

INMOBILIARE

LATAM

REALIDAD VIRTUAL
Y AUMENTADA
COMO ALIADO
DEL REAL ESTATE

¿ES MIAMI UN
NUEVO SILICON
VALLEY?



PÚBLICO

EL ADN DE LA INNOVACIÓN EN ESPACIOS

Emilio Illanes, Alfonso López-Velarde y Andrés Martínez co-fundadores de PÚBLICO

REB+
SUMMIT
2021

INVEST IN MÉRIDA: PROYECTOS
CON GRAN RETORNO DE INVERSIÓN



AÑO 20-NÚMERO 125
\$100 PESOS



Vision. Experience. Growth

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

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

Contact:

Industrial Leasing opportunities
01 800 700 8900
industrial.leasing@fibramacquarie.com

fibramacquarie.com

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

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

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

Reduce el exceso de calor en tus espacios



Escanea el código
y descubre los
beneficios de
Solarban[®]:



Reducción de costos
mensuales por aire
acondicionado



Ahorro considerable
en el uso de energía
eléctrica

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



Estrategias y soluciones inmobiliarias.

Redefinimos la experiencia del Real Estate.

En Cushman & Wakefield creamos ventajas competitivas y transformamos oportunidades en negocios exitosos, teniendo como centro las necesidades y visiones de nuestros clientes. Dividimos nuestros servicios en inquilinos, desarrolladores e inversionistas.

Core bussines



Oficinas



Industrial



Retail



Farmacéutica



Hotelería



Core & Shell



Victor M. Lachica
Presidente & CEO de México & Centroamérica

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



Brokerage



Facilities & Property Management



Valuation & Advisory



Sustentabilidad, Wellness y Accesibilidad



Project & Development Services



Conoce a nuestros líderes en las diferentes líneas de servicio.

 <p>Juan Carlos Ulloa Director Ejecutivo de Servicios de Valuación y Consultoría</p>	 <p>Ricardo M. Gutierrez Director de Facilities & Property Management</p>	 <p>Yahir Sarmiento Director de Project & Development Services</p>	 <p>África Rubio Directora de Sustainability Services</p>
Valuation & Advisory	Facilities & Property Management	Project & Development Services	Sustentabilidad, Wellness y Accesibilidad
 <p>José L. Tapia Lider Capital Markets/ Inversiones</p>	 <p>Federico Alcocer Lider Servicios Corporativos</p>	 <p>Enrique Portillo Lider Capital Markets Industriales</p>	 <p>Rafael Monroy Lider Subastas Inmobiliarias</p>
 <p>Leticia Valenzuela Lider en Servicios industriales y Retail</p>	 <p>Luis Zetina Lider en Rep. de Agencias</p>	 <p>Gonzalo Gutiérrez Lider Regional Monterrey</p>	 <p>Hector Lemus Lider Regional Guadalajara</p>
 <p>Rafael García Lider Regional Tijuana</p>	 <p>Juan Carlos Rodríguez Lider Regional Tijuana</p>	 <p>Erick Simons Lider Regional Cd. Juárez</p>	Brokerage



Escanea el código QR y iconoce más!

Para obtener más información, visita:

www.cushmanwakefield.com

Paseo de los Tamarindos 60B, Piso 2, Bosques de las Lomas,
Cuajimalpa de Morelos, 05120, Ciudad de México, CDMX

Contáctanos

+52 55 85258000

contactomx@cushwake.com



@CushWakeMx

WHAT'S NEXT

Transformamos empresas en marcas conectadas

Nacimos hace 10 años con el propósito de diseñar marcas poderosas que transmitan su autoridad con creatividad refinada y contemporánea, incluyendo la revista **INMOBILIARE**, 3 marcas que aparecen en el **World's Most Valuable Brands de Forbes** y más de **50 empresas mexicanas y globales**.

En **Seis Grados Estrategia & Diseño** vamos mucho más allá del diseño; creamos comunicación inteligente.



SEIS/GRADOS

estrategia & diseño

ESTRATEGIA

Consultoría, comunicación corporativa, naming, arquitectura de marca, tono de voz, posicionamiento, slogan.

DISEÑO

Identidad gráfica, sistemas visuales, dirección de arte, editorial, packaging, producción multimedia.

DIGITAL

Lead marketing, diseño web, redes sociales, diseño de eventos digitales, campañas en buscadores, e-mail marketing.

55 6284-8116

seis-grados.com.mx



Carta Editorial

El principal tema abordado durante los últimos 12 meses han sido las consecuencias tanto positivas como negativas que la pandemia por Covid-19 ha dejado a su paso. Entre los beneficios más marcados se encuentra el avance en el uso de la tecnología para llevar a cabo actividades cotidianas que estábamos acostumbrados a realizar de forma presencial.

El trabajo remoto o home office ha tomado mayor fuerza, y lo que se pensaba sería una tendencia pasajera, se ha convertido en una realidad que, según expertos, llegó para quedarse. Por lo que compañías del sector han aplicado diversas soluciones para ofrecer espacios seguros y cómodos en un ambiente netamente corporativo. Sin embargo, sobre esta misma línea, también se encuentra la reconversión de inmuebles de oficinas y retail en espacios logísticos de última milla, lo cual tiene como objetivo el aprovechamiento de estos, frente al aumento del e-commerce.

Razón por la que en esta edición presentamos las opiniones y estrategias que han seguido las principales empresas líderes del sector para hacer frente al Covid-19. Además de un recuento de los proyectos más atractivos de inversión en Mérida. Finalmente, en portada tenemos a PÚBLICO, compañía que continúa innovando los espacios de trabajo colaborativo frente a las necesidades requeridas por la nueva normalidad.

Mónica Herrera Peña
Coordinadora General Editorial

Publisher & CEO

Guillermo Almazo Garza
guillermo@inmobiliare.com
Editor in Chief
Erico García García
erico@inmobiliare.com
Sales & Marketing Director
Emiliano García García
emiliano@inmobiliare.com

CONSEJO EDITORIAL:

Abraham Metta • Adrián García Iza • Alberto De la Garza Evia • Alejandro Sepúlveda • Raúl Gallegos • Andrés Lachica • Blanca Rodríguez • Eduardo Guémez • Elliott Bross • Eugene Towle • Federico Cerdas • Germán Ahumada Alduncin • Gonzalo Montaña • Héctor Ibarzabal • Humberto Treviño • Jaime Lara • Javier Barrios • Javier Llaca • Jorge Ávalos • José Ma. Garza Treviño • Juan Pablo Arroyuelo • Luis Gutiérrez • Lyman Daniels • Roberto Charvel • Pedro Azcué • Sergio Argüelles • Silvano Solís • Víctor Lachica • Yamal Chamoun

Coordinadora General Editorial

Mónica Herrera Peña
monica.herrera@inmobiliare.com

Coordinadora Print

Daniela González Gómora
daniela.gonzalez@inmobiliare.com

Coordinadora Web

Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Redactor

Dario Quijano Cal y Mayor
dario.quijano@inmobiliare.com

Social Media Manager

Iván Lemus
ivan.lemus@inmobiliare.com

Edición Audiovisual

Brenda García Butrón
brenda.butron@inmobiliare.com

Dirección Diseño Editorial

Vincent Velasco
vincent.velasco@inmobiliare.com

Coordinadora General de Diseño

Alondra Jaimes Santiago
alondra.jaimes@inmobiliare.com

Equipo de Diseño

Cynthia Pérez Ávila
cynthia.perez@inmobiliare.com
Dafne Villagomez Castillo
dafne.villagomez@inmobiliare.com
Eduardo García Negrete
eduardo.garcia@inmobiliare.com

Fotografía

Federico de Jesús Sánchez



La plataforma multimedia del
Real Estate en latinoamérica

Distribuido en locales cerrados por: Pernas y Cía. Poniente 134 N° 650 Col. Industrial Vallejo Del. Azcapotzalco México, D.F. Imprenta: VP Impresiones-Producción, México D.F. Editada por Editorial Mexicana de Impresos; Paseo de la Reforma 222-Piso 1, Col. Juárez C.P. 06600; México D.F. Número 125 año 20 Publicación bimestral Abril - Mayo 2021. Registro de marca número 289202/2014 ante el IMPI. Número de reserva al título en derechos de autor: 04-2016-012013133300-102. Certificado de licitud de título y de contenido 15833. **TIRAJE CERTIFICADO DE 30,052 EJEMPLARES EN PROMEDIO.** "Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector Folio: 00819-RHY, expediente numero RHY3032011 emitido por y registrado en el **PADRÓN NACIONAL DE MEDIOS IMPRESOS DE LA SEGOB.**" Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito de los editores. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

B2B Media CEO

Erico García García
erico@b2bmedia.mx

Publisher Inbound Logistics Latam

Guillermo Almazo Garza
publisher@il-latam.com

Digital Group Publisher

Emiliano García García
emiliano@b2bmedia.mx

Coordinadora de Administración y Circulación

Yesenia Fernández
yesenia.fernandez@inmobiliare.com

Asistente de Administración y Circulación

Hortencia Barrera
hortencia.barrera@inmobiliare.com

Logística

David Hernández
Felipe Romero

Eduardo García

Coordinadora de Alianzas y Cuentas

Estratégicas

Audrey Bonilla
audrey.bonilla@inmobiliare.com

Publicidad

contacto@inmobiliare.com

Ventas

Audrey Bonilla
audrey.bonilla@inmobiliare.com
Carlos Caicedo
carlos.caicedo@inmobiliare.com
Claudia Castro
claudia.castro@inmobiliare.com
Karen Cárdenas
karen.cardenas@inmobiliare.com
Lucía Castillo
lucia.castillo@inmobiliare.com
Marina Martínez
marina.martinez@inmobiliare.com
Verónica Arias
veronica.arias@inmobiliare.com

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



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

Contacto

contacto@inmobiliare.com

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

www.b2bmedia.mx



EDICIÓN ESPECIAL 2021

DIRECTORIO ESPECIALIZADO DE LA INDUSTRIA

NO TE OLVIDES DE PARTICIPAR



@INMOBILIARE_LATAM



INMOBILIARE



@INMOBILIARE.MAGAZINE



@INMOBILIARE

comercial@inmobiliare.com

+52 55 55147914



10 NOTICIAS

20 INSTAGRAM

21 APPS

22 LÍDERES

24 VIVIENDA

Guanajuato buen lugar para invertir en una propiedad

28 NUMERALIA

Remesas ingresadas al país en 2020

30 INVERSIÓN

Fibras llegan a su primera década con retos post-pandemia

36 NEGOCIOS

Ibvest la opción más viable para invertir en España



42 CONGRESO

REB+Summit Proptech 2021

58 TECNOLOGÍA

Realidad virtual y aumentada como aliado del Real Estate

66 NEGOCIOS

Venta de propiedades en Renta Antigua en España, el inicio de una línea de negocio con Quantum Business Brokers

