre en un accidente aéreo; a pesar de esta tragedia y con ayuda de su abuelo Emilio Azcárraga Milmo superó la adversidad. Él se convirtió en su ejemplo a seguir, "era una persona preocupado por la gente que sufría de carencias, es por eso que ayudaba a los más necesitados".

Diez Barroso decidió estudiar diseño por su pasión a la creatividad; su primer trabajo fue en Editorial Televisa, desde muy joven se interesó por comunicarse y ayudar a los adolescentes, razón por la que tomó la decisión de hablar con su jefe, Frank Calderón, para hacer una revista dirigida a niñas de 12 a 16 años, ya que observaba que no había un medio de comunicación que fuese para ellas. Después de unos años de buscar la aceptación, los directivos aprobaron su proyecto, este llevaría por nombre *TÚ*.

Pese a estar trabajando en la empresa familiar, ella sentía la necesidad de seguir creando; esto la llevó a fundar en 1990 *Grupo Diarq* (iniciales de diseño y arquitectura), este *holding* promueve la creatividad como pilar clave en el desarrollo de un negocio. En un inicio la firma se volvió famosa por comprar propiedades en remate o a bajo precio en Lomas de Chapultepec, para después venderlas como residencias de lujo.



Grupo Diarq

Diez Barroso en 1990 fundó

Grupo Diarq,
holding que promueve la
creatividad como pilar clave en
el desarrollo de un negocio.

Incursionar en el mercado inmobiliario la ha llevado a tener grandes logros y experiencias tanto personal como profesional, "la satisfacción que a mí me ha dado llevar mi firma y haber logrado tantas cosas; es una batalla continua porque no tienes los recursos y la infraestructura gigantesca, fue la mejor decisión de mi vida", comenta en entrevista exclusiva para *inmobiliare*, Gina Diez Barroso, CEO de Grupo Diarq.

Su desafío a enfrentar en el sector de bienes raíces fue en 2005 al adquirir un terreno en Nueva York, cuando Estados Unidos enfrentaba una crisis inmobiliaria, esto debido a la caída del precio de la vivienda que desató temor en la economía. "Empezamos a construir cuando llegó la crisis, eso fue difícil porque el banco que nos financió quebró, pero pudimos lograr terminar el Hotel Americano".

A partir de la labor que ha desarrollado en el segmento de bienes raíces, es que ella ha podido adquirir una visión más amplia sobre los roles de género, "debe de existir mayor equidad, se necesita impulsar y promover que haya mujeres no sólo en puestos administrativos, que salgan a campo, hay arquitectas famosas como Tatiana Bilbao y muchas más, hay que darles oportunidad para que hagan edificios y desarrollen".

Empresaria que pertenece a
las iniciativas

200 *Women Business Leaders of the World,*

W20 de la organización del G20 y
Women Business Leader.

Considera que los hombres y mujeres trabajando en conjunto puede llegar a construir una verdadera igualdad que a su vez ayude a una mejora en el país y en el mundo, ya que de acuerdo al reporte *Women Matter* de McKinsey Global Institute (MGI), en la última década, las mujeres siguen representando menos del 40% de la fuerza de trabajo en el mundo y sólo el 25% de las posiciones de gerentes a nivel global, al mismo tiempo son responsables del 75% de trabajo en cuidado no remunerado. Ellas representan el 37% del PIB mundial aún cuando son el 50% de la población global en el trabajo.

El compromiso y responsabilidad social que Gina tiene la ha llevado a participar en diversas juntas internacionales y a dar conferencias en distintos institutos en los que habla de su vida personal y profesional, y de cómo logra un equilibrio entre ambas partes para que estas dos se complementen.

Cabe destacar que la organización 200 *Women Business Leaders of the World*, la eligió comisaria de México. "Soy la única mexicana en pertenecer a esta sociedad, voy a dar pláticas a colegios, a la mujeres que estudian el NBN (Red Nacional de Banda Ancha en Australia), me da orgullo llevar a mi país a esos lugares y platicar con las mujeres de que sí se puede balancear la vida [...] son chicas muy apasionadas que están en las mejores universidades del mundo, les interesa saber que no van a tener que sacrificar una vida por otra, ven que soy una mujer casada con cinco hijos".

La Secretaría de Relaciones Exteriores del gobierno de Enrique Peña Nieto, la invitó a ser representante de México en el W20, iniciativa de mujeres del G20, "hablo libremente de lo que las mujeres necesitan en el país, ya que no pertenezco a ninguna institución de gobierno, algunas personas que representan a partidos [políticos] realmente no son libres de expresar lo que la mujer necesita [...] llevo cuatro años y espero que siga en esta nueva administración porque creo que es algo importante para el país".

De acuerdo con la CEO, en 2018 la eligieron para pertenecer al *Women Business Leader* por tener un compromiso con las mujeres, "nuestra obligación es darle la mano a otra mujer a que suba, siento que no todos piensan igual, la única manera de llegar es jalando a los demás, no metiéndoles el pie, veo que hay más mujeres que nos queremos ayudar".

El amor por ayudar a la sociedad, es un valor que ha inculcado a sus hijos; considera que si ellos nacieron con oportunidades de crecimiento tienen como misión apoyar e impulsar a los demás.

Actualmente, Diez Barroso tiene como meta llegar a más de 100 millones de mujeres en 10 años con su proyecto *Dalia Empower*, una plataforma educativa y de networking. Su propósito en la vida es impactar a muchas mujeres por medio de la educación.

Diez Barroso tiene como
meta llegar a más de

100 millones de mujeres

en 10 años con su proyecto de
Dalia Empower.

Grupo Diarq:

Diseño, arquitectura y educación

Grupo Diarq es una firma global cuya visión es promover la creatividad mexicana, apoya proyectos con innovación y originalidad. Al inicio de su fundación la compañía se dedicaba a la arquitectura, diseño y construcción. Hoy en día van desde el desarrollo inmobiliario hasta la educación e inclusión pública.

También cuenta con ocho dependencias las cuales emplean a más de 600 personas. Igualmente, es una de las empresas de diseño y desarrollo inmobiliario más reconocida en América Latina que tiene más de 850 proyectos residenciales y de hotelería.

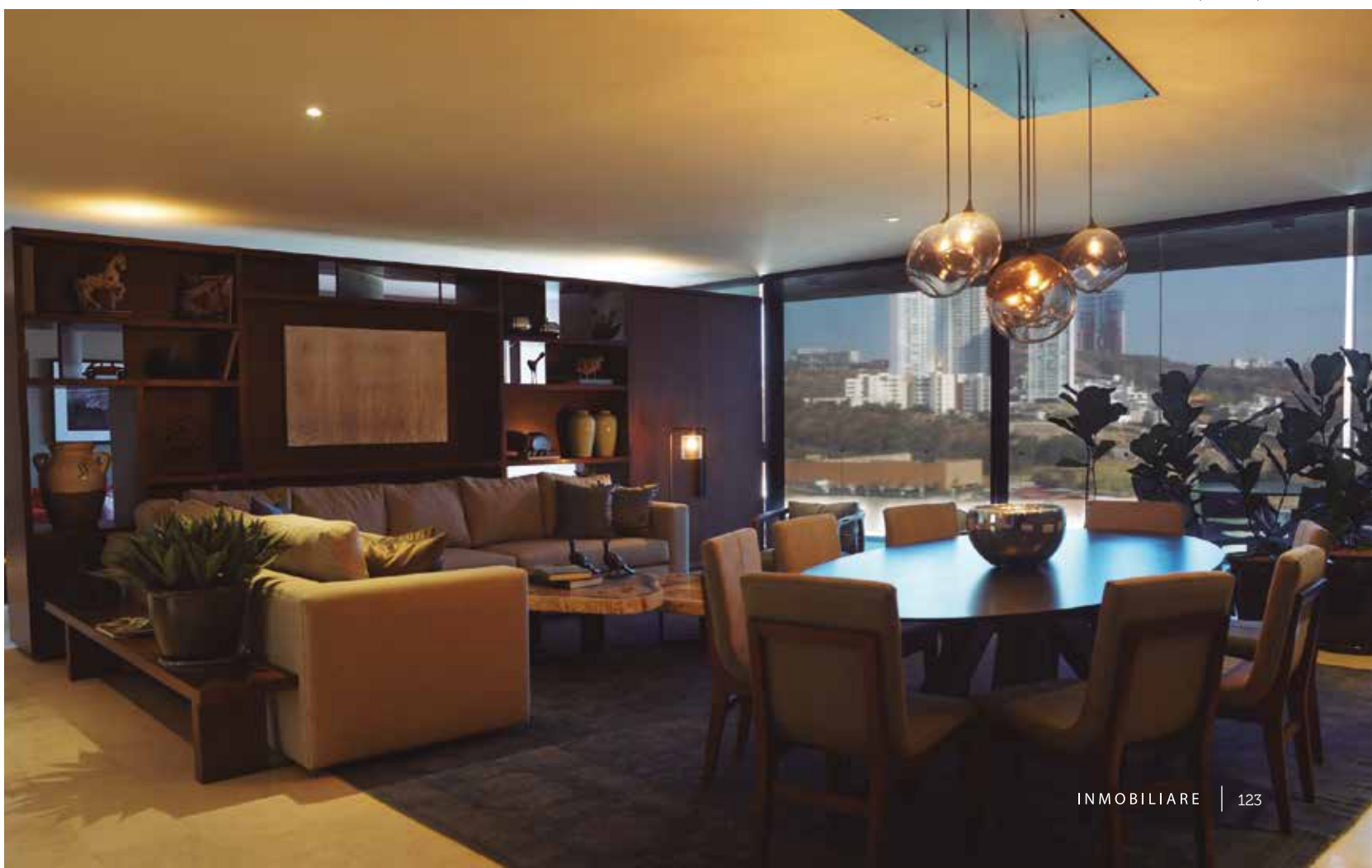
En cuestión de diseño, la firma tenía un estilo italiano, en el presente su sello característico es personalizado, es decir, a las necesidades del cliente. "Las personas que nos dedicamos a cualquier tipo de diseño creativo tenemos que guiar al comprador [...] se debe considerar que el diseño arquitectónico no es algo que se pueda cambiar, tiene que perdurar".

Así es como la empresa de *Grupo Diarq* ha evolucionado, el sector inmobiliario ha tenido cambios, en particular los costos de las propiedades, "creo que por primera vez empieza a valer lo que tiene que costar el metro cuadrado, tanto en construcción como en terreno, por muchos años estaba estancado, yo no podía creer como las mejores calles de la Ciudad de México costaban lo mismo año tras año y que fuese más barato vivir aquí que en un pueblo de Centro América".

La firma ha crecido en 18 años uniendo la parte de la construcción con la educación, por lo que en 2004 fundaron *Universidad Centro*, escuela especializada en estudios creativos como medios de comunicación, diseño, arquitectura, textil, marketing y publicidad.

.....

Grupo Diarq



En 2018 uno de los proyectos arquitectónicos más representativos de Grupo Diarq fue la culminación de los dormitorios de su universidad, proyecto a cargo de Juan Garduño; cuya construcción tendrá inicio en los primeros meses de este año. Asimismo, lograron elegir el lugar donde se va a desarrollar *Centro Miami*, "aproximadamente será de unos 5 mil metros cuadrados, poquito más grande que la universidad que está en México; es algo muy importante lo que vamos a lograr porque creo que nunca se ha llevado una universidad fuera de México, ni de Sudamérica a Estados Unidos".

De igual forma la empresa tiene dependencias que ayudan a los más vulnerables e incentiva los negocios, que para su fundadora y CEO, es primordial en la vida del ser humano. *Fundación Diarq*, por ejemplo, tiene como misión trabajar a favor de las mujeres y los niños que son víctimas de violencia doméstica, brindándoles atención médica y psicológica, así como herramientas educativas, legales y sociales. La institución "nace porque no estoy de acuerdo que exista ningún tipo de violencia".

.....



Universidad Centro



Universidad Centro

Asimismo, *Fundación Pro-Educación Centro* ofrece becas a los alumnos más sobresalientes de la Universidad Centro en diversos programas y asociaciones. Y para fortalecer el liderazgo de las mujeres en los sectores público y privado surgió el ya mencionado *Dalia Empower*, "si en las empresas las mujeres llegan a tener mejores puestos van a ganar más dinero, por ende es una cuestión de negocio para el país, para ellas y la familia. El 80% del sueldo lo destinan a gastos familiares y a la comunidad" afirma Diez Barroso. 



NETWORK SUMMIT

It's all about people.

EL EVENTO QUE REÚNE
A LA COMUNIDAD DE NEGOCIOS
MÁS INFLUYENTE.

SAVE THE DATE

23.MAYO.19

ESPACIO VIRREYES
CIUDAD DE MÉXICO



01 800 3000 ios (467) | www.iosoffices.com/summit | summit@iosoffices.com





POLÍTICA PÚBLICA PARA UNA MEJOR CIUDAD

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

Las ciudades ocupan el 2% del territorio del planeta donde viven más del 50% de la población mundial y donde se genera el 80% del PIB. En México, según datos de la CONAPO, el 80% de la población nacional vive en ciudad y se espera que en 2050 esta cifra aumente a un 88%, lo que implica un gran reto para el sector vivienda y el correcto desarrollo urbano del país, así lo refiere Ana Paula Fernández, directora general de Initiatives for Sustainable Development (ISD).

Ante la demanda de la población, la construcción de vivienda en las ciudades es un factor trascendente; desde el punto de vista de la economía, la vivienda representa el 6% del PIB, siendo uno de los motores más importantes para el país. De acuerdo con Sara Topelson de Grinberg y Topelson Arquitectos y su reporte anual *"Estado Actual de la Vivienda en México"*, tan sólo en 2017 se registraron 1 millón 31 mil 85 acciones de vivienda en todas las modalidades, con una inversión total de 351 mil 603 millones de pesos.

Por ello, para los expertos, la política de vivienda es un reto compartido de los tres órganos de gobierno y la meta principal será crear entornos integrales, "debe centrarse en la reconversión de áreas subutilizadas, los usos mixtos, el mejorar la infraestructura de transporte, una solidificación incluyente, una mejora en la asequibilidad y ubicación", destaca Topelson.

"Es necesario generar estrategias que integren a las diversas escalas de gobierno para atender: precios, créditos, vivienda en renta, política de vivienda, demografía y ubicación, temas todos trascendentes para el sector".

Por su parte, José Shabot, fundador de Quiero Casa, empresa con una participación del 12% en el mercado de vivienda de la Ciudad de México, señala que es claro que la población va a seguir migrando a las ciudades y ello implica para metrópolis como la CDMX, un crecimiento de la mancha urbana y una mayor verticalización.

“Es un hecho que la vivienda es el principal eje de bienestar social (...) Creo que ha mejorado el desarrollo de vivienda en nuestro país en los últimos años, ha sido un desarrollo más policéntrico dentro de los centros de ciudades, un desarrollo de vivienda que cada vez cuida más los temas de sustentabilidad e infraestructura”.

Con referencia a lo anterior, Shabot destaca la labor que hoy realiza la actual Jefa de Gobierno de la ciudad, quien busca generar menos complejidad y mayor transparencia, sin embargo, recalcó que cuando las normas de usos de suelo son complejas y restrictivas, se provoca que el costo de la tierra sea más caro, por ende se necesitan políticas que permitan que el suelo se pueda utilizar para los usos que requieren las zonas en las ciudades, meter usos mixtos, promover el desarrollo de terrenos baldíos y con ello desinhibir el que los terrenos sean un candado que encarezca el desarrollo de la vivienda.

Indica que otro tema que genera un reto para el sector es la gran desconfianza que hay entre la sociedad civil, las autoridades y la iniciativa privada, pues de no consensuar desarrolladores inmobiliarios con las comunidades y con el gobierno, esa desconfianza se acaba traduciendo en un precio más alto para los consumidores.

**En 2017 se registraron
1 millón 31 mil 85
acciones de vivienda en
todas las modalidades,
con una inversión total de
351 mil 603 mdp**



Como responsables de la construcción y el desarrollo de la ciudad, los inmobiliarios, de acuerdo con Shabot, deben implementar mejor tecnología, sostenibilidad y propiciar un acercamiento con la comunidad, trabajando de manera transparente y con calidad. Por el otro lado, la ciudad debe poner las herramientas necesarias para mejorar los servicios y generar la claridad que se requiere.