70 TECNOLOGÍA

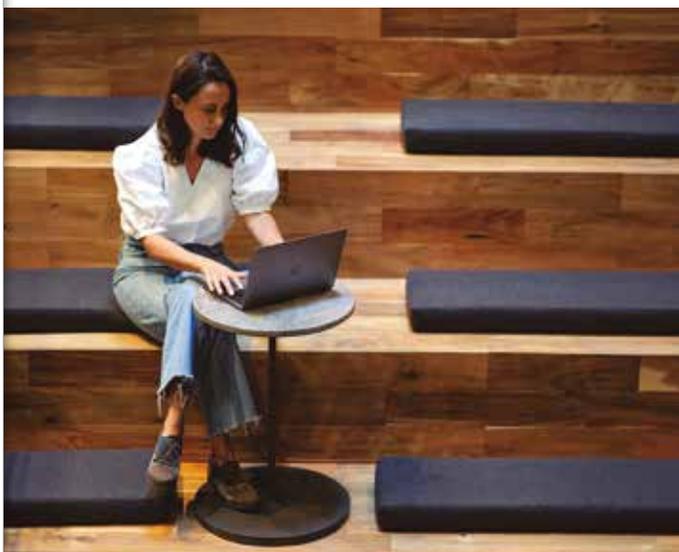
¿Es Miami un nuevo Silicon Valley?

74 TECNOLOGÍA

PropTech y Fintech, caminando siempre de la mano

78 MARKETING

En el mercado inmobiliario, el 'Buyer Persona' NO sirve



82 EN PORTADA

PÚBLICO, el ADN de la innovación en espacios

90 DESARROLLOS

Cápitul Distrito Urbano Inversión inteligente en el sureste mexicano

92 OFICINAS

¿Nuevos espacios de trabajo al servicio del ahorro u orientados a una visión de futuro?

100 TECNOLOGÍA

Inteligencia para la nueva normalidad: tendencias en smart buildings

SUMARIO

106 HIPOTECA

Producto hipotecario estrella por institución bancaria Marzo 2021



118 CONGRESO

REB + Summit Invest in Mérida 2021, Proyectos con gran retorno de inversión

132 RETAIL

La ciudad de Mérida y sus centros comerciales en 2021

INMOBILIARE CONNECT:

136 NEGOCIOS

INMOBILIARE CONNECT: Comportamiento y reactivación del mercado de oficinas, industrial y de hospitalidad postpandemia



148 VIVIENDA

The Insights. Gran reporte de verticalización 2021, versión México

172 VIVIENDA

Global Businesses Inc. 19 años de fortaleza con miras a una firme expansión



174 INDUSTRIAL

Mercado de suelo para industria y naves industriales en México

178 INDUSTRIAL

El Project Management colabora con la resiliencia del sector industrial

182 INDUSTRIAL

Mercado Inmobiliario Logístico. Así será la demanda de este sector

184 PROYECTOS

Top 5 de ciudades inteligentes en el mundo

186 ARTE

La arquitectura de la inmensidad: MoAE

188 AGENDA

190 LIBROS





Fibra HD reporta mayor ocupación durante el 4T20

Pese a que Fibra HD reportó una caída en sus ingresos de -13.4%, así como un retroceso de -32.1% respecto al NOI, durante el cuarto trimestre del 2020; el fideicomiso señaló que en este mismo periodo lograron un avance significativo en la comercialización del portafolio, firmando 15 contratos de arrendamiento, además, el factor de ocupación cerró en 90.5%, que aunque es menor en su comparación anual, implica una recuperación secuencial respecto al 89.5% reportado en el 3T20.

Museo piramidal estará en la selva mexicana

Studio Viktor Sørless de Noruega y Estudio Juiñi, firma mexicana, serán los encargados de diseñar el museo Xinatli de investigación en el sur de la selva tropical de México, proyecto liderado por la coleccionista mexicana Fernanda Raíz. Este nuevo espacio tendrá una estructura piramidal escalonada y será ecológico; ubicado en un área de 90 hectáreas se espera que quede finalizado para el 2025.



Caída del PIB turístico en 2020 triplica la del PIB nacional: Cicotur

El Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac (Cicotur) identificó que la caída del Producto Interno Bruto del sector turismo multiplicó 3.3 veces la cifra total de la baja registrada por el PIB nacional.

A raíz de la pandemia por Covid-19, durante 2020 el PIB Turístico presentó un decremento anual de -27.8% y el Consumo Turístico Interior tuvo una baja de -30%. Por otro lado, el PIB nacional cayó en 8.5% en el mismo año, de acuerdo con Cicotur, de los 8.5 puntos porcentuales que cayó el PIB nacional, 2.4 se podrían explicar por la baja que registró el PIB turístico.



Torre Puerta Reforma, el futuro rascacielos más grande de la CDMX

Un nuevo y lujoso rascacielos se avecina en la Ciudad de México, proyecto que está a cargo del arquitecto Fernando Romero y de la constructora Grupo Xtra. El edificio será el rascacielos más grande de la capital mexicana y quizás de toda América Latina, con más de 300 metros de altura y 73 pisos, superando a la Torre Reforma y al rascacielos Chapultepec Uno que miden 246 y 241 metros de altura respectivamente. Se ubicará en un predio que mide 5 mil 481 metros cuadrados y estará entre las calles Paseo de la Reforma, Mariano Escobedo y Melchor Ocampo.



Amazon México anuncia nuevo CEDIS en Tepotzotlán

Alfredo Del Mazo Maza, gobernador del Estado de México en compañía de directivos de Amazon México, anunciaron la apertura de un nuevo Centro de Distribución Comercial (Cedis) en Tepotzotlán, Estado de México, que significa la creación de más de mil empleos. Cabe señalar que la construcción se encuentra a cargo del desarrollador Parks.



Fibra SOMA, de GSM debuta en BIVA

Grupo Sordo Madaleno (GSM), desarrollador de centros comerciales y oficinas, debutó en la Bolsa Institucional de Valores (BIVA) con el Fideicomiso de Inversión en Bienes Raíces, Fibra Soma. Mediante la colocación de una oferta pública inicial de certificados bursátiles fiduciarios inmobiliarios (CBFIs) por 6 mil 768 millones de pesos. Las acciones serán listadas bajo la clave de pizarra SOMA21.

Fibra Danhos suma 103.3 millones de pesos en apoyos para arrendatarios

Fibra Danhos informó que al cierre del 4T2020, sus ingresos totales alcanzaron 1,241.4 millones de pesos, mientras que su Ingreso Neto Operativo (NOI) sumó 979.9 millones de pesos, es decir, una disminución de 19.4% y 20.8% respectivamente, comparado con el mismo periodo del año anterior. En su reporte, comentó que el programa de apoyo a arrendatarios durante este periodo sumó un total de 103.3 millones de pesos a través de notas de crédito y provisiones, que representó una disminución de 53% respecto al trimestre anterior.



Foster + Partners diseña un hotel en forma de anillo

El Proyecto del Mar Rojo, ubicado en la costa oeste de Arabia Saudita, ha revelado fotografías de su nuevo complejo llamado Hotel 12 en la isla de Ummahat AlShaykh, el diseño corre a cargo del estudio de arquitectura británico Foster + Partners. El nuevo destino tendrá una serie de casas vacacionales con techos de madera, restaurantes y áreas de descanso que estarán repartidas por toda la isla. El hotel también incluirá una serie de suite localizadas sobre pilotes en el Mar Rojo, el acceso a ellas será por una pasaje circular que tendrá forma de anillo.



FINSA adquiere más de 45 mil m² en Jalisco por 25 mdd

FINSA, la empresa mexicana especializada en desarrollo inmobiliario industrial informó que, como parte de las operaciones iniciales del nuevo Fondo Finsa III y del plan de expansión, ha realizado la compra de activos por 45 mil 838 metros cuadrados en el Parque industrial El Salto, ubicado en Tlaquepaque, Jalisco, por un monto de 25.5 millones de dólares. Esta, su segunda adquisición durante 2021, contempla un portafolio de 3 edificios dentro de un mercado primario con alta actividad industrial, con clientes importantes como ZF Services, Inventronics, Expeditors International, Omnilife y Cargoquin.





EL CAMPANARIO®

Residencial & Golf
Querétaro

LOGRO
QUE DESTACA

www.
elcampanario.com

Terrenos
desde 800m²

(442)
503 09 60

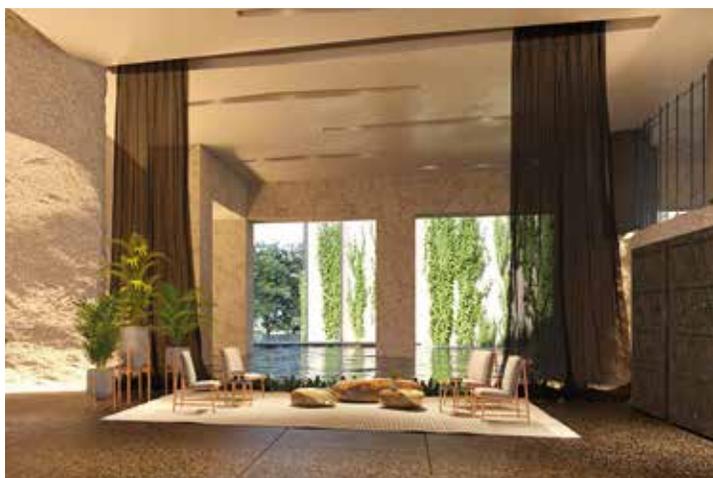
Comercializado por
ACTIVO
INMOBILIARIO

GRUPO **DMI**



“Tu Casa en la Ciudad” entre las mejores políticas de vivienda de LATAM

El programa de financiamiento hipotecario, “Tu Casa en la Ciudad”, del Fondo de la Vivienda del ISSSTE (FOVISSSTE) resultó finalista en el concurso Políticas Públicas y Prácticas Inspiradoras 2021, de la plataforma Prácticas del Hábitat Urbano y Vivienda (UHPH, por sus siglas en inglés), en el que participaron 350 iniciativas de 15 países de Latinoamérica y el Caribe. El objetivo es premiar las propuestas que contribuyan a lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros y resilientes.



Nuevo hotel de Xcaret abrirá sus puertas en julio de 2021

Hotel Xcaret Arte, contó con una inversión de 427 millones de dólares. Ofrecerá 900 villas temáticas en 6 zonas temáticas con diferentes actividades; también albergará un foro de espectáculos para grandes eventos y dos centros de convenciones con cupo de hasta 1,140 y 2,065 personas, respectivamente. Contará con más de 10 bares y restaurantes, entre los que destaca el de Paco Méndez, conocido por tener una Estrella Michelin, chef de Hoja Santa y Niño viejo.

Avanza 83% apoyos para mejoramiento o ampliación de vivienda: Sedatu

Con una inversión de 5 mil 176 millones de pesos (mdp) se llevaron a cabo 73 mil 448 acciones de mejoramiento, ampliación o construcción de vivienda entre 2019 y 2020, así lo informó Román Meyer Falcón, titular de la Sedatu. Las acciones se enfocaron en Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Chiapas, Coahuila, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán, a través del Programa de Mejoramiento Urbano (PMU) y del Programa de Vivienda Social (PVS).





El reflejo de lo sustentable

Kampus Industrial Santa Rosa se construye bajo los más altos estándares de responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad creando un balance entre la operación eficiente y el mínimo uso de los insumos energéticos, naturales y constructivos tomando como base los requerimientos de la Certificación LEED®.

K KAMPUS INDUSTRIAL | Santa Rosa

PRÓXIMAMENTE EN GUADALAJARA

Walmart México y Centroamérica invertirá 22 mil mdp durante 2021, 33% más que en 2020

Guilherme Loureiro, presidente ejecutivo de Walmart para México y Centroamérica, informó que durante 2021 planean realizar una inversión de 22,200 millones de pesos, monto 33% mayor al 2020. Los recursos serán destinados a la apertura de nuevas tiendas, canales digitales y logísticos, así como el mantenimiento de sus 2,599 unidades en operación.



Estudio holandés inicia construcción de la Pirámide de Tirana en Albania

Se han empezado las obras de construcción de la Pirámide de Tirana, monumento brutalista de la capital de Albania; la firma encargada del proyecto es el estudio holandés MVRDV, el cual informó que la estructura de hormigón se reutilizará; mientras que el atrio y sus alrededores serán áreas verdes. Este espacio contará con una cafetería, áreas de estudios, talleres y aulas para que los jóvenes aprendan varios temas de tecnología de manera gratuita



Estafeta anuncia inversión para 2021 y la creación de nuevo hub en la CDMX

La compañía de mensajería y logística, Estafeta dio a conocer que realizará una inversión por 1,950 millones de pesos durante 2021, con el objetivo de mejorar su infraestructura operativa tanto física como digital. De acuerdo con Ingo Babrikowski, director de la empresa, del total de los recursos (350 mdp), serán utilizados para la construcción de un nuevo hub en la Ciudad de México el cual estará enfocado únicamente al segmento de e-commerce.

CDMX contará con el campo solar urbano más grande del mundo

En conferencia de prensa del Gobierno de la Ciudad de México, Rocío Nahle García, secretaria de energía, dio a conocer el proyecto de construcción de un campo solar urbano en el techo de la Central de Abastos (CEDA), mediante el cual, se proyecta generar hasta 250 Megawatts de energía y reducir hasta 13 mil 852 toneladas de CO2 al año. La Central Solar Fotovoltaica en la CEDA será la instalación de paneles más grande del mundo al interior de una ciudad.



Grupo hotelero Aman introduce Janu Tokyo al mercado de lujo

El grupo hotelero Aman Resorts International anunció dos nuevos lanzamientos en el mercado japonés: su primer desarrollo exclusivo para residencias (Aman Residences Tokio) y el debut de Janu su nueva marca de hoteles de lujo. Ambas propiedades formarán parte del proyecto de reurbanización de la región Toranomom-Azabudai en el centro de Tokio, en el que participan junto al promotor de paisajes urbanos Mori Building Co. Ltd. Este proyecto lleva más de 30 años en proceso y se completará finalmente en 2023.



A qué responde el avance edilicio de las principales ciudades del Cono Sur

La construcción y la descentralización de las grandes ciudades son protagonistas en el Cono Sur. La pandemia terminó de consolidar esta intención que se vislumbraba desde hace 10 años. Decenas de familias han comprado en los últimos meses, en su mayoría apostando a propiedades bien ubicadas, a la vez que otros se decidieron por alejarse de las grandes ciudades en busca de tener más contacto con la naturaleza.



Sanborns cerrará cerca de una decena de sucursales en 2021

Después del impacto que la pandemia por Covid-19 tuvo durante 2020, Grupo Sanborns prevé retomar los niveles de venta reportados antes de la emergencia sanitaria, es decir que proyectan un ligero crecimiento comparado con los resultados de 2019. Sin embargo, como resultado de la caída en las ventas del 25.7%, la compañía planea el cierre de al menos 10 sucursales de diversas marcas pertenecientes al grupo.



Crece demanda de micro parques industriales en Guadalajara

Con el aumento en la demanda de espacios logísticos en Guadalajara y la Zona Metropolitana, los desarrolladores han echado mano de la creatividad y la innovación para satisfacer las necesidades de sus nuevos clientes. Tal es el caso de los llamados micro parques, espacios destinados a pequeños usuarios con superficies que oscilan entre los 600 y los 2000 mil m². Al cierre de 2020 el inventario asciende a 646 mil m², distribuidos en 38 micro parques, la mayor demanda se ha concentrado en formatos de condominio construidos principalmente por desarrolladores locales, de manera que la reserva acumulada para este tipo de desarrollo asciende a 1.3 millones de m² disponibles.



**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

#Inmobiliare Recomienda

Actualmente el sector de la construcción vive una etapa de transición encaminada a la adaptación de soluciones digitales, es primordial contar con innovaciones claves desarrolladas 100% para la industria, por ejemplo las soluciones basadas en la metodología BIM (Building Information Modeling, por sus siglas en inglés). A continuación te presentamos cinco cuentas de instagram de empresas que van hacia este cambio.



Bluebeam es una empresa de software especializada en el sector de la construcción que trabaja de la mano con profesionales del diseño y la construcción para desarrollar soluciones inteligentes y sencillas que facilitan a los equipos la realización de proyectos.

@bluebeam_inc

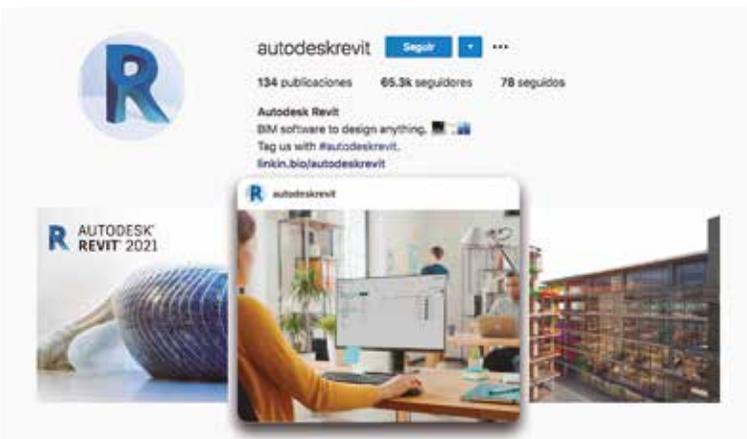
4,675 Followers



BIMnD España es una firma pionera en la metodología BIM, se dedica a desarrollar proyectos con ArchiCAD a nivel profesional superior. Son especialistas en la transformación digital del sector AEC (arquitectura, ingeniería y construcción).

@bimnd_esp

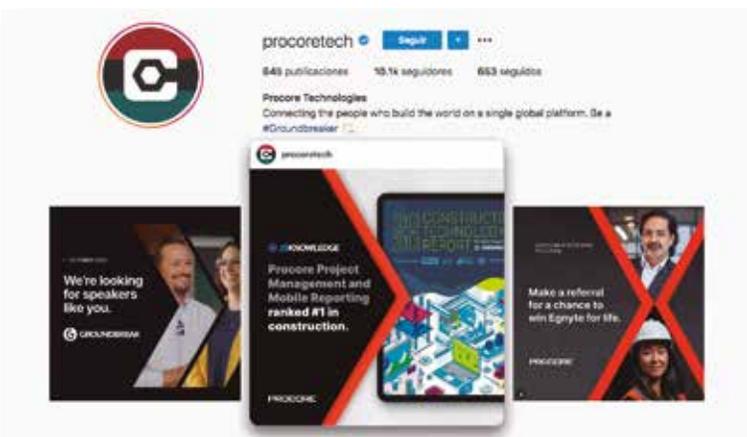
246 Followers



Revit, es parte de una generación completamente nueva de productos de Autodesk, que están destinados a estudios de arquitectura; este software no solo permite el diseño y modelado de un edificio sino la coordinación de varios ingenieros que colaboran en el mismo esquema.

@autodeskrevit

65.3k Followers



Procore es una empresa de software basada en la nube para la administración de proyectos de construcción, ofrece a los equipos de campo y oficina una visión en tiempo real de lo que sucede en la obra para que todos los involucrados del proyecto estén al tanto de la información generada.

@procoretech

10.1k Followers



Graphisoft otorga soluciones de software, programas de aprendizaje y servicios profesionales para la industria de la arquitectura, ingeniería y construcción. La compañía ha desarrollado Archicad, la solución de software de modelado de información de construcción líder en la industria para arquitectura y diseño.

@graphisoft

19.8k Followers



#InmobiliareRecomienda 5 APPS DE FINANZAS PERSONALES

A continuación te presentamos las apps más utilizadas de finanzas personales que te ayudarán a mantener un control de tus gastos semanales, quincenales o mensuales.



Fintonic

Permite tener un control de todos los estados de cuentas bancarias a la vez y se descarga de forma gratuita. En una misma app podrás revisar el ahorro, cuánto has gastado en los últimos meses por medio de alertas, cómo te valoran los bancos según tus estados de cuenta, avisos de posibles comisiones y más.



Money Manager

Al igual que Fintonic, es fácil de usar y muy visual, ya que puedes tener un registro claro de los gastos e ingresos, mismos que puedes dividir en diferentes categorías para identificarlos más fácilmente.

Además, la app te hace de forma automática la resta que queda entre gastos e ingresos, muestra gráficos para los patrones de consumo y estado financiero. También permite hacer presupuesto para planes futuros.