“Le pongo un voto importantísimo de confianza a esta nueva administración en términos de buscar un país que acabe con la corrupción y con la falta de transparencia, porque eso mata cualquier iniciativa de planeación y cualquier plan de desarrollo que hace el gobierno (...) Creo que eso es clave para una planeación urbana adecuada”, subraya el empresario inmobiliario.

Acciones en materia de transparencia que impulsa el gobierno de la CDMX

De acuerdo con el “Diagnóstico sobre Corrupción en el Sector Inmobiliario”, proyecto coordinado por la asociación civil *Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad* y conforme al Índice de Percepción de Corrupción 2017, México se ubicó en el lugar 135 de 180 países (Transparencia Internacional, 2017). Mientras que el Índice Global de Transparencia en Bienes Raíces 2016 ubica a México en el bloque de países “semitransparentes”, en donde existe una importante brecha entre la regulación formal y su aplicación (Jones Lang LaSalle, 2016).

El informe señala que luego de una exhaustiva investigación, cuatro de las alcaldías peor calificadas en la CDMX fueron: Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón, Cuajimalpa y Benito Juárez. Datos otorgados de forma directa por la PAOT (Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial - CDMX), indican que en los últimos 5 años se han recibido más 7 mil 200 denuncias en materia de construcciones y usos de suelo, de las cuales en su mayoría corresponden a edificaciones que rebasan los niveles y alturas permitidas.



La política de vivienda es un reto compartido de los tres órganos de gobierno y la meta principal será crear entornos integrales

Hasta octubre de 2018 la PAOT tenía un registro de 392 construcciones con niveles de más y cerca de 118 sin registro de manifestación de construcción. Otras de las principales querellas presentadas fueron por afectación de patrimonio, afectación de áreas verdes, presentación de documentos apócrifos, derechos adquiridos reconocidos indebidamente y amparos multiusos.

Ante este panorama, el pasado mes de octubre la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, acordó con diputados y alcaldes de Morena, detener el otorgamiento de permisos de construcción de megadesarrollos en 11 alcaldías de la ciudad, con el objetivo de llevar a cabo una revisión exhaustiva por parte de las autoridades capitalinas, lo que originó la clausura de diversas obras.

La Jefa de Gobierno expresó de forma precisa y contundente, ante medios de comunicación, que dichas medidas no pretendían frenar el desarrollo urbano, sino poner orden al sistema que durante años ha operado de forma anárquica.

Como resultado de esta medida, las autoridades correspondientes del Gobierno de la CDMX llevaron a cabo la clausura de cuatro construcciones por violación a la Ley de Desarrollo Urbano en las alcaldías de Benito Juárez y Tlalpan. Además, información otorgada por el Instituto de Verificación Administrativa (INVEA), señala la suspensión de actividades de construcción de cuatro inmuebles más en las alcaldías de Coyoacán y Cuajimalpa, dos de ellos ubicados en la Avenida México-Toluca.

Pese a que la restricción sólo fue por un periodo de tres meses, como lo indicaba la ley, algunos organismos se pronunciaron al respecto como es el caso de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, Delegación CDMX, en voz de su presidente saliente Arturo Bautista Lozano, quien dijo ya se está analizando en conjunto con el nuevo gobierno, la necesidad de una óptima planeación de ciudad y una mayor transparencia. "Necesitamos planes concretos, qué es lo que podemos hacer, dónde podemos construir y dónde no podemos construir, con qué densidad. Además tenemos un tema de rendición de cuentas, de transparencia en obras públicas, estamos empeñados en que la corrupción y la impunidad bajen o realmente terminen en la ciudad".

Bautista destaca en entrevista exclusiva con *Inmobiliare*, que lo que buscan es que la construcción realmente se profesionalice y se realice la contratación de empresas que capaciten al personal, temas que se han hablado y en lo se ha coincidido con el gobierno capitalino. De igual forma, hace alusión a la simplificación de procesos administrativos de la obra pública, a fin de optimizar tiempos y costos, propuesta que afirma ya han presentado de manera directa a la Secretaría de Economía.



Y es que como lo han denunciado diversos actores del sector inmobiliario y como lo señalan los resultados obtenidos por *Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad*, la cantidad de trámites, la multiplicidad de autoridades involucradas y el complejo y difuso marco jurídico hace imposible la rendición de cuentas y fomenta la impunidad en el sector.

Por ende, un conjunto de acciones estratégicas haría posible incrementar la competitividad del país y de las grandes ciudades como lo es la CDMX, pues esta cuenta con un importante activo en su urbanización y es primordial aprovechar su capacidad instalada de infraestructura, siendo un exhorto para el gobierno, hacer una mejora regulatoria luego de que los centros de población requieren estrategias que continúen estimulando a la industria.

PROP LATAM SUMMIT TECH

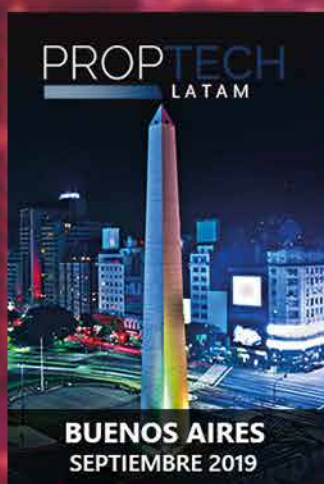
2da Edición

**PropTech Latam Summit
Santiago de Chile**

**6 de Junio 2019
Hotel ICON**

**EL ENCUENTRO DE LA TECNOLOGÍA
Y LA INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA
INMOBILIARIA Y DE LA CONSTRUCCIÓN**

Elige a que evento vas a asistir



PACK CORPORATE
Promo 6 eventos
Hasta el 15/03/19

WWW.PROPTechLATAM.COM

Organiza:



RETOS DEL NUEVO GOBIERNO MEXICANO

¿ESPERANZA O DETERIORO?

Por Antonio Hánna
Grayeb Presidente de FIABCI AMÉRICAS

Estamos en el nuevo gobierno autollamado la 'Cuarta Transformación'. Esto significa para unos la esperanza de este país, para otros un deterioro en la forma de gobernar a México.

El presidente Andrés Manuel López Obrador mostró lo más congruente de lo incongruente. Congruente porque una de sus promesas de campaña fue detener la Construcción del NAICM, incongruente porque es complicado pensar que se detenga esta obra. Me parece que lo mejor sería revisar los costos de obra y entregarle a la iniciativa privada el proyecto para que ellos lo operen de forma que no signifique un gasto para el país.

El mercado inmobiliario dependerá mucho de las decisiones que se tomen dentro de la política. Por ejemplo, la política social al aplicar los subsidios correctos en cuanto a cantidad y calidad para la vivienda social. Un gran reto será que FOVISSSTE otorgue las facilidades para la movilidad de los créditos.

Por otra parte, el mercado dependerá de la apertura de la Cámara de Diputados a dar entrada a una ley inmobiliaria que permita ordenar la actividad en nuestro país. La Cámara de Senadores tendrá que permitir finalmente que el artículo 27 constitucional se modifique para que los extranjeros puedan comprar en México en playas y fronteras, sin la necesidad de un fideicomiso.

En una reciente plática que tuve con el Presidente Mundial de International Real Estate Federation (FIABCI) le pregunté: ¿Cómo veía a México y sus oportunidades? El contestó que la gran oportunidad que tiene el país es en el mercado de Second Home. También mencionó que, Estados Unidos llevaba la batuta desde hace 50 años en cuanto a construcciones y proyectos Inmobiliarios, pero hoy los mercados asiáticos y árabes son los más atractivos en inversión y en crecimiento.

HOY MÉXICO TIENE CUATRO VENTAJAS FRENTE A OTROS PAÍSES:

• PRECIO

Sigue siendo muy barato en comparativa con los precios internacionales.

• CLIMA

El clima en nuestro país es maravilloso y permite que se disfrute prácticamente todo el año.

• BELLEZAS NATURALES

Las bellezas naturales de México son muchas y únicas.

• CULTURA

Con tanta diversidad cultural tenemos muchas opciones que ofrecer.



Por último, lo mejor de los mexicanos es su calidez, somos grandes anfitriones y nos encanta recibir con los brazos abiertos a nuestros amigos. Recibamos esta nueva etapa de gobierno con los brazos abiertos y que seamos todos testigos de la Cuarta Transformación.



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

EVOLUCIONA



NO TE PIERDAS TU PROGRAMA FAVORITO
A TRAVÉS DE NUESTRA NUEVA PLATAFORMA

CONOCE LAS NUEVAS SECCIONES



- NUEVOS CONDUCTORES
- NUEVA INFORMACIÓN
- NUEVO FORMATO
- NUEVAS EXPERIENCIAS

TRANSMISIÓN QUINCENAL
A TRAVÉS DE **FACEBOOK LIVE**

PRINCIPALES TENDENCIAS DE LOS BIENES RAÍCES COMERCIALES EN AMÉRICA LATINA

Por Redacción Inmobiliare



El incremento en el uso de la tecnología impactará la industria minorista de Latinoamérica.

De acuerdo con International Council of Shopping Centers (ICSC), actualmente existe una transformación en el sector de los bienes raíces comerciales, si bien es cierto se habla de forma global de una época de regeneración, hay algunas tendencias que afectan los bienes raíces comerciales en América Latina.

Entendiendo que las tendencias son cambios en el comportamiento o actitudes de los consumidores hacia una industria, será necesario entonces analizarlas y visualizar el futuro para realizar los ajustes necesarios y dar paso a esta nueva etapa en el comercio minorista.

De igual forma será necesario identificar los cambios generados en los bienes raíces comerciales y determinar cuáles son aquellas tendencias que están afectando directamente al sector en esta nueva era comercial.

Tecnología

Según lo señalado por Euromonitor International, el incremento en el uso de la tecnología es una de las tres megatendencias que impactará la industria minorista de Latinoamérica. Las otras dos son la inclinación de los consumidores por los productos de salud, y la disminución en el ingreso disponible de la clase media.

Otra característica de la tecnología es la presencia omni-canal en las estrategias del retail, la presencia online-offline de las marcas ofrecerá mayores beneficios que sólo utilizar alguna de ellas, volviéndose una relación y complemento, adicionalmente este tipo de compra es más completa y ofrece una total experiencia para los consumidores.

Hoy en día el 94.6% de las ventas comerciales de América Latina son generadas por minoristas con establecimiento físico, como se menciona en el estudio "Impacto socioeconómico de los bienes raíces comerciales en América Latina" del ICSC. La importancia del comercio físico para los compradores latinoamericanos es reiterada en un informe de A.T. Kearney, el cual indica que el 91% de los consumidores mexicanos y brasileños prefieren comprar en tiendas físicas después de realizar la búsqueda en Internet o fuera de Internet.



Demografía

Los desarrolladores de propiedades comerciales latinoamericanas están respondiendo a la tendencia global de placemaking.



El crecimiento de los *Baby Boomers*, el acceso de los *Millennials* al mercado económico y el incremento en la densidad urbana en las capitales de Latinoamérica han generado nuevas características dentro de los espacios de los bienes raíces comerciales.

Conforme al ICSC, los desarrolladores de propiedades comerciales latinoamericanas están respondiendo a la tendencia global de *placemaking* al incorporar minoristas innovadores, arrendatarios experienciales y usos de propiedad no comerciales en sus proyectos, desde su construcción inicial o durante remodelaciones importantes.

Además de simplemente mejorar la mezcla de arrendatarios, una variedad de desarrolladores de bienes raíces comerciales están llevando esto un paso más adelante para crear propiedades de uso mixto. Estos proyectos a menudo incluyen uno o más de los siguientes elementos: espacio de oficina, hospitalidad, residencial y área común, logrando espacios funcionales y proyectos exitosos en América Latina.

Estas propiedades comerciales ofrecen un "tercer lugar" fuera de casa o de la oficina para reunirse con amigos y familiares en un ambiente seguro, limpio y abierto. Estos centros comunitarios van más allá de brindar un lugar para comprar y de entretenimiento, también ofrecen un lugar para actividades educativas, artísticas, culturales y humanitarias.

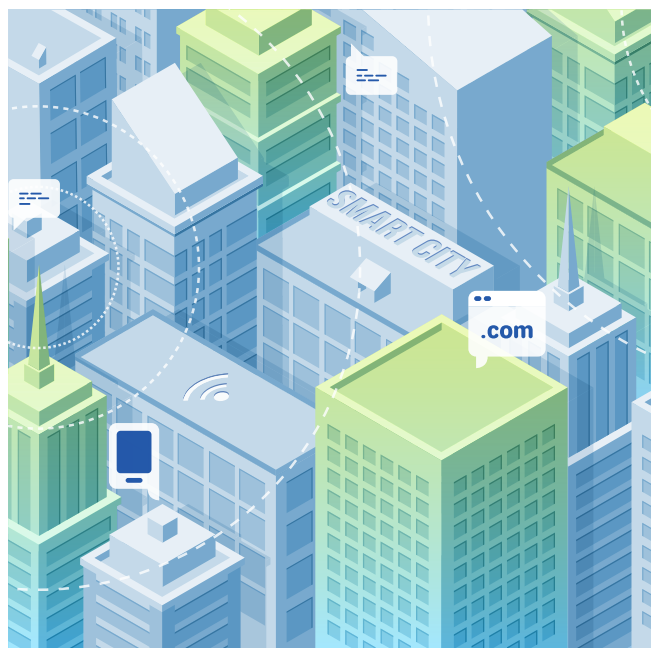
El nuevo consumidor

Euromonitor International señala que entre 2014 y 2016, el ingreso disponible por hogar en seis países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) se contrajo en al menos 5% al año.

“Con presupuestos más estrechos, los consumidores ahora prefieren las marcas privadas y son menos leales a las marcas tradicionales”, precisa Amanda Bourlier, analista senior en Euromonitor International, “los minoristas tienen que repensar su propuesta de valor”.

De igual forma, la presencia omni-canal de las marcas y la búsqueda de información en línea fortalece la experiencia de compra personalizada, lo que agrega valor a los consumidores. Esto se debe complementar con una experiencia en sitio dentro de los centros comerciales que se adapte al nuevo consumidor y sus demandas.

Un ejemplo sobresaliente de cómo los centros comerciales de la región se adaptan al nuevo paradigma es Viva Envigado, inaugurado en el mes de octubre y que, con 137 000 metros cuadrados de espacio comercial y 394 inquilinos, es el centro comercial más grande de Colombia. Su propietario es la firma colombiana Grupo Éxito que opera 1,573 supermercados en Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay. Con 15 centros comerciales en Colombia, Grupo Éxito, es el principal operador de centros comerciales en ese país.



El 94.6% de las ventas comerciales de América Latina son generadas por minoristas con establecimiento físico.

Una tercera parte de Viva Envigado se designa al entretenimiento, incluidos Viva Park –un centro de atracciones de 6,000 metros cuadrados- y Viva Sports, un complejo deportivo con un gimnasio, un campo de fútbol, una pista de correr, una cancha de voleibol playero y un rocódromo. Además de las distintas ofertas de comida, también tiene Calle Bistro, con 21 restaurantes y un mercado gourmet.

“La propuesta del futuro tiene que ir a experiencia integral, y no sólo entretenimiento o comercio puro”, indica Carlos Mario Giraldo, CEO de Grupo Éxito. “Además, debemos dirigirnos a la familia completa, indagar acerca de las preferencias de todos sus miembros cuando nos visitan y ofrecer distintas opciones de compras y precios, servicios y vínculos con la comunidad”.

Comercio minorista innovador, conceptos experienciales y comunidad

Conforme avanza la evolución de la industria de bienes raíces comerciales, los minoristas existentes están incubando nuevos conceptos para expandir sus marcas, a menudo mediante el uso de una publicación limitada de “pop-ups” en los mercados objetivo. Estas tiendas únicas permiten que los minoristas hagan pruebas de mercancías únicas y diseños innovadores de tiendas antes de lanzarlos en otros mercados primarios o secundarios, como se menciona en el estudio del ICSC



Esta estrategia puede ser utilizada por un nuevo minorista, restaurante o proveedor de servicios o puede ser utilizada por un operador existente que, hasta ese momento, haya ofrecido sus productos y servicios por Internet. En los últimos años, la industria ha presenciado como una gran cantidad de minoristas que solo vendían por Internet, están abriendo tiendas físicas. Estas tiendas han tenido buena recepción porque los consumidores agradecen la oportunidad de interactuar con la marca. Los minoristas también han cosechado los beneficios de tener un punto de contacto adicional con sus consumidores, a menudo generando ventas adicionales al momento de recoger productos en la tienda o durante devoluciones o cambios.

Además, numerosos desarrolladores van más allá de la tienda para incorporar elementos experienciales en el diseño y marketing del centro comercial en su totalidad. Los desarrollos de bienes raíces comerciales son más que simplemente lugares de suministro de bienes y servicios; dado que prácticamente hacen un impacto en cada comunidad de América Latina, son un componente vital de la estructura de la vida cotidiana. Los centros comerciales brindan mayormente un espacio para que las personas disfruten de manera segura oportunidades de esparcimiento y entretenimiento, participen en diálogos cívicos o aprovechen los programas culturales y educativos.

Actualmente existe
una transformación
en el sector de
los bienes raíces
comerciales: ICSC.

Debido al lugar central que ocupan en la sociedad latinoamericana, tanto los minoristas como los dueños de las propiedades comerciales reconocen que es necesario mirar más allá de las utilidades y participar en programas para apoyar y relacionarse con la comunidad regional.

Para concluir, la transformación de los bienes raíces comerciales a través de los avances tecnológicos, las preferencias y gustos de los consumidores, así como los cambios en el entorno están dando forma a la nueva versión de los bienes raíces comerciales, el éxito en la implementación de estos cambios serán las contribuciones del sector al bienestar de las comunidades de consumidores en Latinoamérica. **●●**



Experiencia del *foodcourt* en Latinoamérica

Por **Danae Herrera**
danae.herrera@inmobiliare.com

Por **Mónica Herrera**
/monica.herrera@inmobiliare.com

Las diferentes ofertas culinarias se están convirtiendo en la principal atracción de nuevos segmentos proyectos comerciales, respondiendo a la demanda del consumidor de contar con espacios de convivencia que se conjunen con el placer gastronómico. Es por ello que países como Italia, Portugal, Alemania, Holanda y España en Europa; México y Colombia en Latinoamérica; y otros países de Centro y Sudamérica, han adoptado dicha tendencia, dando entrada a los llamados mercados gourmet.

Aquí te presentamos dos de los conceptos más representativos en América Latina, quienes han logrado una gran aceptación dentro del segmento:

Mercado del Río Medellín, Colombia

Mercado del Río en Medellín, es catalogado como el primer mercado gastronómico de Colombia, el cual abrió sus puertas al público en octubre de 2016, concepto que estuvo a cargo de Armada Proyectos Inmobiliarios, empresa especialista en el desarrollo de complejos a nivel de uso mixto y centros comerciales. Jorge García Duque, gerente de proyectos especiales, destaca en entrevista exclusiva para Inmobiliare, que desde hace 10 años empezaron a estudiar el fenómeno que se observaba a nivel mundial a partir de la apertura de San Miguel, el mercado con mayor connotación en el mundo, ubicado en Madrid, España.

“San Miguel” es el mercado con mayor connotación en el mundo, ubicado en Madrid, España.

“Comenzamos a tratar de identificar como desarrolladores inmobiliarios, cómo esos espacios se podían tropicalizar en la forma como los latinos nos gusta comer o nos gusta compartir”. Para la concepción, diseño de modelo de experiencia y negocio de Mercado del Río, la firma invirtió cerca de 6 años, “la idea fue extraída de las tendencias mundiales gastronómicas, del crecimiento del estilo de vida alrededor del maridaje y de la necesidad de espacios de ciudad para compartir”.

Respecto a cómo logra Mercado del Río complementar el diseño y la oferta gastronómica con la experiencia del usuario, García Duque señala que se requiere de una visión de 360 grados. “Lo que buscamos es que el usuario final reciba la mejor experiencia de maridaje en todos los momentos gastronómicos, para esto realizamos un estudio demográfico, etnográfico e histórico, tratamos de entender los estilos de vida, buscamos identificar el ADN del sector para crear mercados personalizados” para cada región.

La idea fue extraída de las tendencias mundiales gastronómicas, del crecimiento del estilo de vida y la necesidad de espacios de ciudad para compartir.

Actualmente, Armada Proyectos cuenta con presencia en Guatemala, Aruba y Colombia con seis mercados gastronómicos adicionales. El principal diferenciador de Mercado del Río es el entendimiento claro del comportamiento del consumidor, ofreciéndoles experiencias basadas en maridaje, que si bien, no se ha explicado antes, es el arte de entremezclar una bebida y un alimento de tal forma que se complementen entre sí.

Finalmente, con la evolución a pasos agigantados del mercado gastronómico en México y Latinoamérica, el representante de Armada Proyectos afirma que esto no significa que haya evolucionado el mercado gastronómico, sino que es el público, el consumidor final el que ha evolucionado.



La gastronomía
como estilo de vida, le
está sumando en las
ciudades en su nivel de
city marketing.

Mercado Roma Ciudad de México, México

Una de las características del país es contar con innumerables mercados y tianguis que forman parte del folclor mexicano, en cada uno de ellos, los más grandes y reconocidos, se pueden encontrar diversos y exclusivos tipos de alimentos y flores, como es el caso de San Juan, Jamaica, la Central de Abastos, etc.

Los mercados son espacios en los que la tradición, el color y el gusto por la comida predominan, puntos que llevaron a Alberto Sacal, a crear un lugar con una propuesta gastronómica gourmet que sumada al diseño arquitectónico da como resultado Mercado Roma (MR), "un mercado moderno; un universo de experiencias, sabores y colores" en la Ciudad de México.

MR es un mercado
moderno; un universo
de experiencias,
sabores y colores en la
Ciudad de México.

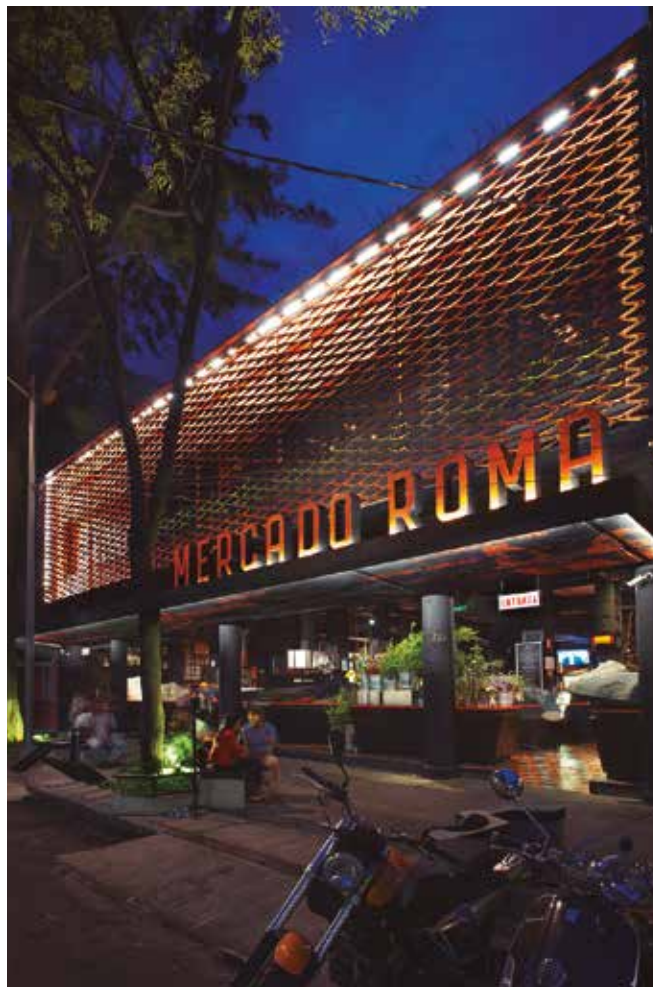
En entrevista para Inmobiliare, Alberto Sacal comenta que la idea inició, aproximadamente, seis años atrás con el objetivo de crear un sitio moderno "que se sumase a la lista de grandes mercados nacionales e internacionales y respondiera a las tendencias mundiales de mercados gourmet", además de atraer a las nuevas generaciones, que de acuerdo con él, han perdido la costumbre de visitar estos lugares.

Para sus fundadores, encontrar el punto correcto para dar forma a lo que hoy en día es MR fue un gran reto; Querétaro 225 en la colonia Roma, anteriormente era el Bar León de Pepe Arévalo y sus Mulatos, bar con una historia y energía que no querían perder; la idea siempre fue lograr un espacio único, señala Alberto.

Su inspiración, comenta, fue a partir de grandes mercados gastronómicos como el Mercado de San Miguel en España, Borough Market en Londres o Chelsea Market en Nueva York, que se unió con el objetivo de rescatar áreas olvidadas y "traer propuestas de grandes y reconocidos chefs de la ciudad de México a un nivel de mercado".

Mercado Roma es una gran familia que inició con equipos de trabajo multidisciplinarios: con Michel Rojkind en la arquitectura; Nacho Cadena en Diseño Gráfico; Cecilia León de la Barra, a cargo de los diseños de pisos; así como Uriel Waizel para la curaduría de la música. "La mezcla de ideas y trabajo fue lo que nos llevó a abrirlo, mismo que hoy en día es un punto de referencia de diseño, arquitectura y gastronomía tanto en México como en Latinoamérica".

La tendencia de mercados gourmet sin duda se posiciona como un segmento en crecimiento, que día a día se renueva para ofrecer amplias opciones y experiencias a cada público, adaptándose al estilo de vida y las necesidades que ello requiere. Espacios personalizados que unen diseños urbanos, música y comida que se integran a los gustos e intereses del cliente. 





*Vive Tulum
Regresa a lo natural*



LA CUARTA GENERACIÓN DE
TENANT MIX
EN LOS CENTROS COMERCIALES
DE LATINOAMÉRICA



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

En los últimos años la industria ha experimentado una evolución dramática, y una nueva etapa del retail está surgiendo. En países como Estados Unidos algunas tiendas departamentales están cerrando y más de un retailer se ha declarado en quiebra en los últimos doce meses. Estos cambios están trayendo nuevas oportunidades para que los desarrolladores evalúen el modelo de centro comercial del Siglo xx. Y aunque en Latinoamérica el modelo de negocios de los centros comerciales no está tan amenazado como en Estados Unidos, los desarrolladores de nuestra región preocupados por las tendencias internacionales están llevando a cabo una estrategia proactiva para mejorar el tenant mix de sus centros comerciales y como resultado están logrando incrementar el valor de los activos en sus portafolios.

Los centros comerciales de 2019 no son iguales a los del 2009. Hace diez años el mundo estaba en medio de una severa crisis financiera global, la cual muchos retailers no pudieron resistir. Al mismo tiempo, la sociedad estaba cambiando, así como los gustos y necesidades de las nuevas generaciones, en especial la de los Millennials, lo que trajo nuevas expectativas de los clientes e hizo que los retailers tuvieran que adaptarse a la nueva realidad.

Los desarrolladores por su parte llevan ya varios años desarrollando nuevos modelos de centros comerciales y remodelando los existentes. Los nuevos centros comerciales cada vez son más centros de actividad social e incluyen componentes de restaurantes y entretenimiento, pero además, el resto de la mezcla de tiendas ha evolucionado en los últimos años.

Lejos están los tiempos cuando los dueños de los centros comerciales morían por tener una tienda Zara o GAP. Los centros comerciales de Latinoamérica tienen actualmente uno de los tenant mix más diversos e internacionales del mundo. La época del Fast Fashion como un elemento diferenciador está poco a poco también llegando a su fin en muchos países; tener un H&M puede ser importante en México donde la marca entró en 2012, pero actualmente no es una marca tan codiciada por los desarrolladores.

La cuarta ola de llegada de marcas extranjeras a Latinoamérica incluye retailers asiáticos como Miniso, Daiso, Mumuso, Yoyoso, y un sinfín de marcas similares. Pero, además, hay nuevos retailers de moda provenientes de Europa y de otros países latinoamericanos que están ya sea entrando o se están expandiendo en la región.

Entre estas marcas encontramos a Aguaclara, una marca de trajes de baño del Perú, Tara Jarmon, marca de moda francesa y Vélez, la más exitosa de artículos de piel en Colombia. Para esta edición tuvimos la oportunidad de entrevistar a los directivos de estas empresas, y esto fue lo que nos dijeron:

Liliana y Jorge Villalobos, cofundadores y directores de Aguaclara, Lima, Perú

¿Cómo nace la idea de una empresa dedicada a la moda de baño?

LILIANA VILLALOBOS: "En 1987, mi hermano Jorge y yo iniciamos, con mucho entusiasmo y visión, un pequeño taller de fabricación de trajes de baño hechos a la medida. Ofreciendo un producto con un excelente diseño y un servicio muy personalizado y profesional, en poco tiempo, Aguaclara se vuelve muy popular dentro del mercado local y crece hasta convertirse en la marca líder en el Perú.

Comenzamos este negocio en el sótano de la casa de nuestros padres. En un principio hacíamos de todo, el diseño, el corte, la costura, calibrar las máquinas de coser, atender a las clientas, en fin... todo.

Ahora ya funcionamos como una pequeña corporación, con funciones más definidas: Yo, como Directora Creativa y de Imagen, propongo y diseño el concepto de la marca en todas nuestras colecciones. Jorge, como Director Ejecutivo, se encarga de las áreas de Planificación Administrativa y Estratégica".



¿Qué distingue a la marca Aguaclara?

LILIANA VILLALOBOS: "Aguaclara es una marca inspirada en la exuberancia Amazónica. Con una clara Identidad Amazónica, interpreta el espíritu de la naturaleza como un estilo para la mujer, donde lo femenino se complementa con la osadía y lo sensual con la elegancia.

Es una propuesta de moda única, exótica y sofisticada, que ofrece colecciones completas para días y noches de verano. Desde trajes de baño, faldas, blusas, kimonos, túnicas, kaftanes, y vestidos que pueden ser usados durante el día, en la playa y resorts, así como al atardecer en terrazas, sunset parties y cócteles en noches de verano. La marca usa materiales de calidad como lino, 100% seda y gasa de origen italiano, que son impresas con dibujos exclusivos diseñados por la marca. También finas aplicaciones y bordados hechos a mano. La calidad y el detalle caracterizan a Aguaclara. Asimismo, ofrece colecciones de complementos como neceseres, bolsos de playa, sombreros, lentes, sandalias, pashminas, brazaletes, aretes, buzos y otros".

¿Qué me puedes contar de la inspiración de esta colección 2019?

LILIANA VILLALOBOS: “Está inspirada en este paraíso único que se encuentra en el corazón de la Selva Peruana, La Laguna Azul en Tarapoto. La inspiración viene por los colores de perla, cacao, troncos, tonos ocre y verdes de diferentes texturas naturales que existen en este bosque virgen de selva húmeda. Una colección dedicada e inspirada por esta naturaleza virgen. Influyen también diferentes culturas del mundo, que son interpretadas hacia nuestro espíritu de identidad amazónica, con el toque exótico y sofisticado. La madurez del concepto creativo, con siluetas simples, enriquecidas con sensuales redes, aplicaciones de plumaje y finos y ricos bordados en provocativos diseños que atrapan la sensualidad de la mujer y le dan un toque de misterio. En definitiva, una colección que prueba el conocimiento de Aguaclara en el perfecto balance de ecología y moda”.



¿En qué países tienen presencia?

JORGE VILLALOBOS: “En Perú tenemos 6 tiendas, operadas por nosotros. Además, tenemos franquicias en Punta Cana (2 tiendas) y Panamá (1 tienda), y la semana pasada hemos firmado con una inversionista francesa para un local en Trois-Ilets, Martinica, con lo que completaríamos 10 locales antes del final de febrero.

Al por mayor, atendemos a clientes en cerca de 30 países, entre ellos Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania, Grecia, Ucrania, Rusia, México, Jamaica, Costa Rica, Honduras, Bahamas, Islas Vírgenes, Barbados, Curazao, Trinidad y Tobago, Ecuador, Chile, Dubái, Líbano, Egipto, Marruecos, Angola, Sudáfrica, Singapur y Australia.

¿Cuándo empiezan a ver la opción de franquicias como una forma de ampliar sus operaciones?