Spendee

Te permite personalizar todas las funciones según lo que a ti te acomoda, desde tu perfil hasta la divisa utilizada. Ha sido premiada como una de las mejores de su categoría por Google Play gracias a su facilidad, detalle y a su calidad en cuanto a los gráficos e infografías.

Permite sincronizar las cuentas bancarias en el caso de tener varias y hace un balance de ambas cuentas. Asimismo, puedes compartir carteras con amigos, haciendo así más fácil los pagos en grupo de un restaurante, hotel, tour y más.



Monefy

Es totalmente gratuita y puedes organizar tus ingresos y gastos en categorías que la misma aplicación te proporciona como opciones.

Un plus que tiene esta aplicación, es que no necesitas ingresar tus cuentas bancarias si no te sientes seguro, tu mismo puedes especificar tu ingreso mensual y los movimientos que sueles tener durante la semana, mes o año.

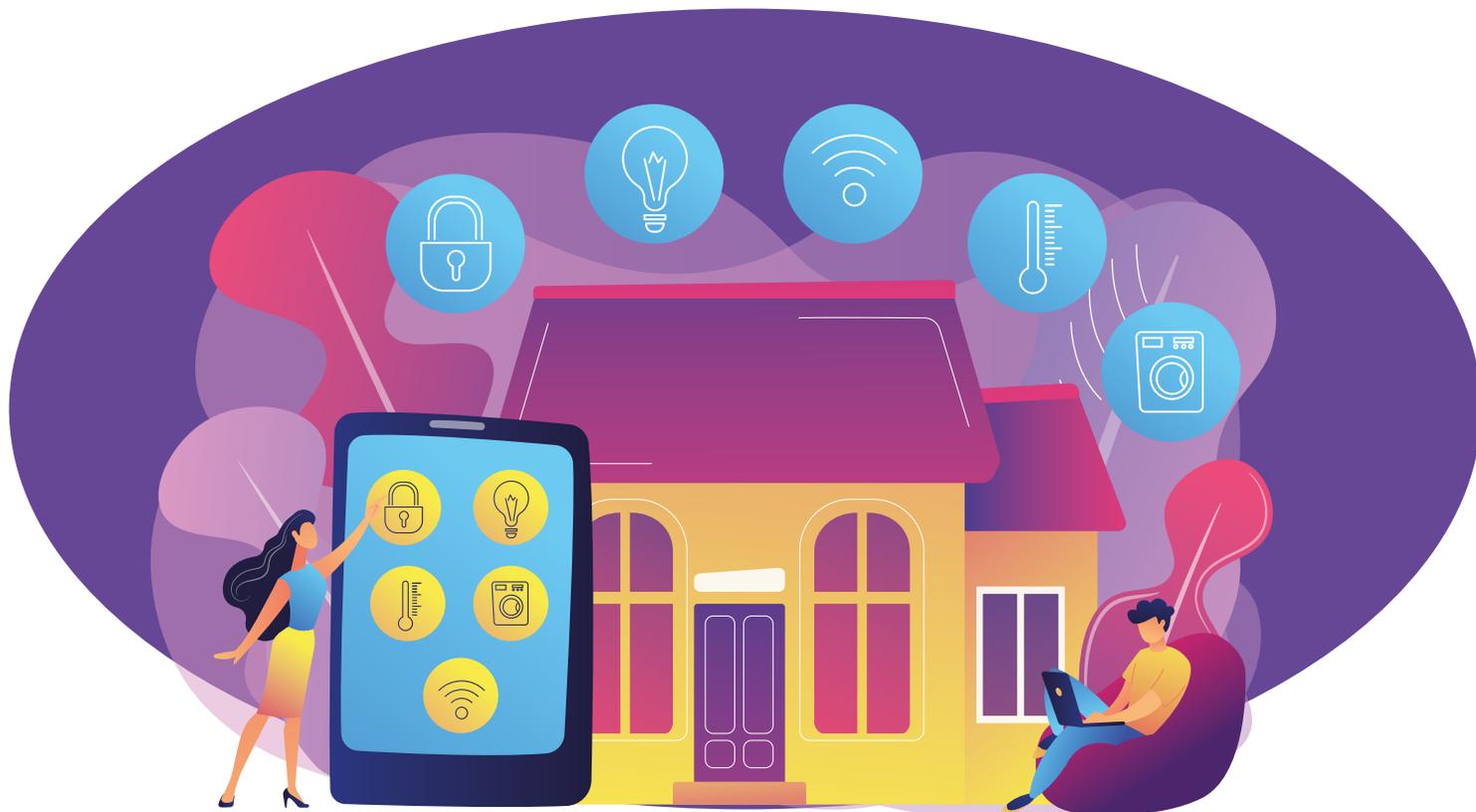


Wallet

Permite ligar tu cuenta bancaria con la app para seguir los gastos día con día. Ayuda a planificar y seguir tus presupuestos y gastos, con la opción de manejar múltiples monedas, bancos e instituciones financieras.

Elabora un índice emocional para ver en la pantalla como te sientes con tus gastos y tomar mejores decisiones financieras. Hay versión gratuita y de pago, está disponible en web y para los dispositivos móviles.





Líderes en domótica para espacios inteligentes

Se conoce como domótica a los sistemas que posibilitan automatizar un inmueble, ya sea una vivienda, oficina, habitación, entre otros, en áreas como el consumo energético, la comunicación, seguridad, o entretenimiento. Contar con este tipo de soluciones, además de innovador, permite optimizar y facilitar tareas ahorrando tiempo que puede ser dedicado a otras actividades. A continuación presentamos algunas empresas líderes en transformar cualquier espacio en uno inteligente.

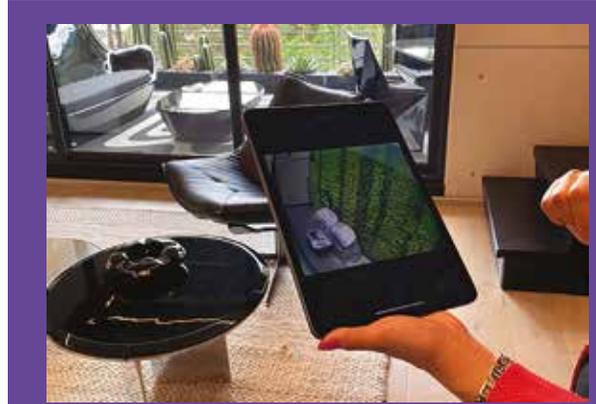


Insteon

Enfocada en la domótica para el hogar, esta compañía brinda a sus clientes numerosas posibilidades para convertir sus viviendas en espacios automatizados, seguros y optimizados. Para ello, hacen uso de dispositivos móviles y de inteligencia artificial para crear sistemas de fácil manejo que permiten controlar con simples comandos de voz o desde una aplicación la iluminación, el clima, detectar movimiento, o encender electrodomésticos y equipos de entretenimiento.

Intélite

Con más de 15 años de experiencia, Intélite es una empresa mexicana dedicada a crear proyectos de automatización e instalaciones para casas y edificios inteligentes. Se encargan de realizar el diseño de un proyecto ejecutivo, suministrar la instalación, programar y dar mantenimiento a los sistemas domóticos. Entre sus productos destacan los enfocados en hoteles, desarrollos residenciales y oficinas *smart*, como controles de acceso, detección de incendios, seguridad, iluminación, clima, chapas electrónicas y más.



Gaoli Home

Empresa mexicana dedicada a proveer soluciones inteligentes para inmuebles residenciales, comerciales, hoteles, restaurantes u oficinas. Algunas de sus especialidades son la instalación de luces LED inteligentes, automatización de elementos del hogar, programación de controles remotos *smart* para equipos de entretenimiento, así como sistemas de ventilación y climatización. Su objetivo principal es ayudar a sus clientes a optimizar el uso de recursos y aumentar el confort.

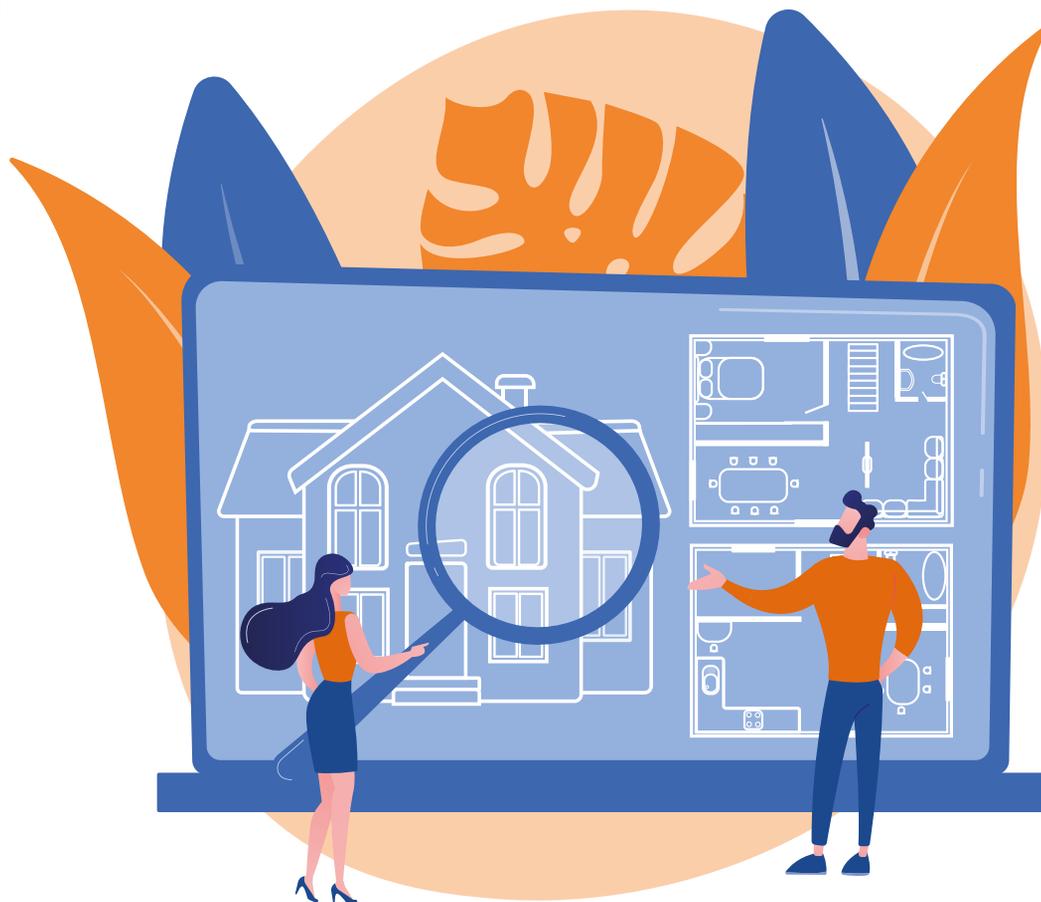
Graviton

Esta es una de las empresas pioneras en el país especializadas en la domótica para espacios residenciales, comerciales, oficinas, estacionamientos, entre otros. Su oferta es integrar equipos de la más alta tecnología para acondicionar los inmuebles con sistemas inteligentes que cubran las necesidades de sus usuarios. Control de audio y video, iluminación, seguridad, además de clima, mantenimiento y control de aforo son algunas de las opciones que ofrecen.