JORGE VILLALOBOS: "La idea nació hace unos 10 años, pero recién la llevamos a la práctica en el 2013, cuando Promperú (oficina de promoción de exportaciones del Perú) nos invita formar parte de un programa para internacionalizar algunas marcas de diseñadores peruanos con potencial para franquiciar sus negocios.



En Septiembre de 2015 tuvimos nuestra primera participación en una feria de franquicias en Panamá y la respuesta fue muy buena: En junio de 2016 estábamos inaugurando nuestra primera franquicia en Panamá y en diciembre del mismo año, la segunda en Punta Cana".

¿Por qué han elegido México como destino para expandir sus operaciones?

JORGE VILLALOBOS: "Porque México se ha convertido en el destino favorito del turismo de playa, tiene importantes ciudades turísticas en el Pacífico y en el Golfo, y recibe turistas todo el año, ya sea desde el hemisferio norte o del hemisferio sur. Las oportunidades de crecimiento en México son enormes, vemos mucho potencial en este mercado".





Vittorio Orebi, License & Development Director, Tara Jarmon, París, Francia

¿Cómo comenzó Tara Jarmon?

“Un encuentro entre un empresario, David Jarmon, y una joven y encantadora estudiante canadiense, Tara. Combinaron sus talentos y dieron a luz un proyecto, una colección completa de Premium Fashion Ready-To-Wear. Él lo logró, ella estaba a cargo del diseño y le dio su nombre y espíritu”.



¿Cuáles han sido los principales escalones a lo largo de los años?

“Tara Jarmon (TJ) fue creada hace unos 30 años. Una de las primeras tiendas abiertas en 2001 en la prestigiosa Avenue des Champs Elysées, en París. Desde entonces, esa tienda se extendió a 350 metros cuadrados.

A lo largo de los años, TJ amplió su presencia en Europa, Oriente Medio y Asia, y ahora se pueden encontrar tiendas en Londres, Dubai, Tokio, Hong Kong o Beirut.

En 2016, David y Tara Jarmon decidieron dedicarse a nuevos proyectos y AMS Industry, una oficina familiar diversificada se convirtió en el único accionista de la compañía. Una nueva directora artística talentosa, Colombe Campana, ha preservado, desde entonces, el ADN de la marca. Ella ha mantenido el espíritu visionario de TJ y perpetúa el legado de su creador. Hoy en día, TJ tiene 70 tiendas en todo el mundo, junto con 70 tiendas en las tiendas más importantes del Departamento”.





¿Qué nos puede decirnos de la filosofía de la marca?

"Abrigos, vestidos y vestuario nocturno son los logros más exitosos de TJ. Las miradas son audaces pero mantienen un esquema diario. Impresos, colores y formas muy femeninas son las características clave. Quienes realmente conocen TJ lo aprecian no sólo como una marca de moda sino también como una casa de modas en el sentido tradicional del término".

A menudo llamas a Tara Jarmon 'una pequeña Maison de Couture', ¿Puedes explicar por qué?

"Es cierto que Tara Jarmon todavía tiene su propio taller en el corazón de París. Más de 30 diseñadores, creadores de patrones y técnicos especializados trabajan mano a mano para crear, temporada tras temporada, grandes colecciones que luego se producen principalmente en Europa. La cápsula de gama alta, Le Bal, una colección única de 'alfombra roja' incluso se fabrica en París. Una línea de accesorios ahora se ha introducido con éxito".



■ ¿Cuál es su estilo?

“El look es siempre ‘chic’ con un toque muy femenino y moderno. Es un juego de colores, estampados y formas arquitectónicas donde la fantasía es una palabra clave. Las impresiones exclusivas se dibujan ‘en casa’, este es un activo clave porque nunca se verán en otros lugares.

Los principales competidores están en Estados Unidos. El mercado de la moda, en el segmento premium, está impulsado por marcas estadounidenses muy poderosas, junto con algunas ‘segundas líneas’ italianas y un par de marcas francesas de moda. Pero TJ definitivamente ofrece una alternativa con productos de alta calidad, precios asequibles y un toque francés inigualable”.

■ ¿Cuáles son tus metas en América?

“Tara Jarmon fue recientemente introducida con éxito en los Estados Unidos. Después de 3 temporadas, TJ ya se distribuye de forma selectiva a través de más de 100 tiendas especializadas de alta gama en los EE. UU. El siguiente paso: México, es parte de la estrategia de crecimiento porque sabemos lo elegantes que son las mujeres mexicanas y realmente creemos que les encantará la elegancia parisina única presentada por TJ”.





Anne Charlotte Bouline, gerente de ventas internacionales y wholesae de Cueros Vélez

■ ¿Cuáles son los planes Cueros Vélez?

“La compañía colombiana Cueros Vélez a través de su marca Vélez busca expandirse a nivel internacional y llevar sus productos artesanales de piel al mercado mexicano, donde ya cuenta con 5 puntos de venta en Monterrey. La compañía cerrará el año con más de 300 puntos en Colombia, México, Panamá, Perú, Guatemala, El Salvador y Costa Rica y exporta sus productos a Estados Unidos, Suiza y República Dominicana. Se tiene proyectado llegar muy pronto a los mercados de Chile y Australia”.

■ ¿Cuánto lleva Vélez en México?

“Vélez llega a la ciudad de Monterrey hace 2 años bajo el modelo de franquicia. Al día de hoy nuestro franquiciado cuenta con 5 puntos de venta en los centros comerciales Esfera, Paseo San Pedro, Fashion Drive, Paseo la Fe y el aeropuerto de Monterrey. El consumidor mexicano reconoce el valor de los productos y de la marca Vélez, por lo tanto se identifica un gran potencial en el país”.





¿A qué tipo de consumidor se dirige la marca Vélez?

“A un consumidor adulto neotradicional entre 30 y 55 años que le gusta darse gusto y está muy informado. Buscan un estilo contemporáneo y hacen parte de una generación que evoluciona constantemente, les gusta viajar, aprender, conservan su propio estilo basado en el confort, las últimas tendencias y la tecnología”.

¿Cuáles son los planes de expansión de la marca en el país?

“México es para nosotros uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento en los próximos años. El próximo paso es la apertura de una tienda flagship en la Ciudad de México con el fin de posicionar nuestra marca en la ciudad y enamorar a los inversionistas interesados en llevar nuestra franquicia a diferentes ciudades. Después de los estudios de mercado realizados encontramos que existe un potencial de 50 tiendas en el país. Adicionalmente, desde el mes pasado estamos comercializando nuestros productos en Amazon México y próximamente a través de Mercado Libre, lo que nos permite atender el país en su totalidad”.

¿Cuál es la diferenciación de la marca y el valor que agrega al mercado?

“Productos de moda en piel con un look contemporáneo y detalles artesanales. Existen varias marcas de calzado de piel en México, pero la diferencia está en tener una oferta completa de vestuario que incluye cintos, calzado, bolsos, chamarras y accesorios en piel.

Tiendas que transmiten la pasión por la piel, el proceso artesanal y cuentan la historia de cómo se transforman las pieles en productos. Las fachadas tienen su emblemática columna enchapada en 100% piel que invita a los Leather Lovers a vivir una experiencia única, al ingresar a las tiendas se encuentra un carrito que es utilizado en las plantas de producción para transportar las hojas de piel en diferentes etapas del proceso. Finalmente, las aplicaciones gráficas del espacio cuentan cómo se fabrican productos únicos en acabados, calidad y confort que se convierten en verdaderas piezas de lujo artesanal”.

¿Cuáles son las líneas de productos que comercializa Vélez?

“Somos artesanos de la piel, nuestros productos son hechos a mano desde nuestras plantas de producción en Colombia. Fabricamos y comercializamos zapatos, bolsos, carteras, cintos y chamarras. En Colombia tenemos una línea de calzado para niños, una línea de prendas y productos para el hogar, las cuales aún no se comercializan a nivel internacional”.





¿Cuál es la diferencia entre el mercado mexicano y los mercados donde está implementada la marca?

"La principal diferencia tiene que ver con el tema inmobiliario que nos ha obligado a adaptar nuestro modelo de negocio. En la mayoría de los países se desconoce el concepto de guante; sin embargo, las rentas pueden llegar a representar un porcentaje alto de la venta, como lo es en Perú, por ejemplo, mientras que en México, las rentas representan un porcentaje menor de la venta, pero la inversión inicial es mucho más alta.



La otra diferencia son las estaciones, en Colombia tenemos varios tipos de climas (frío, medio y cálido) pero se mantienen a lo largo del año. Sin embargo, gracias a la experiencia en otros países hemos aprendido a adaptar nuestra colección a estos cambios climáticos.

Finalmente, un tema que hemos encontrado en México es una alta rotación del personal, mucho más alta que en los demás países". 

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



MÉXICO

en las Grandes Ligas

El Turismo como Plataforma de Liderazgo y Desarrollo.

21, 22 y 23 de mayo 2019
Mazatlán International Center,
Mazatlán, Sinaloa

MEXICO

in the Big Leagues

Tourism as Platform of Leadership and Development.

May 21st, 22nd & 23rd 2019
Mazatlán International Center,
Mazatlán, Sinaloa



20 de mayo | May 20th



23 y 24 de mayo | May 23rd & 24th



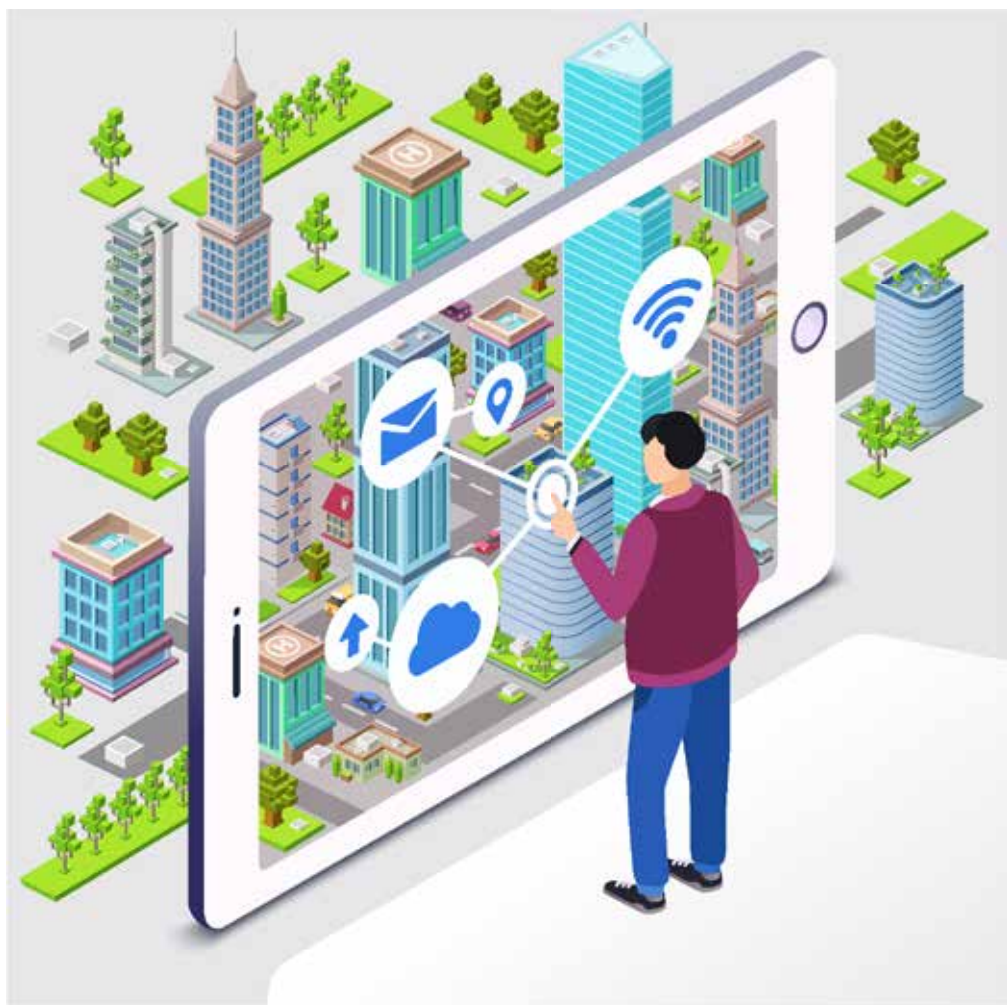
2019 AMDETUR Awards "La Palmera de Oro"

www.amdetur.org.mx

[f /amdeturmx](https://www.facebook.com/amdeturmx) [@AMDETUR](https://twitter.com/AMDETUR)

LA NUEVA CARA DE LOS BIENES RAÍCES: INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Por: Roberto Charvel
Director de Vander Capital Partners



La última vez que escribí en esta revista el mundo era muy diferente. El capital privado en la industria inmobiliaria estaba en su apogeo en México. Era 2008 justo antes de la crisis que cambiaría el interés por fondos de pensiones extranjeros en México. En ese entonces yo trabajaba para una plataforma de fondos inmobiliarios que había levantado alrededor de US\$2,500m para invertir en proyectos inmobiliarios en México.

La crisis del 2008-2009 nos tomó a todos por sorpresa, aunque fue una catástrofe en cámara lenta. Durante el año previo a la crisis que detonó en septiembre del 2008 con la quiebra de Lehman Brothers se hablaba sin cesar de la burbuja de los precios de vivienda en Estados Unidos reventando ciudad por ciudad hasta que se hizo una crisis nacional y luego global.

Afortunadamente, la industria inmobiliaria en México se supo sobreponer a la crisis. Muchos empleados y/o emprendedores decidieron buscar el camino de levantar sus propias plataformas o dentro de plataformas existentes decidieron dedicarse a levantar dinero de las Afores. Hoy el capital privado inmobiliario es mayoritariamente financiado por fondos de pensiones mexicanos lo que lo hace menos volátil.

Algunas empresas no pudieron sacudirse la crisis del 2008-2009 y los cambios internos, entre ellos están Casas GEO, Urbi y Homex. Algunos inclusive tienen cuentas pendientes con la justicia. Otros vieron en la crisis una gran oportunidad; por ejemplo, la empresa liderada por los El-Mann pudo capitalizar una gran oportunidad en Gicsa que eventualmente se volvería parte de Fibra Uno, uno de los REITs más grandes del mundo.

Si algo debe de quedar claro es que en los negocios y más en los inmobiliarios, que son intensivos en el uso de capital y deuda, el *status quo* está en constante peligro de extinción. Ni siquiera las regulaciones son capaces de protegerlos. Pensemos en el caso de la industria de hotelería que ha visto la aparición de un jugador que sin ser dueño de un sólo activo, controla hoy gran parte de la oferta hotelera a nivel mundial y que no existía hace 10 años.

Airbnb usó la tecnología para crecer al margen de la ley, cuando las ciudades y reguladores pudieron reaccionar, Airbnb ya era un gigante, una nueva realidad que se tenía que considerar en la nueva regulación. Lo mismo pasó, por ejemplo con Uber, que pudo saltar el proceso del monopolio del estado que otorga placas o medallones para que particulares presten el servicio de taxis.

Hace cinco años me vine a vivir a San Francisco, la cuna de la tecnología. Los primeros tres años desde que me mudé a Estados Unidos di clases en el MBA de la Universidad de Harvard en temas inmobiliarios. Estar en contacto con el mundo emprendedor en San Francisco y el interés de las nuevas generaciones de estudiantes en temas de innovación hicieron que mi pasión por los bienes raíces migrara a un mundo nuevo creado en la intersección entre los bienes raíces y la tecnología.

Al principio no sabía siquiera que era un tema o que alguien más estuviera interesado en ese nicho de mercado hasta que tuve la suerte de ser invitado a una conferencia sobre bienes raíces en Said Business School en la Universidad de Oxford. Para mi sorpresa, mi interés que sentía casi *underground*, tenía una masa crítica de acólitos en Inglaterra que decidieron nombrar a la naciente industria tecnológica en temas inmobiliarios como PropTech.

Para mi sorpresa el Prof Andrew Baum decidió que yo era lo suficientemente interesante para volverse su amigo. Si estás interesado en PropTech tienes que leer su libro (que está gratis en línea) publicado por Oxford University Press titulado *PropTech 3.0*. El Prof Baum vino a quedarse en mi casa de San Francisco en donde tuvimos varias discusiones respecto al gran trabajo que hizo.

Cuando le platico a alguien sobre la industria de PropTech, las dos empresas emblemáticas son WeWork (ahora llamada We Company) valuada en US \$47,000 y Airbnb valuada en US \$29,000m. Pero sin duda estas no son las primeras empresas en explorar el uso de la tecnología aplicada en la industria inmobiliaria.

Quizá se podría pensar que la primera ola de tecnología en bienes raíces surgió durante el boom del Internet que terminó en el 2001. En esa época surgieron varios sitios de listados de propiedades que cambiaron el mercado de compra venta y el de renta de vivienda. Sin embargo, hay empresas como Quicken Loans (el mayor banco hipotecario en Estados Unidos y que además no tiene oficinas físicas) se fundó en 1985.

Otra empresa que ha dominado su nicho de mercado es Yardi Systems que tiene el monopolio en el software usado para administrar propiedades multifamiliares de vivienda en renta. Yardi se fundó en 1984.



Es difícil rastrear el surgimiento del PropTech y quizá es de limitado valor saber la fecha o la empresa que creó la industria, lo importante es donde está ahora y a dónde va. Creo que hay varias formas de medir el éxito de PropTech en el mundo. Por ejemplo, podemos hablar de empresas listadas en las bolsas, esta categoría incluiría a: Zillow, Redfin, Trulia (adquirida por Zillow) y GreenSky en Estados Unidos; y Rightmove, Zoopla y Purplebricks en el Reino Unido.





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

Otra forma de medir el éxito es ver la participación de las empresas de PropTech en la exclusiva lista de Unicornios (empresas privadas de reciente creación valuadas en más de US \$1,000m). En el mundo se estima que hay un poco más de 200 unicornios y por lo menos hay 20 empresas de PropTech en la lista.

Finalmente, se podría usar la inversión de los fondos de capital emprendedor o *venture capital* en PropTech como un proxy de cómo se espera que PropTech se comporte en el futuro cercano. En el 2018 vio el récord mundial de inversiones de fondos de capital emprendedor sumando US \$130,000m. De esas inversiones PropTech, una industria realmente joven, recibió el 8.5% de ese capital.

Este es el primer artículo de lo que espero sea un espacio en el tiempo en esta revista en donde me gustaría explorar temas sobre los modelos de empresas disruptivas en Estados Unidos, Europa, China y América Latina, y sobre cómo ciertos tipos de inmuebles (por ejemplo, los hoteles) están usando innovaciones para hacer más exitosos a la industria de los bienes raíces.

Me gustaría acabar este primer artículo con la afirmación de que PropTech, como FinTech por ejemplo, es ya una realidad y no un sueño. Las grandes empresas inmobiliarias globales lo saben, algunas como JLL tienen su propio fondo especializado en PropTech.

Inclusive asociaciones como la *National Association of Realtors* en Estados Unidos tienen su propio fondo de PropTech. Universidades serias como la Universidad de Columbia ya tienen cursos en el sector, pero lo más importante es el uso que le están dando a la tecnología inmobiliaria empresas del sector, así como los usuarios finales que ya revisaremos en futuros artículos.

Una de las mejores sorpresas que he tenido es el interés y la calidad de emprendedores mexicanos que están interesados en el sector y de quienes me gustaría hablar en detalle en futuras ediciones.

A manera de colaborar a construir el ecosistema de PropTech en México, me gustaría compartir con los interesados algunos nombres de medios especializados en el sector y que pueden ayudar a entender más sobre este increíble suceso en el mundo de los negocios. Mis sugerencias incluyen seguir a CRETech, MetaProp NY, el *MIT Center for Real Estate*, así como a Builtworlds y Bisnow, entre otros. 

Roberto Charvel es director de Vander Capital Partners, una empresa privada de inversión con tres programas que incluye uno que invierte en empresas de etapas tempranas principalmente en PropTech. A la fecha ha realizado tres inversiones en US y cuatro en México. Roberto tiene un MBA por la Universidad de Harvard y vive en San Francisco, CA.



@roberto_charvel



The Real Estate Show

UN EVENTO DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLADORES INMOBILIARIOS, ADI

2019

EMPIEZA EL AÑO
ASISTIENDO AL **EVENTO**
MÁS IMPORTANTE
DE MÉXICO
Y LATINOAMÉRICA
QUE DEFINE
EL PANORAMA DE
NEGOCIOS E
INVERSIONES DEL
SECTOR INMOBILIARIO

19 Y 20
DE MARZO
2019

HOTEL WESTIN SANTA FE
CDMX



¡RESERVA TU LUGAR!

y conoce más al respecto en:



www.therealestateshow.mx

contacto para venta de boletos 55 52924998 / ventascongreso@therealestateshow.mx

A

D

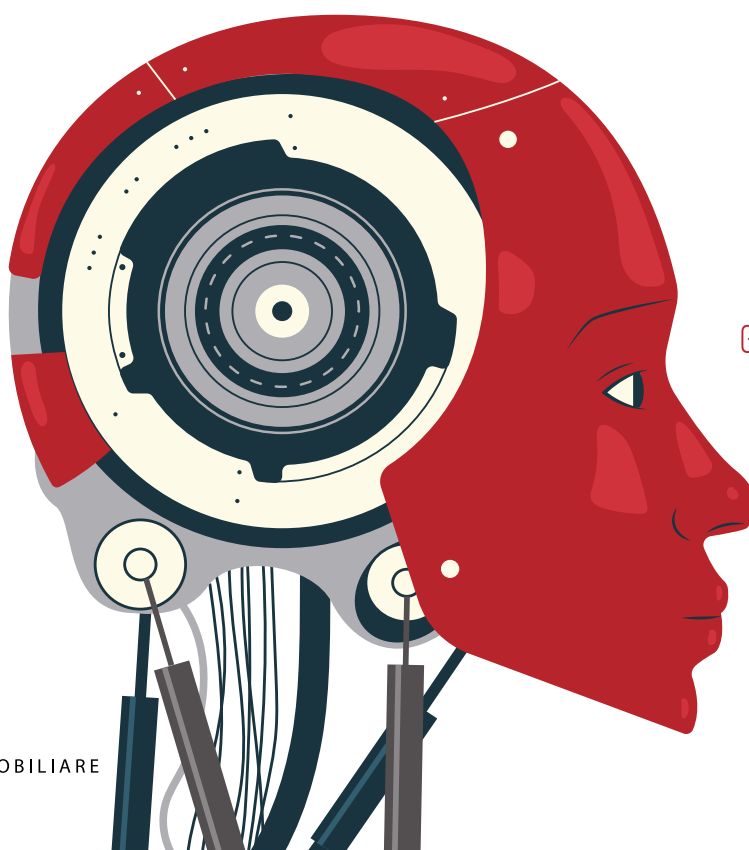
I

LOS HUMANOIDES, LA TECNOLOGÍA Y EL MUNDO INMOBILIARIO

Por Eduardo Bremer González, Grupo 4S

La robotización y el crecimiento de la inteligencia artificial es un fenómeno que no podemos ignorar. Cada vez es más común escuchar sobre vehículos capaces de conducir de forma autónoma como los de Tesla; también de dispositivos que por medio de comandos de voz nos permiten controlar distintos espacios de nuestro hogar, por ejemplo Alexa de Amazon, Google Home o Home Pod de Apple; incluso nuestro dispositivo móvil puede ser un asistente personal gracias a Siri, en Apple y al Asistente de Google en dispositivos con un sistema operativo Android.

El mundo inmobiliario no se queda atrás en dichos avances tecnológicos, automatización y robotización. Por ejemplo WinSun Decoration Design Engineering, una compañía constructora china, en 2014 'imprimió' bloques para ensamblar 10 casas en un lapso de 24 horas. En ese año haber tenido listas las casas en el tiempo mencionado tuvo un costo de \$4,800 USD (1). La compañía menciona que la construcción con tecnología de impresión en 3D permite la asequibilidad de la vivienda para sus usuarios, además de reducir tiempos de desarrollo y ahorrar aproximadamente en un 60% los materiales que normalmente se usan. La pasta comprimida con la que se imprime está hecha de fibra de vidrio, acero, cemento y adherentes, además de material de construcción reciclado. En el 2015 la misma compañía construyó una torre de departamentos de 5 pisos, además de una mansión.



GRACIAS A LA TECNOLOGÍA
LOS COSTOS DE OPERACIÓN
Y CONSTRUCCIÓN SE PUEDEN
LLEGAR A DECREMENTAR,
AUNQUE EN UN INICIO PUEDE
LLEGAR A REPRESENTAR UNA
GRAN INVERSIÓN POR EL TEMA
DE ADAPTARSE, APRENDER Y
EMPEZAR A USARLA

Gracias al contexto mencionado nos podemos dar cuenta que la tecnología apoya a las formas de construir, optando por pasar de lo tradicional a lo disruptivo, ahorrando costos y tiempo sin sacrificar seguridad y calidad. Sin embargo, los avances no solamente están ahí. Los podemos encontrar en las formas de operar el negocio, el contacto con el cliente y puede brindar ayuda para maximizar la experiencia del consumidor en determinado establecimiento, llámese hotel, plaza comercial, departamentos, etcétera. Lo dejo a su criterio e imaginación.

Ahora veamos como ejemplo a Henn na Hotel (hotel raro en español), ubicado en Tokyo, Japón, el cual es un hotel operado 100% por robots y cuenta con 72 habitaciones. El front desk para realizar el check in y check out es atendido por un humanoide y dos robots con forma de velociraptor, los cuales serán los encargados de facilitar los procesos de entrada y salida.



La construcción con tecnología de impresión en 3D permite la asequibilidad de la vivienda, reduce tiempos de desarrollo y se ahorra aproximadamente 60% de los materiales que normalmente se usan



Gracias a la tecnología los costos de operación y construcción se pueden llegar a decrementar, aunque en un inicio puede llegar a representar una gran inversión por el tema de adaptarse, aprender y empezar a usarla. Las cuestiones aquí son: ¿cuándo podemos ver dicha tecnología en México? y ¿por qué en el desarrollo inmobiliario se sigue optando por hacer las cosas de forma tradicional? El miedo y los riesgos de inversión nos mantienen dentro del status quo.

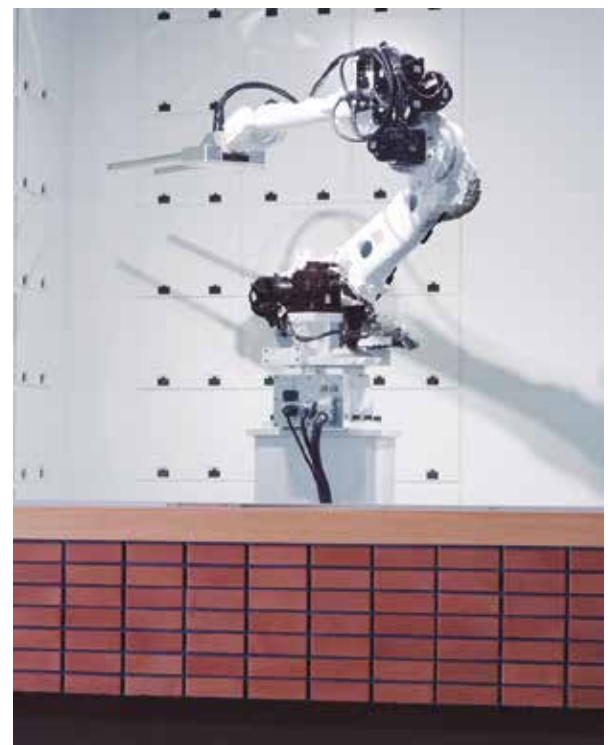
El futuro es increíble y no es necesario imaginarlo porque ya está aquí. Dentro de los próximos años, si es que la Ley de Moore, la cual menciona que cada 24 meses los procesadores aumentan al 100% su capacidad y desempeño, sigue vigente, esta tendencia de robots, humanoides e inteligencia artificial cada vez será más común en el mundo. ¿En México se nos quitará el miedo?

【●】

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

Henn na Hotel ubicado en Tokyo, Japón, es un hotel operado 100% por robots

De ser necesario, los huéspedes pueden guardar las maletas y un brazo robótico, muy al estilo de los que arman autos, será el encargado de guardarlo. O bien, un robot puede apoyar para llevar el equipaje hasta la habitación. Los cuartos son limpiados por robots barredores, y éstos están diseñados para que sean fáciles de limpiar, además dentro hay un robot el cual le hablas para controlar algunas cuestiones del cuarto, por ejemplo: apagar las luces. Se espera que en unos años más éste robot sea capaz de recordar caras y saludar al huésped, haciendo más personal y cálida la estadia, rompiendo con la frialdad tecnológica.



HACIA UN REAL ESTATE MÁS INTELIGENTE

Por Ruben Frattini,
Founder de PireLabs.com

El uso de la Inteligencia Artificial (AI, por sus siglas en inglés) junto al desarrollo del Machine Learning está redefiniendo la forma de trabajar en el ámbito inmobiliario. Cada vez la experiencia del usuario (UX) define la forma en la que se comunican o crean los productos para vender o entregar información.

Los cambios que comenzaron hace más de 15 años con algunos portales como Zillow (USA) o Zoopla (UK) donde se agregaba la información de relevancia cercanos a los inmuebles de interés del usuario (colegio, supermercados, etc.), no eran más que una forma de agregar datos para validar una decisión de compra. De allí, en los últimos tiempos pasamos a las preferencias del usuario, en donde este agrega en las consultas que quiere disponer cerca de los inmuebles que busca. En estos tiempos de proptech esta condición ha llegado a situaciones en las que mediante el uso de la AI e implementación del *Machine Learning* (con IBM o Google a la cabeza) los portales pueden predecir qué tipo de propiedad sugerirle a un usuario. ¿Pero cómo es esto? ¿Cuál es la diferencia entre AI y *Machine Learning*? ¿La industria inmobiliaria en Latinoamérica, está desarrollando y aplica este tema?

En palabras de Steve Weikal, director del Center for Real Estate del MIT (Universidad de Massachusetts), quien además fue speaker principal del Proptech LATAM Summit, primer evento en esta temática en Latinoamérica



celebrado en 2018; hoy se encuentra siguiendo de cerca el desarrollo del *proptech* en la región, por lo que expresó: "El Real Estate está evolucionando a ser 'más inteligente' desde distintos aspectos. En el campo residencial, en Latinoamérica hay buenas soluciones como Properati (comprado recientemente por OLX) o Portalinmobiliario.com (comprado por Mercado Libre), que generan una tremenda cantidad de información y facilitan los procesos de tomas de decisión. En el segmento comercial están varios portales de noticias e investigación como PrensaRealEstate.com o Solili, todos ellos generando una gran data para el mercado. En el área financiera también hay excelentes soluciones que manejan mucha data y transparencia, para estar informados al momento de tomar decisiones financieras, como Capitalizarme.com Credifi o Intelimetrica. También están los casos de Homie o Alquilando que aportan a la búsqueda de alquileres. Junto a nuevos desarrollos como Breal.cl que agregan información para gestión de activos comerciales en renta o administración. Esta visión a seguido aumentando en portales y plataforma que hoy se integran cada día a la industria".

Sobre la diferencia entre la AI y el Machine, podríamos decir que se basan en los siguiente: la AI se trata de inteligencia generada por máquinas con algoritmos generalmente estáticos, y no es algo especialmente nuevo. En tanto el Machine Learning es inteligencia artificial basada en patrones de datos de aprendizaje dictados por las opiniones de usuarios en lugar de algoritmos específicos de tareas. Es decir 'aprende y ajusta'. Es aquí donde radica la esencia de poder ir por un Real Estate más inteligente, buscando en la gran masa de datos que dejan los clientes un patrón para predecir de qué forma piensan los compradores, cuál es su ciclo de cambios o porque los inversores van detrás de un negocio y dejan otro entre sus preferencias.

La industria debe aprender aún más

Hay algunas startups y empresas que ya están utilizando Machine Learning, como Amazon, Waze, Siri. Hay algunas aplicaciones que se usan en el retail, que por ejemplo se anticipan a lo que un usuario podría estar interesado en comprar. Google tiempo atrás definía esto como Zero Moment Opportunity Transaction (ZMOT). Algunos ejemplos en el Real Estate para tener en cuenta: en brokerage y ventas por ejemplo son Digsy, Truss, o la chilena TGA, que pone foco en asistir a los promotores inmobiliarios a entender los pedidos de sus clientes, mejorando la calidad de atención sus equipos de ventas y post-ventas. Como lo define su CEO Tomás Cartagena "Somos especialistas en el conocimiento del consumidor inmobiliario. Tal vez una de las pocas startups que están centradas en esta área. Reflejo de ellos es que hoy día TGA ya tiene operaciones fuera de Chile, integrando a promotores de Perú, Colombia y Paraguay".