Lutron Pro

Lutron Pro ofrece a sus clientes la posibilidad de automatizar la iluminación de una habitación o un inmueble completo. Se enfoca en los mercados residencial, oficinas y comercios. Entre sus servicios principales destacan Maestro *wireless*, que permite controlar las luces sin necesidad de instalar un sistema complejo; Caseta *wireless* que maneja la iluminación eléctrica y ventanas operables para optimizar la luz interior; y Quantum, una aplicación para gestión de edificios que optimiza el consumo de energía en uno o más inmuebles interconectados.



GUANAJUATO

BUEN LUGAR PARA INVERTIR EN UNA PROPIEDAD

Por:

 Lamudi

La zona norte del país y la región del Bajío en México se han caracterizado por albergar a la industria manufacturera, sin embargo, tras la pandemia por el Covid-19 el valor de la producción de la manufactura en México tuvo en 2020 una caída de 6.4% anual, pero el ritmo de sus caídas fue inferior al retroceso marcado a nivel nacional.

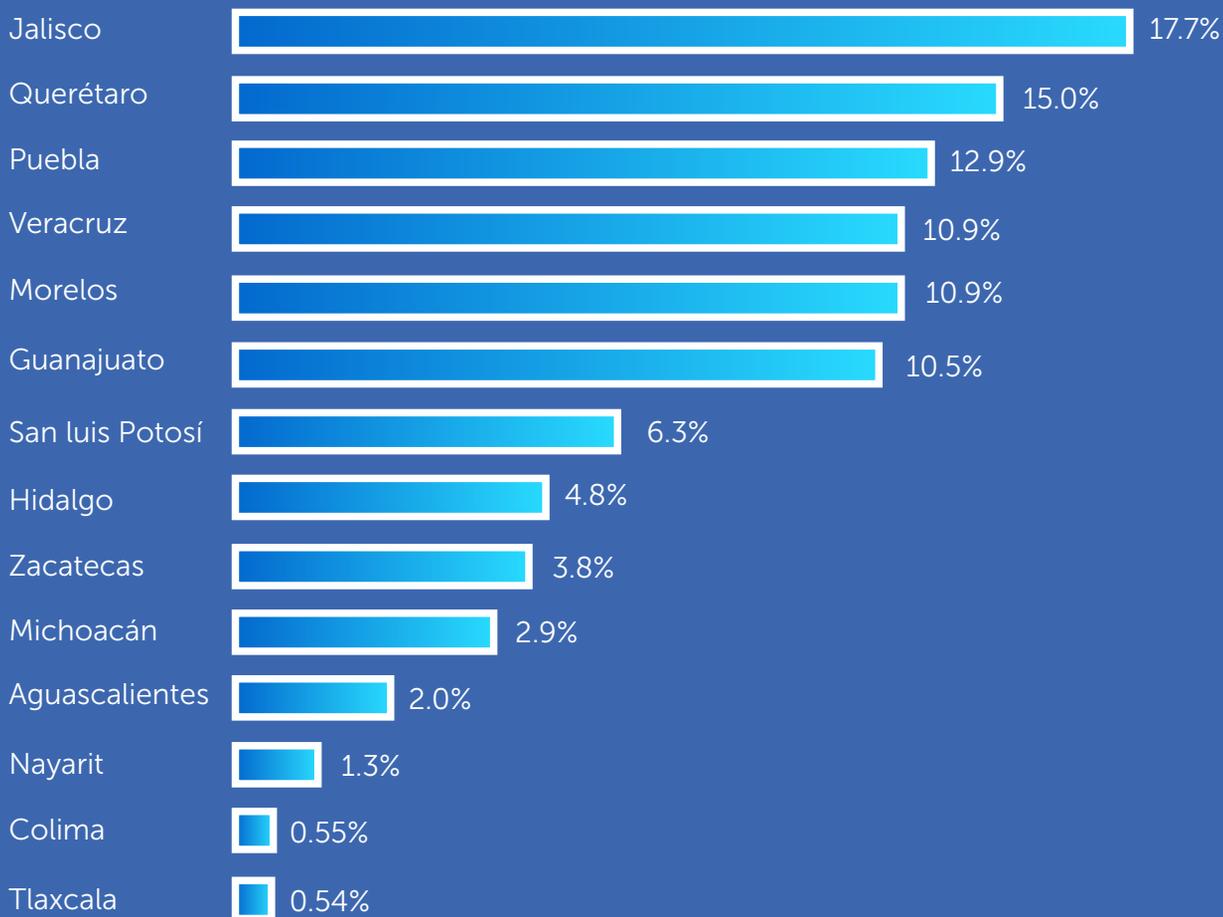
Durante el 2020 según datos del Inegi, Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí, Michoacán y Zacatecas contribuyeron con el 31.2% del valor generado por la manufactura en el país; es decir, la zona Central o Bajío se ha ido consolidando como un lugar con una economía dinámica.

Este factor económico se suma a la buena calidad de vida, por ello son muchos los mexicanos que han decidido cambiar su lugar de residencia a ciudades donde adquirir una propiedad puede ser más barato que en la capital del país, esto también como efecto secundario de la pandemia.

En los 11 estados que conforman el 80% de la demanda total de inmuebles en México se pueden encontrar: Jalisco, Querétaro, Puebla, Guanajuato, San Luis Potosí y Veracruz.

En cuanto a oferta inmobiliaria, a nivel digital, en dicha región destaca la participación de oferta residencial de esta manera: Jalisco con un 17%, seguido de Querétaro con 15%, Puebla y Veracruz están demostrando un crecimiento en el desarrollo de vivienda con una participación del 13% y 11% respectivamente, Morelos y Guanajuato siguen esa tendencia.

De acuerdo con información de Lamudi, la demanda residencial en la zona del Bajío se inclina hacia la vivienda del segmento de Interés Medio y Residencial, es decir, que las propiedades que más se buscan son aquellas con precio entre uno y siete millones de pesos.



Ciudad

Precio promedio aprox.

Querétaro	3 millones 260 mil pesos
San Luis Potosí	2 millones 970 mil pesos
Guadalajara	2 millones 930 mil pesos
Puebla	2 millones 350 mil pesos
Guanajuato	2 millones 280 mil pesos

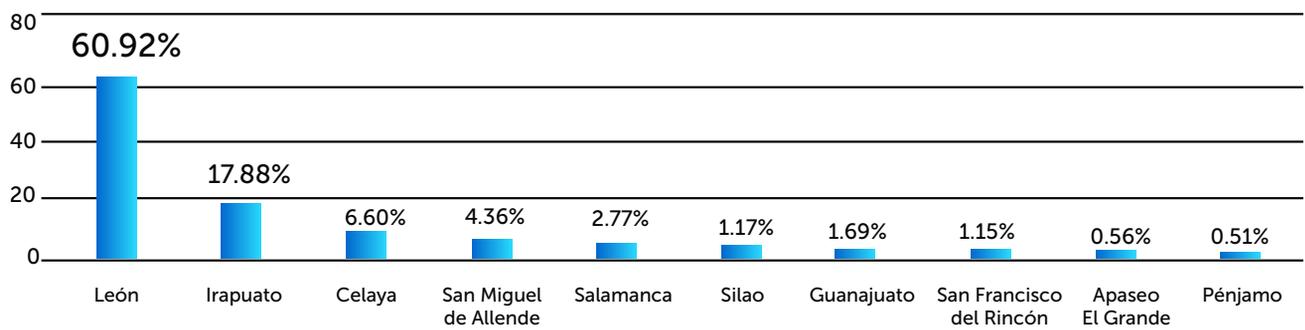
Guanajuato

En Guanajuato se ha detectado que el 80% de la demanda inmobiliaria se concentra en propiedades con un precio tope de tres millones de pesos.

En las propiedades en venta podemos observar una clara tendencia hacia el segmento de Interés Social con una participación total de 53.49%, en segundo lugar está el segmento de Interés Medio con 30.91% y en tercer lugar el segmento Residencial con 12.12%, el Residencial Plus, 2.31% y por último está el Segmento Premium, con el 1.17 por ciento.

De acuerdo con nuestro Reporte 2020, por municipio se puede apreciar que la demanda inmobiliaria está concentrada en su mayoría en León con un 60.92% y en Irapuato con un 17.88%, en tercer lugar se encuentra Celaya con una participación de 6.60 por ciento.

En Guanajuato se ha detectado que el 80% de la demanda inmobiliaria se concentra en propiedades con un precio tope de tres millones de pesos.



Precio promedio en:

Guanajuato		2 millones 880 mil pesos
León		2 millones 400 mil pesos
Irapuato		2 millones 350 mil pesos
Silao		1 millones 630 mil pesos

Migración, un efecto de la pandemia por Covid-19

A un año de la pandemia, Lamudi ha visto un crecimiento del 25% en la búsqueda de inmuebles por parte de los mexicanos tras el confinamiento y la modalidad de trabajo a distancia. Por el comportamiento que hemos observado en la plataforma inmobiliaria y también en la disposición digital, son al menos 10 millones de mexicanos los que han tenido esta incertidumbre y curiosidad por cambiar de residencia.

Una tendencia muy marcada fue la búsqueda de espacios más asequibles, pero estando cerca de la capital del país. Querétaro está en segundo lugar, detrás del Estado de México, con un 26% de crecimiento en las búsquedas de vivienda, y Guanajuato en tercero con 24 por ciento.

El estado de Guanajuato cuenta con alta vocación manufacturera lo cual representa una oportunidad para una más pronta recuperación en su demanda inmobiliaria.

En relación con los precios de la vivienda, se puede decir que la tierra no ha perdido ni disminuido su valor por lo que invertir en bienes raíces sigue y seguirá siendo una excelente forma de incrementar los activos. 