En la visión del Steve Weikal sobre el tema locaciones, tanto como para dónde desarrollar su negocio o dónde hay alquileres disponibles, existe LocateAI. En cuanto a evaluación de propiedades hay dos soluciones muy interesantes una en NY que es Bowery y Oreeva en Londres. Y si hablamos de tasación o valuación, existe Space Maker, CityBldr y Skyline. Todas con una visión anglosajona que posee o dispone de muchos datos públicos. Todo un desafío en Latinoamérica.



También existen algunos casos concretos y relevantes del uso de AI y *Machine Learning* que se dan en España, donde el proptech ha crecido significativamente, pues en estos últimos años con casi 350 startups que recibieron apoyo de la industria mediante Angel Investor o Venture Capital. Para el caso una es BITTERPLACE, en palabras de su Founder Pablo López García "Hemos desarrollado un sistema de valorización que permite a los agentes comerciales calcular la estimación del precio de compra y alquiler, tanto de viviendas residenciales como de locales comerciales. Para ello partimos de una base de datos pública con el objetivo de replicar conocimiento y poder valorar inmuebles. El primer paso fue enriquecer esos primeros datos con información sociodemográfica y entrenar una red neuronal que nos fue devolviendo estimaciones. Al incorporar cada vez más parámetros (altura del edificio, antigüedad, pagos expensas, etc.) fuimos sofisticando un sistema que hoy nos permite valorar inmuebles en cualquier lugar con unos criterios de fidelidad muy alta".

Para procesos más sofisticados de valorizaciones de activos de Real Estate, cuyos clientes son los fondos de inversión o banca privada está el caso de Urban data Analytics (uDA), en su visión el big data inmobiliario ofrece una infinidad de información que es fácil de interpretar, para ello efectúan relevamientos y valorizaciones que agregan valor en tiempo real. En palabras de su CEO Alberto Santos Estévez, dice: "En uDA utilizamos técnicas de machine learning e AI para alimentar los procesos de estructuración de portafolios y valorización de carteras en renta, tema fundamental para la valorización de los fondos o SOCIMIs. Además, nuestros sistemas están preparados para el uso de dichas tecnologías de forma que se realicen en tiempo real para decir inversiones".

Cada día surgen más startups o nuevas compañías en la región que están en la búsqueda de más soluciones para la industria del Real Estate. Muchos fondos de Venture Capital, Family Office y hasta personas de alto patrimonio están muy interesadas en invertir en la industria del proptech, por eso desde www.pirelabs.com, que es nuestra plataforma de integración de la industria del proptech en LATAM hemos avanzado en identificar este tipo de startup regionales, trabajando para impulsar las ideas y nuevos proyectos. Aportando a la creación del ecosistema que las haga crecer. Sin dudas la actores están comenzando a ser más inteligentes. **【●】**

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

EL ARTE EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS: DESDE YAYOI KUSAMA EN LOUIS VUITTON HASTA LUCÍA PRUDENCIO EN EL NUEVO TOKS

Por **JUAN PABLO RODRÍGUEZ**,
Space Design en Mero Mole / meromole.com

NO HAY DISEÑO DE ESPACIOS QUE NO HABLE DE CULTURA. UN DESARROLLO URBANO SIN HITOS ES UNA CIUDAD GENÉRICA, ¿QUÉ SERÍA DE PARÍS SIN LA TORRE EIFFEL O DE LA CIUDAD DE MÉXICO SIN EL ÁNGEL DE LA INDEPENDENCIA? ¿CÓMO ESTÁN LOS CENTROS SOCIALES, INCLUIDOS LOS RESTAURANTES, ABORDANDO ESTE TEMA? EL SECRETO ESTÁ EN EL ARTE.



FLORALIS GENÉRICA DE BUENOS AIRES

Arquitectura con identidad y experiencia:

Crear identidad es imprescindible para hacer arquitectura, eso va más allá de una escultura o mural; la cultura se genera creando un código de diseño en común que simbolice una forma de pensar pero que se haga tangible en una construcción. Nuestra invitación de reflexión es: **¿qué elementos rompen con la monotonía espacial y se convierten en emblemas para visitarlo y generar una experiencia?**

La idea del arte en el espacio es provocar que un lugar aporte más que la intención a la que estaba destinado originalmente en términos de funcionalidad. Por ejemplo, cualquiera puede trabajar en un edificio, pero si a ese edificio le sumamos una vista impresionante, el factor experiencial se hace presente y nos causa inmediatamente una sensación complementaria a su propósito básico: **nos hace disfrutarlo.**



La arquitectura en la era de la comunicación digital:

¿Por qué nos sentimos obligados a compartir con nuestros círculos sociales los lugares a los que hemos ido? Les ponemos nombre, agregamos un *hashtag* y listo: acabamos de expresándole al mundo que estamos en Chicago con sólo compartir una fotografía de la escultura *Cloud Gate (The Bean)* de Anish Kapoor en el *Millennium Park*. Deseamos que todos experimenten lo que nosotros vimos. Pero el arte en el espacio no es únicamente un posicionador personal y **catalizador de identidad también es un activador de economía, turismo y, dependiendo de su escala, hasta un factor para la gentrificación de una zona.** ¿Se acuerdan de la estrategia de Amsterdam de posicionamiento entre los turistas con el letrero de gran formato y de orgullo nacional: I Amsterdam, que luego se hizo popular como un ícono a implementar entre otras ciudades internacionales?



El arte ha cambiado la forma en la que se interactúa con un espacio y ha hecho que lugares olvidados ahora sean destinos turísticos, **¿Ya visitaron la instalación de los paraguas en Águeda, Portugal?** Ahora es un referente mundial y aparece como recurso publicitario en repetidas ocasiones en centros comerciales.

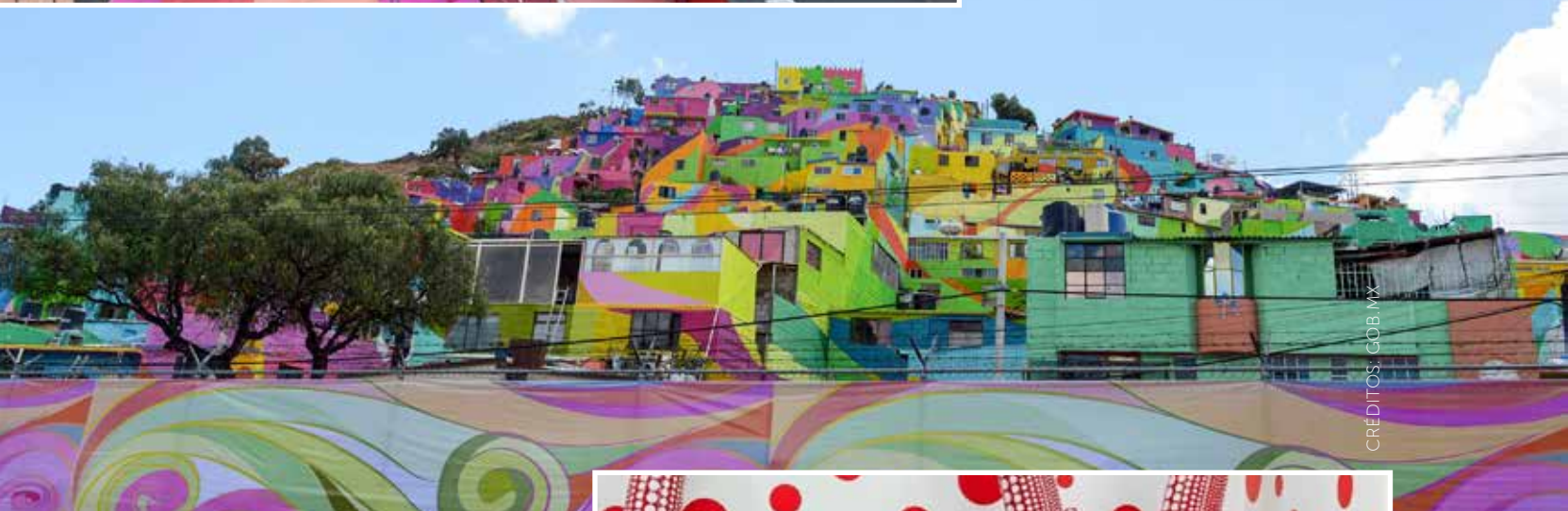




CRÉDITOS: VISITCOPENHAGEN.COM

El arte como agente de cohesión social:

Los barrios con altos índices de crimen se han transformado en espacios recreativos o de convivencia social, tal es el caso del parque público urbano **Superkilen en Copenhague** donde el rojo vibrante se adueñó del barrio dándole un giro y transformándolo en un espacio público seguro para la sociedad de la zona. En Hidalgo, México está el caso del macromural de 40 mil metros cuadrados como estrategia efectiva para bajar los índices de violencia y criminalidad.



CRÉDITOS: GOB.MX

La necesidad de expresión social y las fronteras con el urbanismo:

Cuando la comunidad tiene necesidad de adueñarse de un espacio lo interviene vertiendo su personalidad. En Wynwood, Miami, ex zona industrial se creó un lienzo para que los artistas urbanos dejaran volar su imaginación, ahora, es todo un destino turístico. **En estos casos, los lugares reinventados obligan a que el tráfico de gente y vida social ocurra de manera natural y constante**, transformando las zonas en espacios deseables de los que los usuarios se vuelven dueños y partícipes activos.



CRÉDITOS: WYNWOODMIA.COM

Urbanismo y espacios comerciales:

El papel del arte dentro de ciudades o barrios **es aplicable también dentro de la estrategia de espacios públicos o privados: centros comerciales, centros de consumo de alimentos y bebidas, espacios de entretenimiento y retail.** ¿Se acuerdan cuando las tiendas de Louis Vuitton en Nueva York estaban intervenidas por la artista Yayoi Kusama?

El ser disruptivos dentro de la planeación de la experiencia es el marco perfecto para guiar emociones: el momento exacto que esperamos repetir como visitantes. Los escaparates de Fifth Av. en Nueva York y los Globos de Gumm en Moscú no tienen una misión muy alejada **al Floralis Genérica de Buenos Aires** o a los tulipanes **de Jeff Koons en el hotel Wynn de Las Vegas**.



El arte en restaurantes: el caso Toks

El galardonado Gran Achatz del restaurante Alinea en Chicago sabe que un restaurante es diseñar emociones. Su famoso postre diseñado en mesa sobre es como si Jackson Pollock estuviera haciendo un *performance* en vivo. Pero el *showcooking* no es lo único que enaltece la experiencia en un restaurante. Toks, la cafetería premium de México, tenía como tarea reinventarse para conectar con el público *millennial* mexicano creando ocasiones de consumo complementarias a las actuales. La estrategia elegida por Grupo Gigante y Mero Mole fue apostar por el arte mexicano y crear una atmósfera zonificada estratégicamente que apelara a los cafés de barrio. ¿Ya conocen a **Lucía Prudencio**? Joven artista veracruzana especializada en gran formato y litografía. Lucía cuenta la historia de México haciendo un tributo a los insumos regionales básicos que como los colores primarios se convierten en un sinfín de platillos tradicionales. Toks tiene la intención de evocar el espíritu y la calidez mexicana a través de su comida en un formato cotidiano y fresco y lo anterior se traduce en su nuevo modelo arquitectónico.



Tecnología y arte:

El futuro no tan lejano considerando a Uber como precedente es pensar en coches automatizados para conducir o *supervías* para llegar en mínimo tiempo a nuestros destinos, sin embargo, existe una paradoja: *estamos yendo hacia el futuro en términos tecnológicos de optimización, pero también estamos volviendo al origen al momento de crear espacios urbanos comerciales*, dice Andrew Strenk. El arte es un elemento que da esencia a la tecnología. La arquitectura debe generar emociones y hacer que su visitante se sienta identificado con su concepto. Los viajes que hacemos diario al trabajo o a comer y los que hacemos no tan seguido a otras ciudades, los realizamos con el pretexto de contar nuevas historias: así de fácil. ❶

Lucía Prudencio



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

EL AS BAJO LA MANGA DE LA INDUSTRIA CORPORATIVA

Por **Daniela Bustamante**

El *Branding* es un término que escuchamos muy seguido en el mundo de los negocios, pero que a veces entendemos poco debido a que abarca mucho.

Para que cualquier negocio subsista o sea exitoso, debe existir una estrategia detrás. Muchas veces ésta se da de manera espontánea; sin embargo, hoy en día, ningún inversionista que se considere serio entraría a un negocio sin conocer la planeación desde un inicio.

No es secreto, desde hace mucho en el mundo del Real Estate: oficinas, escuelas, restaurantes y comercios, están incorporando el diseño como parte de una estrategia integral y 100% necesaria.

Cada que regresamos a un restaurante, centro comercial u hotel, lo hacemos (quizás de manera inconsciente) porque alguien lo planeó así. Sin darnos cuenta, ese alguien decide de manera cuidadosa cómo nos vamos a sentir en cierto lugar: si vamos a estar relajados o activos, concentrados o dispersos, con apetito o ganas de gastar, y hasta la cantidad de tiempo que vamos a pasar ahí. Los diseñadores sabemos cuánto aguanta tu cuerpo en x o y posición, qué luz y colores causan cierto estado de ánimo y qué olores provocan cierta sensación.



Lo anterior no es nada nuevo, para entender la psicología del ser humano y el comportamiento de nuestros clientes, es necesario irnos un poco atrás en la historia. Como expone Yuval Noah Harari en su libro *Sapiens*, el ser humano es capaz de 'chismear', inventar historias y comunicarlas colectivamente. Esta polémica y sorprendente virtud, no sólo nos ayuda a establecer vínculos de confianza entre seres humanos y a alejarnos de quienes no nos convienen, también nos ayuda a identificar a los que tienen nuestros mismos intereses. Fue así como se empezaron a formar hace millones de años las primeras agrupaciones de seres humanos con fines comunes. Fue con el chisme que apareció la ficción y la ficción mueve al mundo.

Cualquier institución humana de gran escala: El Estado moderno, una iglesia medieval, o una ciudad antigua; todas están enraizadas en mitos comunes. La iglesia está enraizada en mitos religiosos y el Estado en mitos nacionales.

Dos abogados que no se conocen, pueden conjuntar esfuerzos para defender a un completo extraño porque los dos creen en la existencia de leyes, justicia y derechos humanos. Estas ficciones que no existen en el mundo natural, son justamente lo que nos da sentido de pertenencia.

En el mundo moderno de los negocios, a esta ficción la llamamos *Branding*, que es la suma de percepciones y experiencias que las personas tienen de una empresa. Es nuestro sentido de identificación o conexión hacia alguna marca, espacio u organización. Por esta razón es importante tener una sólida definición de un negocio y fortalecerla con todas las herramientas disponibles para poder comunicarla asertivamente.

En virtud de lo anterior, desde hace varios años ha surgido una nueva rama de diseño de interiores más especializada. Esta rama se ha visto fortalecida por la coyuntura del interiorismo como punto focal de un negocio. No existe todavía un nombre oficial, pero algunos lo estamos llamando *Interior Branding*.

El *Interior Branding* no es más que la forma de alinear un sentido de identidad con todas las percepciones de un negocio de manera congruente, y es necesario para pensar el éxito de una marca, de forma que el cliente pueda experimentar de manera multi-sensorial todo lo que sucede en torno a una marca, ya que la primera impresión que tiene el cliente la obtiene desde que entra por la puerta del establecimiento.

ESTO, ES
REALMENTE
EL AS BAJO
LA MANGA
QUE ESTÁ
DOMINANDO A
LAS INDUSTRIAS
MODERNAS, ES
UNA LA MEJOR
MANERA EN LA
QUE UNA MARCA
PUEDE INSPIRAR
Y COMUNICAR.

Estudios altamente especializados en diseño interior con un enfoque en mercadotecnia, se utilizan para seleccionar la distribución de espacios, los materiales, texturas e iluminación de manera congruente con un objetivo claro para logra un gran impacto.



¿QUÉ BUSCAN LOS CORPORATIVOS ACTUALMENTE EN CUANTO A DISEÑO INTERIOR?

Sabemos entonces, que el espacio es una forma de definir la imagen corporativa, y los negocios más exitosos entienden que deben sumar a su marca experiencias. Esto es lo que realmente juega un papel importante en la psicología humana, es la ficción de la que habla Jarari, la experiencia es el pegamento que une todo lo que creemos de la marca y lo que nos hace conectar con ella.

Es de manera contundente que, mediante un diseño creativo y arriesgado, una marca puede conseguir inspirar desde su propio lugar de trabajo a los empleados para luego proyectarlo hacia el cliente.

Muchas compañías entienden y valoran la importancia de un buen logotipo, eslogan y diseño web. Pero ahora, se está entendiendo que se debe llevar el *branding* más allá, logrando que el espacio de trabajo sea una herramienta de identidad corporativa que agregue valor y transmita mensajes claros: ¿Quiénes somos? ¿Hacia dónde vamos?

Nuevamente, en esta industria, la atención al detalle, la selección de color, la manera en la que percibo el espacio y cómo me siento al entrar a un lugar, impactan directamente en la psique de mis clientes, empleados y proveedores.

Hay muchos estudios que demuestran que la forma en la que un empleado se siente con respecto a su lugar de trabajo también afecta directamente en su rendimiento.



¡ENTONCES,
UN DISEÑO
CONGRUENTE SE
PUEDE TRADUCIR
EN MAYOR
PRODUCTIVIDAD!

Como consecuencia, los corporativos modernos están tendiendo a descomponer la forma de trabajar jerárquica hacia una forma más horizontal y dinámica, que es al final más inclusiva.

Hay una apertura y un requerimiento de zonas comunes que se utilizan para encuentros casuales y de interacción que llamamos '*casuals*'.

Los espacios cien por cien abiertos que permiten visibilidad a la redonda y generan un sentido de pertenencia colectiva a mayor escala son muy valorados, porque con ellos, se logra proyectar de manera visual un lugar de trabajo como transparente y en el que no hay nada que esconder, y es así como se fomenta la confianza en un corporativo.

El diseño de mobiliario para oficinas también ahora es muy versátil. Hay una tendencia hacia los lugares no asignados. Así pues, un día puedo trabajar desde un *casual*, otro día puedo reservar un privado, y al otro día puedo sentarme con un colega con el que necesite hacer algo en equipo, y todo esto en lugares distintos.





Los escritorios tampoco tienen posición fija y me permiten trabajar parado o sentado, porque el mobiliario se adapta al usuario y no al revés.

Se apuesta por espacios de oficinas que incluyan un diseño interior que permita la movilidad y prevea cualquier remodelación en el corto plazo: la oficina de nuestros tiempos, debe ser capaz de absorber crecimiento de personal rápidamente para luego volver a encogerse. Empiezan a aparecer muros móviles, tarimas con pisos elevados y hay una tendencia por eliminar visualmente a los odiosos cables.



Es así como la industria corporativa es una más de las que están teniendo que adaptarse rápidamente a nuevas formas de trabajo. Se introduce el concepto de las cabinas acústicas para teleconferencias y las video-salas en las que hasta puedes tener una reunión o capacitación por medio de hologramas... sí, hologramas; mi capacitador puede estar en China parado en su propio auditorio físicamente, y yo, lo estoy viendo en CDMX en tercera dimensión, como si estuviera frente a mí.

Hoy por hoy, es necesario integrar en la estrategia de negocio todos los elementos que logren que tanto empleados como clientes vivan una experiencia y puedan identificarse o conectarse visual y psicológicamente con el negocio. Lograr una buena estrategia de *Interior Branding*, que genere apego a la marca y pertenencia a la empresa, dentro y fuera será indispensable para sobresalir en este mundo tan competido.



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

HAZLO
BIEN
DE
RAÍZ

ASOCIATE A



MR

A.M.P.I.

Asociación Mexicana de
Profesionales Inmobiliarios, A.C.

SOMOS LA RED QUE DA PRESTIGIO
A LOS PROFESIONALES INMOBILIARIOS

DESCUENTOS EN CAPACITACIÓN
CONSTANCIA Y MEMBRESÍA
RED DE NEGOCIO
EVENTOS GREMIALES

CONTÁCTANOS: ampi.org | (55) 5566 4260

EL EFECTO ART BASEL

Arte, arquitectura y diseño, catalizadores
de valor en el Mercado inmobiliario en Miami

Por Gabriela Santos.



La fiesta del arte moderno y la innovadora visión de líderes inmobiliarios han convertido al Sur de la Florida en el sitio donde coexisten arte, desarrollo urbanístico y comercio en una simbiosis perfecta.

Miami es conocida internacionalmente por su clima cálido, sus playas, agitada vida nocturna y herencia latina, pero hace poco más de una década atrás nadie la hubiese catalogado como una urbe cultural. La ciudad, que se ha posicionado entre las más importantes de Norteamérica, fue en 2017 la segunda en los Estados Unidos y la sexta en el mundo en términos de crecimiento económico, desarrollo turístico, valor de bienes inmuebles, inversiones y presencia de las artes.

Debido a su reputación de capital económica de América Latina y su posición geográfica, Miami ha sido desde ya hace algún tiempo un reconocido centro del arte y el diseño, pero el evento cultural que ha transformado la cara de la ciudad es Art Basel, la feria de arte internacional que se celebra en solo tres ciudades en el mundo -Hong Kong, Basel en Suiza y Miami- atrae más de 70 mil visitantes cada año -800 de los cuales llegan a Miami en jets privados-, participan más de 250 galerías, cerca de 4000 artistas y más de una treintena de países. Se estima que las ventas durante la fiesta del arte ascienden a más de 3 billones de dólares, y la economía de la ciudad recibe un impacto positivo de 500 millones.

La feria comercial de solo un fin de semana de duración, que será celebrada este año los días 6 al 9 de diciembre en Miami Beach, ha evolucionado -con la influencia de excelentes museos- hasta convertirse en una fiesta cultural llamada Miami Art Week (Semana del Arte en Miami), donde los principales galeristas y coleccionistas del mundo se reúnen para revelar y apreciar arte moderno, y donde diseñadores, artistas y arquitectos de renombre muestran sus creaciones e intercambian con el público conocedor y amateur. La ciudad se encuentra en medio de una explosión cultural transformadora, y este es solo el comienzo.



Con el transcurso de los años, Art Basel Miami se ha expandido por toda la ciudad, con la creación de diferentes centros culturales que atraen -en adición a los participantes del evento principal- a cerca de 30 mil personas cada año en Miami Beach, el conocido Design District, Wynwood y Midtown Miami, trayendo como resultado una ola de turismo cultural que es una inyección económica para la urbe.

El Mercado Inmobiliario en Miami ha respondido a esta explosión convirtiendo en galerías y talleres de arte antiguos almacenes y espacios vacantes en áreas antes marginadas como Wynwood, Little Haiti y Midtown. Para los dueños de espacios comerciales resulta más rentable acomodar a los galeristas y negociantes de arte durante la semana de Art Basel, que rentar sus espacios a sus tradicionales clientes. Desde algunos años antes de la llegada de Art Basel, Miami era ya líder en arte, pero fue con la llegada de la feria de arte a la ciudad que el mercado inmobiliario se revolucionó, no solo para dar más espacio al evento y lo que trae consigo, sino para convertirse en un sitio donde convergen arte, urbanismo y mercado.

Marcas y arquitectos famosos

En Miami, el énfasis en la arquitectura y el diseño se ha hecho palpable desde la llegada de Basel, como una herramienta para la revitalización de la ciudad y sus vecindarios menos favorecidos, con la creación de innovadores edificios, parques y parques de uso público. Ejemplo de ello es el New World Center, hogar de la academia orquestal New World Symphony de Miami Beach, inaugurado en 2011 e ideado por el arquitecto del Museo Guggenheim de Bilbao, una obra maestra de \$100 millones de dólares. Otra obra maestra de la arquitectura moderna es el Adrienne Arsht Center, diseñado por el reconocido arquitecto Cesar Pelli y abierto en 2006, un multiteatro que costó \$460 millones de dólares, donde se presentan espectáculos de ópera, sinfonías, danza y teatro musical. Los diseños de estos y otros arquitectos estrella se multiplican, haciendo de Miami una ciudad que busca la excelencia urbanística.

Actualmente, más de un centenar de torres de condominios están siendo construidas en el área de Miami, y más de 200 están en fase de planificación o preventiva, todas ellas en mayor o menor medida influidas por el arte, diseño y arquitectura como incentivo principal para atraer a potenciales compradores y patrocinadores de Art Basel. Los desarrolladores de edificios de uso corporativo y comercial también se han sumado a la tendencia de usar arquitectos de renombre en sus edificios buscando incrementar su valor, y presentando los inmuebles como piezas de arte.

Craig Robins, presidente y CEO de la compañía de desarrollo e inversiones inmobiliarias Dacra, es el más conocido desarrollador de espacios comerciales y de oficinas en el área de Miami, enfocado en crear valor e impacto en el mercado a través del arte y el diseño. Robins es el desarrollador que más ha invertido en y con diseñadores de fama mundial, y ha usado el diseño para crear marcas y valor en propiedades inmuebles.

Miami Design District

El Distrito de Diseño de Miami

Quizás la más grande transformación de un área en la ciudad por el arte, la arquitectura y el diseño sea el hoy famoso Miami Design District. A mitad de los años 80, la ciudad de Miami no permitió que los desarrolladores Maxwell + Partners LLC crearán un plan de transición que transformara la vasta área de almacenes y tiendas abandonadas en un sitio donde hay vida comercial durante los siete días de la semana y casi durante las 24 horas, con la apertura de galerías, restaurantes y oficinas de compañías de arte y diseño. El plan fue alabado por muchos, pero la administración de la ciudad decidió no invertir los fondos públicos necesarios para implementarlo.

En los próximos 10 años y hasta la mitad de los 90, justo luego de que Graig Robins reconociera el potencial de vender "diseño" como marca, comenzó a adquirir numerosos edificios en la zona y los llenó de galerías de arte, arquitectos y diseñadores de interiores, rodeados de tiendas de muebles, luminarias y accesorios de diseñador para el hogar. Haciendo realidad el plan que Maxwell + Partners habían ideado una década antes, Robins atrajo a creativos restaurantes a donde anteriormente no existían, y estos comenzaron a estar abiertos en la noche, trayendo vida nocturna a la zona antes desolada.

En poco más de una década, Robins cambió la visión de Design District convirtiéndolo en el destino de tiendas y restaurantes de lujo, con una inversión inicial de \$320 millones de dólares y 35 lotes de edificios, y en sociedad

con L Real Estate, una firma internacional de desarrollo e inversión inmobiliaria enfocada en productos de lujo. Usando el arte y el diseño como pretexto y la publicidad como herramienta, su estrategia consistió en mediatizar el proceso de planeamiento y redesarrollo del área junto a la conocida empresa de diseño urbano Duany Plater-Zyberk & Co (DPZ), para atraer la atención del público y los inversionistas.

Daca organizó eventos en celebración del plan de DPZ y la visión de Robins para transformar el área y convertirla en un sitio pensado por diseñadores del más alto nivel para el público más exigente. La idea era traer al proyecto a famosos e innovadores arquitectos, y así atraer a inquilinos conscientes en cuanto a diseño y que dieran valor a la exclusividad de estar en una zona única en la ciudad, marcada por la presencia del alto diseño.

En la actualidad, Miami Design District se ha convertido en un referente del diseño urbanístico y la industria de la moda internacional, y se expande en un área de 18 cuadras. El concepto de diseño ideado para el distrito incluye la creación de un centro comercial con un ambiente ideal para caminar, como los distritos de Diseño en Milán y París, donde los visitantes pueden explorar más de 100 marcas en un vecindario pensado para que el transeúnte interactúe con la ciudad, con números restaurantes, dos museos de arte y más de una decena de instalaciones artísticas públicas.

En esta misión de ofrecer un producto de excelencia marcado por la arquitectura de diseño, los desarrollos en el distrito llevan el sello de mundialmente afamados arquitectos, entre ellos Aranda/Lash, Sou Fujimoto y Keenen/Riley. En las calles pueden apreciarse las instalaciones de artistas y diseñadores reconocidos como Xavier Veilhan, Zaha Hadid y Konstantin Grcic, John Baldessari, The Buckminster Fuller Institute y Urs Fischer y no es raro encontrarse celebridades caminando o siendo fotografiadas junto a las piezas de arte, que pueden ser apreciadas por todos.



La transformación del distrito en el destino por excelencia del arte moderno, moda, diseño y cultura ha atraído a inversionistas nacionales y foráneos, lo cual ha disparado los precios de la tierra y propiedades disponibles. Entre los nuevos desarrollos se encuentran la extensión del Paseo Ponti para transeúntes, que termina en la recientemente inaugurada Paradise Plaza, un espacio lleno de arte y edificios diseñados por Freeland Buck, Tolila+Gilliland, Johnston Marklee y MOS, donde se concentran casi todas las tiendas de moda y marcas de lujo, entre ellas Hermes, Dior, Valentino, Louis Vuitton y Harry Winston. También un gran número de restaurantes y chefs reconocidos se han mudado al distrito, convirtiéndolo en el epicentro de la alta cocina en Miami.

Otra reciente adición es el Instituto de Arte Contemporáneo de Miami (ICA), construido por los arquitectos españoles Aranguren y Gallegos, que se suma a las vibrantes opciones culturales, de arte y diseño al alcance de todos que ofrece el vecindario, incluyendo la Colección de Arte Contemporáneo Cruz. Justo frente al nuevo edificio del ICA está el Museum Garage con su distintiva fachada, diseñada por Clavel Arquitectos; J. Mayer H.; K/R, Keenen Riley; Nicolas Buffe; Sagmeister & Walsh y WORK AC.

El diseño continúa siendo uno de los pilares del distrito, con nuevos espacios de exposición de importantes nombres en la industria como Armani Casa, Fendi Casa, Kartell y Lladró. El pintoresco vecindario situado en el corazón de la ciudad es auténtico, atrayente y aspiracional, y continúa creciendo a pasos agigantados.



Wynwood Art District

El Distrito de Arte de Wynwood

A mitad de los años 2000, mientras Craig Robins adquiría propiedades y comenzaba a desarrollar Design District, un similar renacimiento iniciaba Wynwood, un vecindario adyacente y al sur del distrito. La visión para la revitalización de esta área estaba, sin embargo, centrada en artistas emergentes más que en artistas de renombre, arquitectos y diseñadores famosos.

Otro desarrollador visionario llamado Tony Goldman, quien ayudó a revivir el SoHo de New York en la década de los 70 y el área sur de Miami Beach (conocida como South Beach) en los 80, vio la oportunidad de crear un enclave para los artistas que iniciaban sus carreras en Wynwood, un vecindario anteriormente conocido por la presencia de tiendas que vendían al por mayor y talleres de reparación de autos. Goldman compró más de 25 almacenes construidos en los años 40 y 50, para luego rentar los espacios a artistas y galerías a precios bajos.

También a mitad de los años 2000, otro inversionista y desarrollador llamado David Lombardi inició los llamados "Viernes Itinerantes" para promover las artes y estimular la renta de sus almacenes y galerías. Estos muy pronto se transformaron en los regulares eventos "Caminatas de Arte del segundo sábado del mes". El número de artistas y galerías en la zona aumentó, y Goldman decidió usar su compañía y propiedades para establecer al vecindario como el sitio para experimentar las artes y artistas en su proceso creativo. A medida que la popularidad de Wynwood crecía, se fueron inaugurando pequeños restaurantes en la zona para capitalizar en el nuevo mercado.

Las "Caminatas de Arte" estimularon a los desarrolladores para crear las famosas Wynwood Walls o "paredes" de Wynwood, una serie de murales pintados por reconocidos artistas del graffiti de todo el mundo, en las paredes exteriores de los edificios y almacenes. En un periodo de cerca de seis meses en el año 2009, 18 gigantescos e impresionantes trabajos de arte fueron completados, justo a tiempo para la Art Basel, atrayendo a miles de visitantes al vecindario durante la edición de ese año de la feria de arte. La revelación de estas obras fue clave en la transformación de Wynwood. En poco más de 4 años, el número de visitantes para apreciar las obras en las paredes creció hasta llegar a más de 50 mil personas durante los seis días de Art Basel. El programa "The Wynwood Walls", que ahora muestra el trabajo de más de 50 artistas de 16 países, cubre más de 800,000 pies cuadrados y se ha convertido en una de las mayores instalaciones de arte callejero en el mundo, eventualmente haciendo de este otro exitoso distrito de arte en Miami. Hoy Wynwood es el hogar de más de 70 galerías, tiendas de antigüedades y eclécticos restaurantes.