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



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

REMESAS INGRESADAS AL PAÍS EN 2020

2020 fue el año con mayor recepción de remesas registrado desde 2005, con lo que se acumularon 5 años consecutivos con cifras récord



40,607

millones de dólares ingresaron.
Equivalente a más de

875

millones de pesos, que supera
el presupuesto federal de
México aprobado para algu-
nas secretarías en 2021.



11.4%

más que en 2019

20.6%

fue el incremento en
términos reales
(por el tipo de cambio y
descontando el
factor inflacionario)

3,661

mdd ingresaron en diciembre
siendo el segundo mes de 2020
con la mayor tasa de
crecimiento (+17.4%)
solo superado por marzo,
cuando aumentaron 35.1%



ENVÍO Y COBRO DE REMESAS

98.9% se envían a través de transferencias electrónicas

0.7% de las remesas llegan en efectivo o especie

0.4% a través de giros postales o bancarios

77.1% se cobran en instituciones no bancarias

22.9% se reciben en bancos

PAÍSES DE ORIGEN



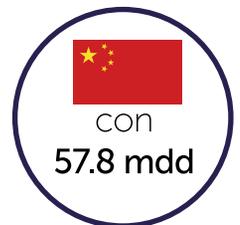
PRINCIPALES ESTADOS DE ORIGEN

California con 12,677 mdd
Texas, 6,357 mdd
Minnesota, 1,808 mdd
Arizona, 1,445 mdd
Florida, 1,284 mdd



MUNICIPIOS CON MAYOR RECEPCIÓN DE REMESAS

ENVÍOS DE REMESAS DESDE MÉXICO DISMINUYERON 8.4%



* Con información del Banco de México y BBVA Research

F I B R A S LLEGAN A SU PRIMERA DÉCADA CON RETOS POST-PANDEMIA

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

En 2011 se listó en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) el primer fideicomiso de inversión en bienes raíces (Fibra), Fibra Uno (FUNO). Esto representó un hito en la institucionalización, desarrollo y expansión del sector inmobiliario en México.

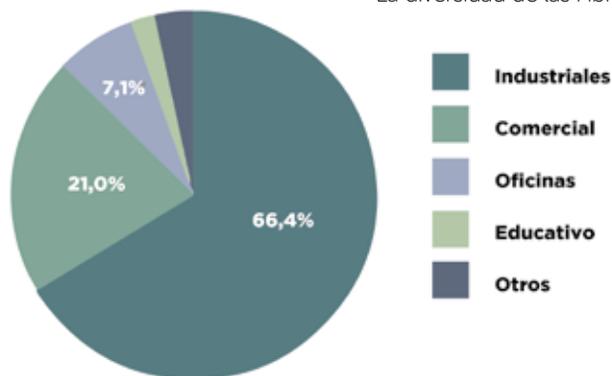
Han pasado diez años y quince Fibras han aparecido en el mercado accionario de la BMV, las cuales han levantado recursos por más de 200,000 millones de pesos, según datos de la Bolsa. Asimismo, en febrero pasado, la Bolsa Institucional de Valores (BIVA) recibió a su primer fideicomiso inmobiliario, Fibra SOMA, con una colocación de más de 6,700 millones de pesos.

Con estos recursos, las Fibras han adquirido y desarrollado propiedades industriales, de oficinas, comerciales, educativas, hoteleras, de mini bodegas e, incluso, funerarias, con la reciente adquisición del portafolio Memorial por parte de FUNO.

Cabe recordar que el portafolio de propiedades de los fideicomisos puede ser diversificado, tal es el caso de Fibra Uno, Fibra Monterrey, Fibra Macquarie, Fibra Nova, Fibra Plus, Fibra HD, Fibra Danhos, Fibra SOMA; o, especializado en un solo sector como Fibra Prologis, Fibra Upsite y Terrafina, en el industrial; Fibra Shop en el comercial; Fibra Storage en mini bodegas; mientras que Fibra Inn y Fibra Hotel en el hotelero.

Han pasado diez años y quince Fibras han aparecido en el mercado accionario de la BMV, las cuales han levantado recursos por más de 200,000 millones de pesos, según datos de la Bolsa.

La diversidad de las Fibras



TOTALES				
Industriales	Comercial	Oficinas	Educativo	Otros
16.935.955	5.347.322	1.823.875	534.409	879.088
*Comercial ya contempla Fibra SOMA				

Al cierre de 2020, las Fibras sumaban 17 millones m² de área neta rentable (ANR) de espacios industriales para manufactura y logística; 5.3 millones m² del segmento comercial en locales y centros comerciales; 1.8 millones m² de oficinas de todas las clases y casi 19,000 cuartos de hotel¹, por mencionar los más importantes.

Si bien, 2020 fue un año complicado para la economía del mundo y diversas industrias se vieron fuertemente afectadas por la pandemia de COVID-19 en el país, el sector inmobiliario intentó mantener su dinamismo y las Fibras se mostraron resilientes tanto en sus fundamentales financieros como operativos, en este último profundizaremos un poco.

¹ Debido a que Datoz sólo monitorea la información de los segmentos: industrial, oficinas y comercial; se reserva a profundizar en las Fibras hoteleras.



Las Fibras industriales, las más fuertes

El segmento industrial fue el más fuerte del real estate durante la pandemia por el impulso que le dio la logística de la mano del e-commerce y por el *nearshoring* como consecuencia de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China y la entrada en vigor del T-MEC, aun cuando ciertas industrias tuvieron que parar operaciones durante algunos meses de la pandemia. En este sentido, las Fibras con portafolios dedicados a albergar actividades de manufactura y logística tuvieron buenos resultados.

Fibra Uno, Fibra Prologis, Terrafina y Fibra Macquarie, que juntas representan el 94% de la cartera total de las Fibras en el segmento industrial y superan el inventario de cualquiera de los mercados del país, ya que el más grande es Ciudad de México con 13 millones m², cerraron el 2020 con tasas de ocupación superiores al 93% y acordes con la tasa general del país que se ubicó en 94 por ciento.

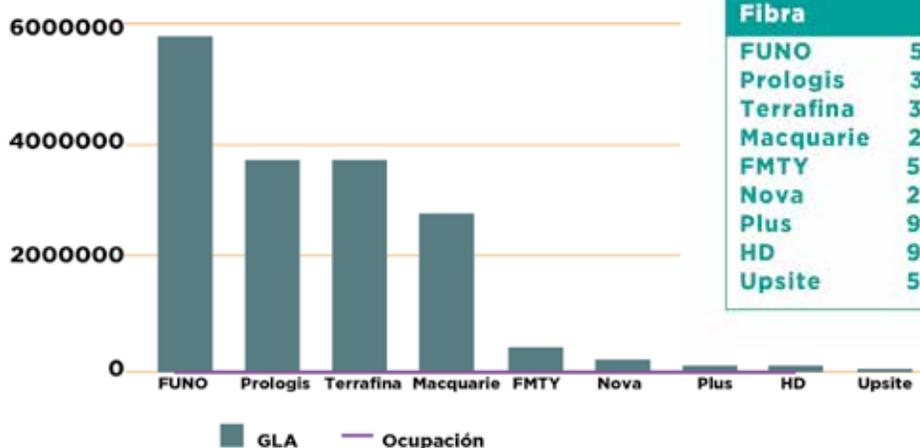
Fibra Uno y Prologis cuentan con un portafolio orientado a la logística y ubicados, entre otros mercados, en el más dinámico del país: Ciudad de México, lo que aventaja estos fideicomisos, puesto que las nuevas formas de consumo, aceleradas por la pandemia, demandan mayores espacios industriales logísticos en las principales ciudades.

Por otro lado, los espacios industriales de Terrafina y Fibra Macquarie, que tienen mayor vocación manufacturera, han atraído a compañías globales, a fin de aprovechar sus ubicaciones estratégicas, situadas en el norte del país, la mano de obra calificada para fabricar productos de consumo nacional y de exportación. En este sentido, el *nearshoring* y T-MEC son motores para estas Fibras.



En contraste con otros sectores, el industrial se mantuvo activo en adquisiciones y renovaciones de superficie arrendable y se espera que 2021 sea un año con mayor dinamismo.

El segmento industrial fue el más fuerte del real estate durante la pandemia por el impulso que le dio la logística de la mano del e-commerce y por el *nearshoring* como consecuencia de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China.



Industriales		
Fibra	GLA	Ocupación
FUNO	5.788.743	96,30%
Prologis	3.624.000	98,60%
Terrafina	3.706.831	95,70%
Macquarie	2.783.000	93,90%
FMTY	530.671	96,80%
Nova	258.773	100%
Plus	95.215	97,30%
HD	94.501	92,20%
Upsite	54.221	100%

Oficinas debilita a las Fibras

El segmento de oficinas atraviesa uno de sus periodos más complicados, ya que la campaña de sana distancia y el confinamiento como medidas de prevención ante la propagación del COVID-19 provocaron que muchas empresas recortaran su plantilla laboral y optaran por el *home office*, lo que ocasionó la reducción de espacios, desocupaciones y escasas operaciones en renta o venta.

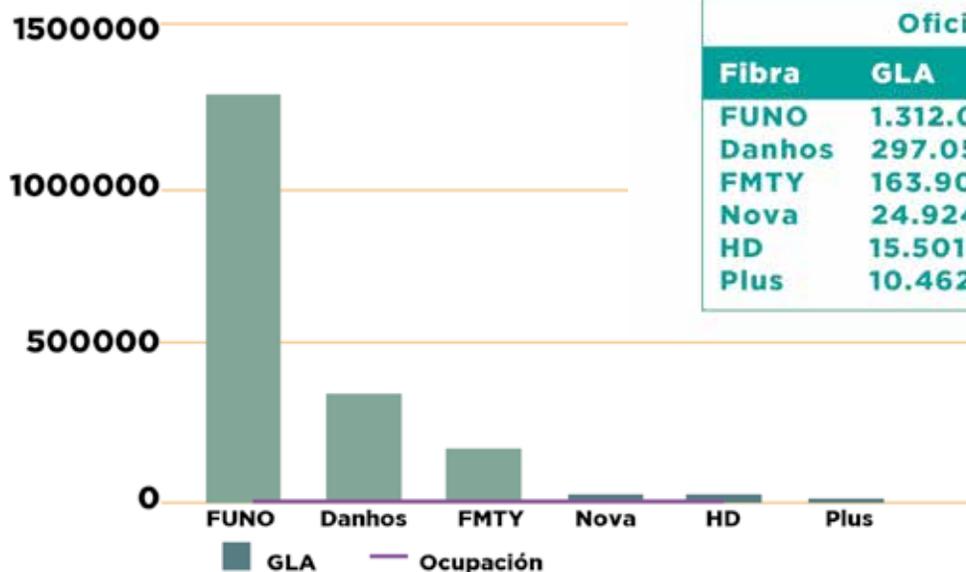
Si bien, en Ciudad de México, que representa alrededor del 80% de los espacios corporativos del país, Monterrey y Guadalajara el crecimiento del inventario por nuevos proyectos ubicaba sus tasas de ocupación al alza, la crisis por la pandemia provocó que dicha tasa se ubicará alrededor del 82% al cierre de 2020.