Art Basel y la influencia del arte, diseño y arquitectura como creadores de espacios y experiencias culturales únicas donde las personas pueden interactuar con la ciudad, ha sido el principal catalizador en la transformación de Miami Design District y Wynwood, haciendo crecer rápidamente el valor de las propiedades en estos vecindarios y atrayendo inversionistas de todas las latitudes a la ciudad de Miami. [●]

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

5 LIBROS

CON LAS TENDENCIAS MÁS RECIENTES SOBRE EL E-COMMERCE Y MARKETING DIGITAL

La Tienda

En un futuro de comodidades sin igual, una megatienda digital puede hacer llegar cualquier cosa que desees a tu puerta, anticipándose a las necesidades que ni siquiera sabías que tenías.

James Patterson. Duomo, 2016.



Visibilidad Online

En este libro descubrirás un plan de 6 fases con el que verás el éxito digital de tu marca a través de una estrategia de visibilidad online, donde promoveremos ideas del comercio electrónico pasivo.

Bernat Riera, versión Kindle, 2017.



Mk Retail: Del Comercio Presencial al E-commerce

Revisión de los factores de innovación y tecnológicos que contribuyen al éxito del marketing en la distribución comercial tanto para el comercio presencial como el virtual (e-commerce).

Manuel Sierra Valpuesta. ESIC, 2018.



ECOMMERCE 360

E-commerce 360 está pensado para que sea útil tanto para los que están comenzando como para los que ya han comenzado en el mundo del e-commerce. Los primeros encontrarán un análisis exhaustivo de las mejores prácticas para implementar su negocio; mientras que los segundos hallarán un muy valioso análisis que la autora ha realizado en función a su experiencia y sus estudios.

Arabel Durán. Alfacanegra grupo editor, 2017.



E-COMMERCE

El presente libro es un material imprescindible para ofrecer y vender diversos productos y servicios a través de medios informáticos como el internet. Explica y detalla la implementación de herramientas útiles para montar un negocio y mejorar la puesta en marcha de una tienda virtual.

Edren D. Cisneros Canlia. Editorial Macro, 2018.



#InmobiliareRecomienda



ENTÉRATE
AL INSTANTE
DE LO QUE PASA
EN EL MUNDO CON
NUESTRA NUEVA

¡APP EL HERALDO DE MÉXICO!



Consíguelo en el
App Store



DISPONIBLE EN
Google Play

¡DESCÁRGALA
GRATIS AHORA!

...Y ELIGE LAS
NOTICIAS QUE
QUIERES RECIBIR



@elheraldomexico



@elheraldo_mx



@heraldodemexico



5544901895

#PIENSAJOVEN



Agenda Eventos del Real Estate



12-14 de Febrero de 2019
Expo Sólidos
Sede: Barcelona, España
<https://exposolidos.com/>

13 - 17 de febrero 2019

Expo construcción y vivienda

Sede: Costa Rica

<http://expo.construccion.co.cr/>



17 - 20 de febrero

Outsourcing World Summit IAOP

Sede: Orlando, Estados Unidos

<https://www.iaop.org/summit>



19 - 21 de febrero de 2019

Logimat: la Feria

Sede: Stuttgart, Alemania

<https://www.logimat-messe.de/>

20 de febrero 2019

**Edición E- commerce
Berlín expo**

Sede: Berlín, Alemania

<https://ecommerceberlin.com/>



20 - 21 de febrero 2019

**Global Summit
Marketing & Digital**

Sede: Verona, Italia

<https://gmsummit.it/>

1 de Marzo de 2019
Real Estate Summit
New York 2019
Sede: Nueva York
<https://inmobiliare.com/newyork/>

6TH ANNUAL
U.S.-MEXICO
Real Estate
INVESTMENT
SUMMIT
NEW YORK 2019



7 de marzo de 2019

eCommerce DAY

Sede: Ciudad de México

<http://ecommerce.institute/events/eretail-day-mexico-2019/>

5 - 7 marzo 2019

Ecobuild

Sede: Londres

<https://www.futurebuild.co.uk/ecobuild-conference#/>

ecobuild
design | construct | perform

28 - 29 de Marzo de 2019

Real Estate Summit

Mazatlán 2019

Sede: Mazatlán, Sinaloa

1ST ANNUAL
Real Estate
BUSINESS
SUMMIT
MAZATLÁN 2019





OPORTUNIDADES EN EL SECTOR DE OFICINAS 2019

¿CÓMO ALCANZARLAS CON APOYO ESPECIALIZADO?

El año que comienza presenta múltiples oportunidades tanto para usuarios como propietarios de oficinas.

El inventario de oficinas A+ y A en la CDMX se sigue incrementando en promedio al ritmo que lo ha hecho en los últimos años (crecimiento anual del 8.8%), incorporando al mercado edificios de última generación en los principales corredores de oficinas de la ciudad (Reforma, Polanco, Santa Fe, Insurgentes), y se observa un ligero incremento en la tasa de disponibilidad respecto del año anterior (16.1% en el cierre de 2018, respecto del 15.6% del cierre de 2017), la actividad del periodo fue mayor a la del año inmediato anterior (700 mil m² en 2018 vs 633 mil m² en 2017 para todas las clases de oficinas), teniendo una absorción neta para edificios A+ y A de poco más de 430 mil m², superior a los 353 mil m² de 2017.

En otras palabras, el sector de oficinas A+ y A sigue incrementando de manera importante su inventario. El mercado sigue ocupando muy buena parte de los metros cuadrados de oficinas que se incorporan en el año, presentando un mercado variado y con un sinnúmero de opciones de edificios en un mercado cada vez más consolidado.

Para los usuarios (desde las grandes empresas globales, hasta las microempresas) que cada vez toman mayor participación como reflejo de nuestra época de emprendimiento, la gran riqueza y versatilidad del mercado actual de oficinas, representa la posibilidad de encontrar la ubicación y características adecuadas del inmueble que les permita lograr los objetivos de negocio planteados, dentro de los cuales destacan principalmente la necesidad de realizar ahorros en sus costos de operación, lograr una mejor ubicación respecto de sus clientes, empleados y proveedores, generar una mayor exposición de marca, y/o adecuar sus instalaciones adoptando las nuevas tendencias de diseño y uso de oficinas; disciplina que se ha denominado *"workplace strategy"*, y que en los últimos años ha cambiado de manera radical la forma como usamos las oficinas, alineando de mejor forma el espacio a los objetivos sustantivos de las empresas.

Para los propietarios de inmuebles la dinámica descrita en el párrafo anterior les ha permitido seguir desarrollando edificios más adecuados a los requerimientos de los usuarios, generándose un círculo

virtuoso donde la demanda retroalimenta a la oferta y viceversa, dando como resultado un mercado con gran dinamismo como el que experimentamos en el inicio del presente año.

No obstante lo anterior, las oportunidades descritas requieren de la asesoría especializada y responsable de los que nos dedicamos a esta especialidad para su logro, ya que la existencia de un mercado grande y en expansión genera múltiple información, la cual debe ser revisada y evaluada de manera objetiva y con un alto nivel de ética profesional que evite cualquier conflicto de interés y ponga siempre por delante los intereses y objetivos del cliente, ya sea este usuario o propietario.

Luis Enrique Méndez | División Oficinas
luisenrique.mendez@colliers.com

José Pacheco | División Oficinas
jose.pacheco@colliers.com

Colliers International Ciudad de México
T. +52 (55) 5209 3636
www.colliers.com.mx
@ColliersMexico

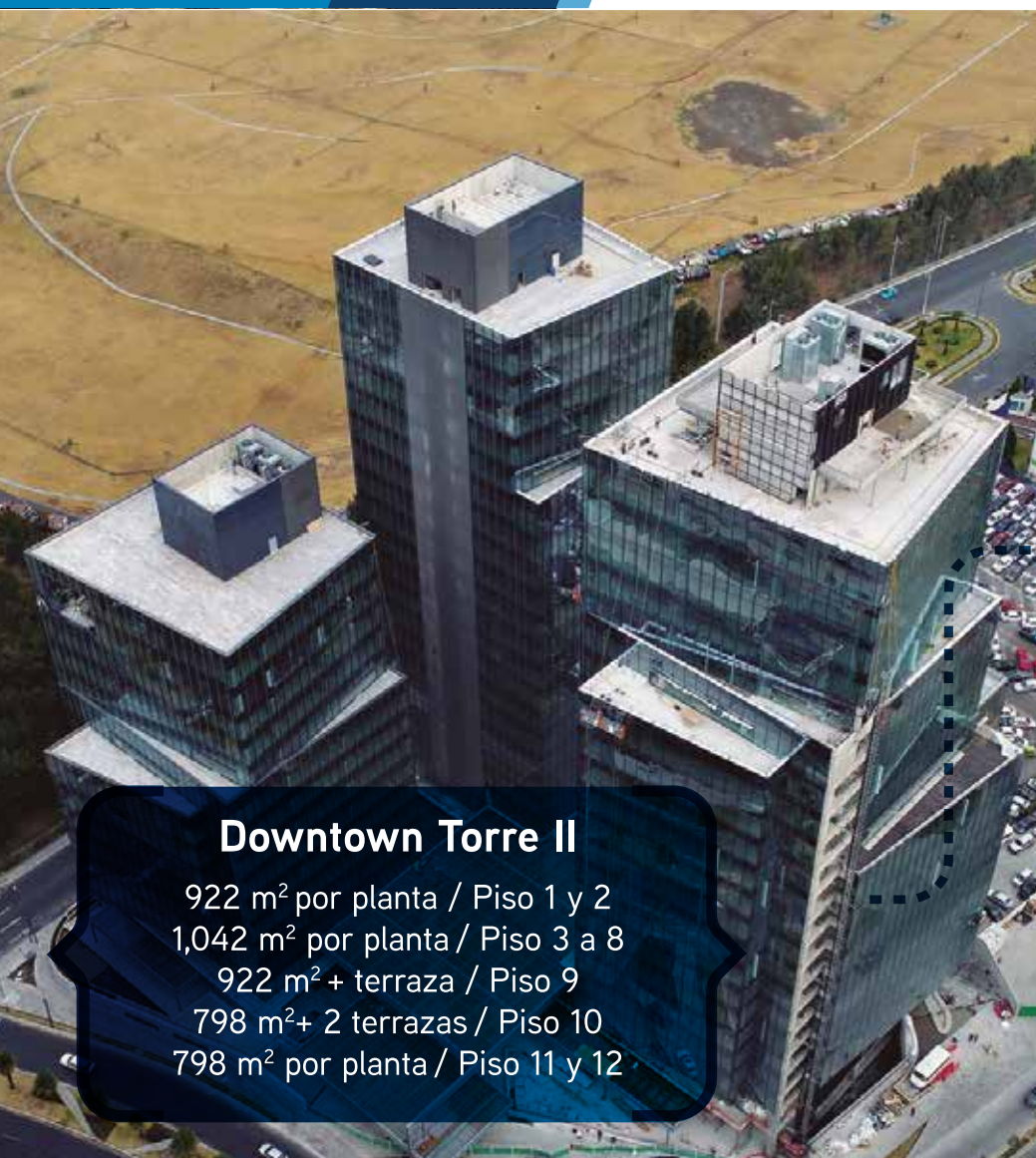


DOWNTOWN TORRE II



@ColliersMexico

OFICINA



Downtown Torre II

922 m² por planta / Piso 1 y 2
1,042 m² por planta / Piso 3 a 8
922 m² + terraza / Piso 9
798 m² + 2 terrazas / Piso 10
798 m² por planta / Piso 11 y 12

Downtown Torre II es un
proyecto de usos mixtos con
pre-certificación
LEED GOLD

Integra espacios abiertos, conceptos
comerciales y de servicios que
demanda la comunidad corporativa,
cerca de restaurantes, hoteles,
centros comerciales, ubicado entre
prados de la montaña y "Parque la
Mexicana"

11,412 m²
rentables del **Piso 1 al 12**

”

*Combina a la perfección los dos
ambientes vitales para el ser
humano; ambiente laboral y social,
reflejando confort, estatus y
creatividad.*

Para mayor información favor de
solicitarla a:

Gustavo González
T.+5209 3618

gustavo.gonzalez@colliers.com

Accelerating success.

EXPERIENCIA CON
RESULTADOS
COMPROBADOS

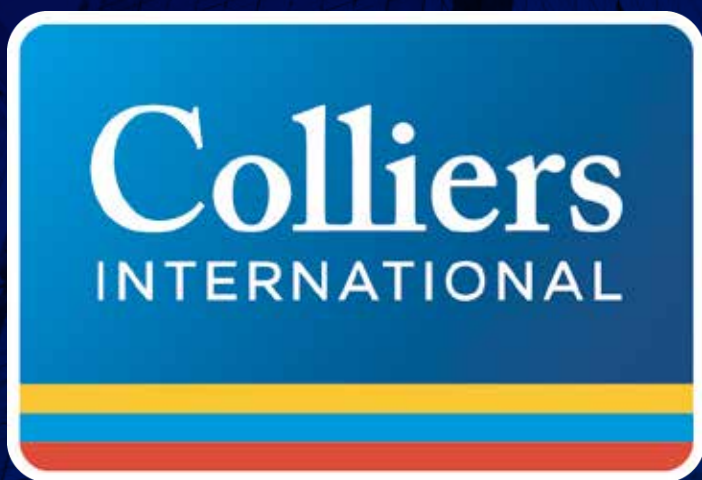
SOLUCIONES
INTEGRALES

RECURSOS
INNOVADORES

PROFUNDO
CONOCIMIENTO
DEL MERCADO

BUENA REPUTACIÓN
Y CREDIBILIDAD

Expandiendo
horizontes...



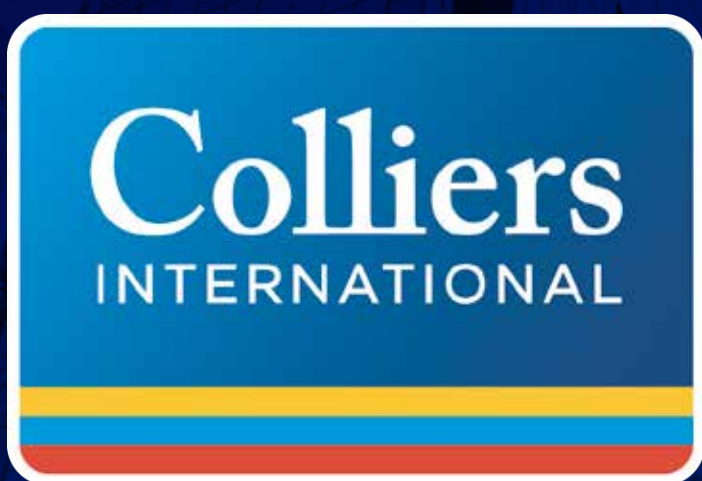
Acelerando el éxito.

Líder global en servicios inmobiliarios.

Colliers International México
contacto.colliers@colliers.com

T.+52(55) 5209 3636 / 01 800 841 8622
www.colliers.com.mx / @ColliersMexico

Expandiendo
horizontes...



Acelerando el éxito.

Líder global en servicios inmobiliarios.

Colliers International México
contacto.colliers@colliers.com
T.+52(55) 5209 3636 / 01 800 841 8622
www.colliers.com.mx / @ColliersMexico



TRANSFORMAMOS VENTAJAS INMOBILIARIAS EN VENTAJAS REALES

Cuando se trata de negocios inmobiliarios, vemos potencial en todas partes.
CBRE convierte cada transacción en una oportunidad, las inversiones
en rendimientos y las propiedades en sólidos portafolios.

Permítanos poner nuestra visión, alcance global y experiencia en beneficio de su negocio.
¿Cómo podemos ayudarlo a transformar sus propiedades en ventajas reales?

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



www.cbre.com.mx



@CBREMexico



CBRE México

CBRE *Build on
Advantage*