Esto también afectó a las Fibras con este tipo de activos. FUNO, que concentra el 72% de las oficinas que son propiedad de las Fibras, tuvo una reducción de 500 puntos base en su tasa de ocupación general y se ubicó en 78.6 por ciento. La tasa de ocupación de Fibra Danhos, con presencia en los principales corredores de CDMX, cayó 1,420 puntos base y se situó en 74.5%; mientras que Fibra Monterrey cerró con una tasa de 86.2 por ciento.

Esto ocurre aun cuando las Fibras crearon estrategias para diferir rentas a sus clientes, sanitizar complejos, entre otros esfuerzos.



El escenario a corto y mediano plazo para el segmento de oficinas aún es complejo, pues las empresas continúan con dificultades económicas y es posible que algunas adopten el *home office* de manera permanente para la totalidad o una fracción de su base laboral. Sin embargo, si el mercado y las Fibras logran reconfigurar el negocio y aprovechar los modelos híbridos de trabajo, sin duda, saldrán adelante.



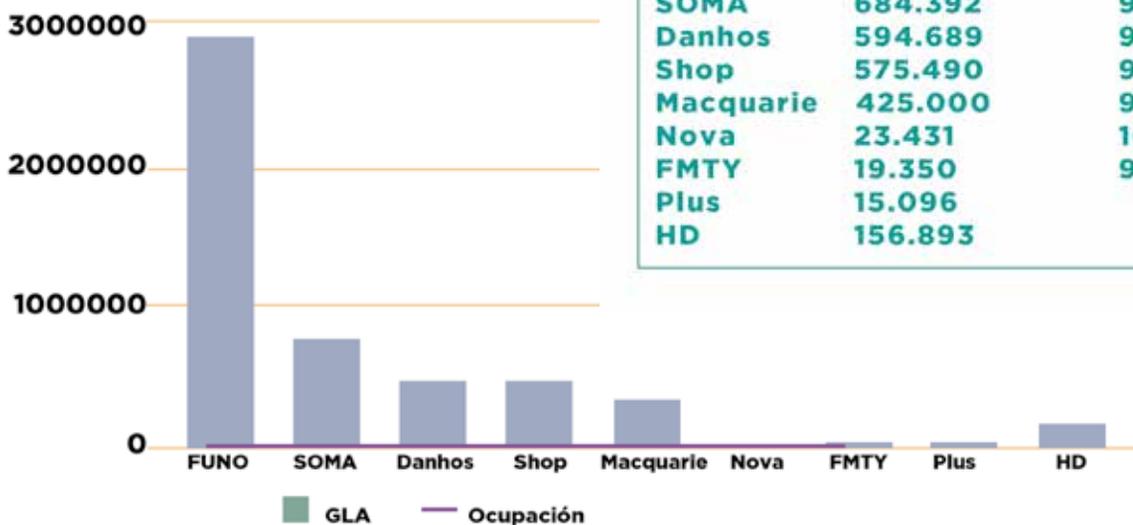
Recuperación paulatina de las Fibras comerciales

El segmento comercial también fue fuertemente afectado por la pandemia, ya que los cierres totales de los complejos comerciales afectaron los ingresos de los inquilinos, lo que provocó desocupación de espacios.

Para ayudar a sus inquilinos, los fideicomisos inmobiliarios también realizaron diferimientos de pago de rentas, descuentos, sanitizaron complejos, capacitaron al personal con medidas empleadas con la nueva "normalidad" y se adaptaron a las reaperturas paulatinas que se han acordado en los últimos meses. Sin embargo, las tasas de ocupación también bajaron.

La tasa de Fibra Uno se ubicó en 90.9%, la de Fibra Shop en 92.6%, la de Fibra Danhos en 91.8%, mientras que la de la reciente Fibra SOMA se situó en 93 por ciento.

Las prácticas de consumo del país indican que la recuperación de este segmento será paulatina y ya está comenzando. Esto porque la relación entre el consumidor y la plaza comercial continuará con espacio de esparcimiento y de compras, incluso con el acelerado crecimiento del e-commerce.



Algunos de los retos para las Fibras

Este año estará lleno de retos para las Fibras, puesto que la pandemia todavía frenará el crecimiento económico del país, por lo que las empresas continuarán con la cautela en nuevas inversiones y se verá reflejado en las operaciones inmobiliarias.

Además, los fideicomisos enfrentarán la reconfiguración de los segmentos comercial y de oficinas.

Con su experiencia en sector inmobiliario y la disrupción que han emprendido algunas Fibras en el mismo, se espera que 2021 sea un año también dinámico para los fideicomisos y aprovechen las nuevas tendencias como el e-commerce, el *nearshoring*, y el trabajo híbrido, por mencionar algunos. 

Comercial		
Fibra	GLA	Ocupación
FUNO	2.852.981	90,90%
SOMA	684.392	93,00%
Danhos	594.689	91,80%
Shop	575.490	92,60%
Macquarie	425.000	91,40%
Nova	23.431	100,00%
FMTY	19.350	98,10%
Plus	15.096	
HD	156.893	

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

*Nota del editor:

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



En **ibvest** trabajamos para cambiar la forma de invertir en el sector inmobiliario y generar oportunidades rentables sin importar la distancia, ni las barreras a la entrada.

Hacemos posible la inversión en inmuebles de lujo en España al precio más rentable, con el financiamiento más atractivo del mercado y sin tener que salir de casa.

- Amplio conocimiento del sector residencial en Madrid
- Un equipo especializado y con experiencia
- Con la mayor oferta de vivienda de lujo en Madrid
- Solución integral "llave en mano"
- Servicios especializados (legal, fiscal, notarial y contable)
- Acceso a soluciones migratorias (Pasaporte Comunitario y Golden Visa)
- Acceso a opciones preferenciales de financiamiento
- Soluciones de remodelación y amueblado
- Con las mejores asociaciones estratégicas
- Con variadas opciones de property management
- Planeación y gestión de proyectos de mayor escala

CDMX | MADRID | BARCELONA

ibvest
Prime Real Estate

www.ibvest.com.mx | contacto@ibvest.com.mx

© 2020 Ibvest, Todos los derechos reservados

Ibvest

LA OPCIÓN MÁS VIABLE PARA INVERTIR EN ESPAÑA

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Si bien es cierto que Ibvest se funda en 2018 por Carlos Márquez Padilla, Francisco Zozaya, Homero Garza y Mercedes Sáenz; la idea de crear una empresa dedicada a la estructuración de proyectos de inversión inmobiliaria se gestó desde 2016 cuando le proponen la invitación a uno de sus fundadores para participar en un fondo de *friends and family* en Madrid.

Para Carlos Márquez esta decisión de invertir en otro país se da principalmente por una serie de factores que lo hacen atractivo; por ejemplo el hecho de que España fuera saliendo de dos dificultades económicas muy marcadas como las crisis del 2008-2009 y 2013-2014, la conocida PIGS.

“Observo cómo empiezan a darle la vuelta a ese problema que venía fundamentalmente del sector inmobiliario, tanto el Gobierno Español como la Unión Europea comienzan a reactivar la economía y mejorar todos los fundamentales, reforzando a través de estímulos fiscales. Se ve muy marcado el apoyo de los bancos centrales de Europa por mantener las tasas bajas y apoyar al sector financiero”, cuenta en entrevista para Inmobiliare Carlos Márquez Padilla, CEO de Ibvest.



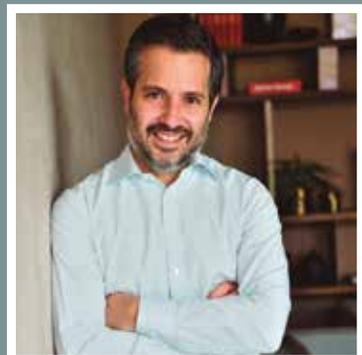
Carlos Márquez
Cofundador y Director general de Ibvest.



Francisco Zozaya
Cofundador y Director comercial de Ibvest.



Mercedes Sáenz
Cofundadora y CFO de Ibvest



Homero Garza
Cofundador de Ibvest



Adicionalmente a esto, el Gobierno Español, y los Ayuntamientos, en especial el de Madrid, ponen en vigor diferentes incentivos de tipo fiscal y regulatorio para que las personas invirtieran allá. A raíz de este panorama tan interesante, "nos permite entrar con una perspectiva muy positiva, pero a precios que en esa época eran similares o por debajo de las *zonas prime* del *real estate* en México, esta diferencia de costos no estaba acorde con un país como España y una ciudad como Madrid de bastante riqueza".

Con el paso de los años, España, y en particular Madrid, ha ofrecido diversos atractivos para los inversionistas como para aquellos que obtienen un inmueble, por lo que estás y otras razones son las que hacen que se construya Ibvest.

"Nace una empresa que buscamos entre los fundadores, a partir de la base de un esquema financiero eficiente que se acerca al cliente desde los trámites más básicos, pero financiando es unas condiciones, excepcionales para un mercado donde tradicionalmente los mexicanos no participaban, ya que siempre estaban inmersos en el americano y muy sobreexpuestos a la inversión inmobiliaria en México.

Con el paso de los años, Ibvest se ha convertido en una empresa que tiene las mejores alianzas en términos de acceso a cualquier piso en venta dentro de las *zonas prime*, notarios, abogados, trámites migratorios, inmobiliarias y bancos, lo que hace un paquete muy atractivo para poder realizar una adquisición inteligente.

"Los clientes que han roto esta barrera para invertir en España tienen la posibilidad de quedarse con nosotros para el manejo de los inmuebles, con el fin de que no sea un lastre una propiedad a 9 mil kilómetros de distancia, si no que haga realidad sus frutos de una buena inversión y de que está generando flujos".

Ibvest se ha convertido en una empresa que tiene las mejores alianzas en términos de acceso a cualquier piso en venta dentro de las *zonas prime*.

Nuestros Servicios: inversión sin barrera de entrada

Ofrecemos una solución integral "llave en mano" para proyectos de inversión inmobiliaria con enfoque de *unit by unit* y adecuándonos a las necesidades de cada cliente

LEGAL / TRÁMITES

- Gestión de trámites y documentación
- *Due diligence* de propiedades
- Documentación legal, administración y notarial
- Asesoría fiscal y contable
- Estructuración de SPV para inversión

FINANCIAMIENTO

- Brokerage de créditos hipotecarios
- Negociación de términos y condiciones
- Apalancamiento mayor al 50% (potencial hasta 65%)
- Menor tasa hipotecaria (hasta 1.75% fija)
- Opción de potenciar el financiamiento con back to back
- Gestión de seguros



INMOBILIARIO

- Análisis de mercado
- Búsqueda de oportunidades de inversión
- Negociación para la adquisición
- Amplio conocimiento del sector
- Originación de proyectos inmobiliarios de inversión

GESTIÓN DE LA PROPIEDAD

- Opciones de remodelación e interiorismo
- Alianzas estratégicas para **property management**
- Opciones de asesoría contable y fiscal post - compra

Por otro lado, la idea de esta compañía y el grupo ha funcionado porque cada uno de sus fundadores tienen un *background* distinto; Homero Garza tiene una carrera dentro del sector financiero inmobiliario, fue Director General Adjunto de la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF); Carlos Márquez fue Jefe de la Unidad de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Hacienda y Economista para OCDE; Francisco Zozaya tiene 16 años de experiencia como Director Comercial en la aviación ejecutiva; y Mercedes Sáenz es CFO, con más de 8 años en experiencia en el sector financiero, incluyendo banca de inversión y fondos de capital privado.

"Esta mezcla ha tenido bastante éxito, tanto para tener una visión macroeconómica de los antecedentes de España dentro del tema hipotecario inmobiliario como de un tema comercial con acceso a capital; por ende este trío nos ha ayudado a tener, afortunadamente, mucho triunfo en los últimos tres años que arrancamos el negocio", expresa Francisco Zozaya, director comercial de Iinvest.

Beneficios de invertir en España

El negocio principal de Iinvest es ayudar a inversionistas mexicanos a adquirir propiedades residenciales en España, principalmente en Madrid con asesoría financiera, legal, fiscal e inmobiliaria a lo largo del proceso de compra, y facilitando los trámites para poder realizar la inversión. Dentro de todos los servicios que ofrecen, uno de los más importantes es el acceso al crédito a tasas muy competitivas y búsqueda del inmueble a precios de entrada atractivos, entre otros.

"Estamos a tasas competitivas, conscientemente por debajo del 1.9% fijo a 15 años, que es una ventaja contra Estados Unidos donde están entre 3-4%, si se tiene un buen acceso a financiamiento; la deuda se adquiere en euros y, las rentas por unidades también por lo que no se tiene un *mismatch* de moneda", informa Homero Garza, Socio-fundador de Iinvest.

Quien además explica que los principales costos operativos de tener un inmueble en Madrid (predial y mantenimiento) son entre 0.2% y 0.3%, mientras que en EE.UU. está más cercana al 3 por ciento.

También “creemos que es una estrategia diversificar el patrimonio en inversiones de bienes raíces en una moneda sólida como es el euro, que da respaldo”, destaca Carlos Márquez.

La eliminación de casi el 100% del impuesto a las herencias, y la posibilidad de obtener la residencia (*golden visa*, que es equivalente a una *green card*) con inversiones a partir de 500 mil euros; así como una mensualidad de la hipoteca que se cubre con la renta del inmueble, son algunos de los beneficios que distinguen la propuesta de valor de Ibvest.

Un dato interesante es que en Madrid hay inversionistas foráneos de Latinoamérica como de Colombia, Venezuela, Brasil, y otros de Europa como Rusia, que invierten en un sobreprecio por metro cuadrado. El beneficio que Ibvest ha encontrado para el mercado mexicano es que los costos de entrada en propiedades de lujo en Madrid están 15 o 20% por debajo del resto, gracias a sus socios locales de España y su meticuloso proceso de búsqueda de inmuebles.

Asimismo, Homero Garza comenta que existe una importante diferencia como inversionista mexicano que quiere conseguir una propiedad en ciudades secundarias o terciarias de Estados Unidos vs una unidad en la capital de un país europeo, que el perfil de riesgo de Madrid frente a esas opciones es significativamente menor.

Los activos adquiridos llegan a ser muy resilientes ante cualquier variación, y ahí la razón por la cual se han enfocado en Madrid y no en otras ciudades. “Hemos visto que este tipo de inmuebles que ayudamos a comprar son muy resistentes cuando vienen épocas bajas como lo fue con el tema de la pandemia del Covid-19”.

El negocio principal de Ibvest es ayudar a mexicanos a adquirir unidades en Madrid con el financiamiento más atractivo en el mercado.



¿Qué sigue para Ibvest?

En los últimos 18 meses, Ibvest cuenta con más de 34 operaciones en su esquema unidad por unidad de más de 45 millones de euros; actualmente los fundadores se encuentran trabajando en expandir su base de clientes para venderles departamentos en España, con un *Pipeline* de más de 25 millones para el primer semestre del año, principalmente para aquellos acostumbrados a comprar varias unidades en pre-venta en México, y que ahora tengan otra oportunidad en Madrid. Una caída en el precio de algunos activos muy específicos en las zonas *prime* de Madrid por la actual pandemia, podría elevar los retornos a los inversionistas por encima de 10% para departamentos en rentabilidad tradicional.

En los últimos 18 meses, Ibvest cuenta con más operaciones por más de 45 millones de euros en su esquema retail de unidad por unidad.

TRACK RECORD

Ibvest ha invertido y/o estructurado en 34 operaciones inmobiliarias en Madrid por un monto de **+ de €64 M.**

	Conde de Aranda	Núñez de Balboa	Departamentos en Madrid	Carrefour, Salamanca	Villalar Salamanca
Rol	Inversionistas	Inversionistas	Estructuración	Estructuración e Inversionista	Estructuración e Inversionista
Año	2016	2017	2019-2021	2020	2021
Tipo de Activo	Multi Family	Multi Family	30 departamentos	Retail	Departamentos
Descripción	Adquisición y reforma de un edificio de viviendas (1.400m ²) en el barrio de Salamanca	Adquisición y renovación de un edificio de viviendas (7 unidades, 2053 m ²) en el barrio de Salamanca	Adquisición y financiación y gestión de viviendas en los barrios más importantes de Madrid	Adquisición y financiación y gestión de un supermercado en el barrio de Salamanca	Adquisición y financiación, subdivisión, reforma, renta y venta en el barrio de Salamanca
Inversión	€5 M	€8.5 M	€45 M	€2.3 M	€3.2 M
Apalancamiento	56%	55%	55%	50%	60%
Tasa	2.5%	2.25%	1.8%	2.0%	1.65%
Periodo de retención	< 3 años	< 2 años	< 10 años	5 años	18 meses
TIR¹	30%	10%	10%	14%	15%
Múltiplo de capital¹	1.55x	1.41x	2.5x	1.9x	1.25x

¹ Observados en los casos de Conde de Aranda, Núñez de Balboa y Villalar. Estimados para el resto

España es una economía sólida a pesar de la crisis del Covid-19, "presenta una oportunidad para invertir con importantes descuentos; habrá una oferta de crecimiento de recuperación. Adicional, vemos bajo riesgo y una perspectiva positiva donde a partir del 2022, habrá un rendimiento fuerte en las rentas en turismo y demás; los costos de las viviendas en las zonas más Prime de Madrid estarán 30 y 40% por debajo de ciudades como Miami, Nueva York, París, Londres o San Francisco", comenta Carlos Márquez.

En términos generales de operación del modelo de retail, Ibvest están cerca de los 50 millones de dólares con un 100% de operaciones con financiamiento, las cuales han sido exitosas de principio a fin, y tienen una ocupación al 100% en alquiler a pesar de la situación que se vive por el cierre de fronteras, que incluso hay en el interior de Europa y España.

Finalmente, "Estamos dando un paso a volvernos más institucionales con la creación de un fondo dirigido a *friends and family*, estamos buscando levantar 60 millones de euros para adquirir propiedades, por lo que además del negocio unidad por unidad, vamos a construir un portafolio concentrado en residencial y retail, pero alcanzando una mayor escala", concluye Homero Garza. [•]



Carlos Márquez, Homero Garza y Francisco Zozaya.

Para obtener más información:
contacto@ibvest.com.mx
carlos@ibvest.com.mx

REB+

SUMMIT

PROPTTECH

2021

Aceleración y adaptación digital
ante una nueva normalidad

Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com



Gran parte del 2020 mostró un escenario poco alentador para la economía mundial, la cual se vio seriamente afectada como resultado de los diversos confinamientos y paros en las actividades comerciales. Sin embargo, ciertas actividades y sectores económicos registraron crecimientos exponenciales, mismos que no se tenían contemplados hasta para dentro de algunos años.



Tal es el caso del e-commerce, el cual de la mano de la tecnología, avanzó años en su adaptación y utilización. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), el comercio electrónico en México registró un aumento del 81% en comparación con el 2019.

Las restricciones para salir de casa y demás medidas sanitarias, consecuencia de la pandemia por Covid-19, dieron paso a una aceleración digital, misma que abrió las puertas para la innovación de procesos y adaptación de nuevos modelos de negocio.

Ejemplo de ello es el mercado inmobiliario, el cual aceleró el uso de tecnologías para su desarrollo en ámbitos comerciales y de construcción, principalmente. Situación que llevó, durante el año pasado, a la consolidación y crecimiento de la industria Proptech y Fintech.

Industrias que hacen uso de la tecnología para mejorar, transformar y ofrecer nuevos productos y servicios a las personas, quienes a través de aplicaciones o plataformas web pueden realizar procesos de compra, venta o renta de una propiedad.

Tomando en cuenta este escenario, B2B Media e Immobiliare Magazine en compañía de USMX Chamber of Commerce California Regional Chapter, llevaron a cabo por cuarto año consecutivo el REBS Summit Proptech Demo Day, ahora en un formato 100% digital.

Durante poco más de tres horas, expertos destacaron la importancia, crecimiento, perspectivas y soluciones que esta industria brinda al mercado.

Además, diversas startups de Proptech & Fintech presentaron, durante 10 minutos, su modelo de negocio, en el que explicaron las ventajas y beneficios que obtienen tanto clientes como empresas al hacer uso de estas aplicaciones.

Desarrollo e Innovación Tecnología en California

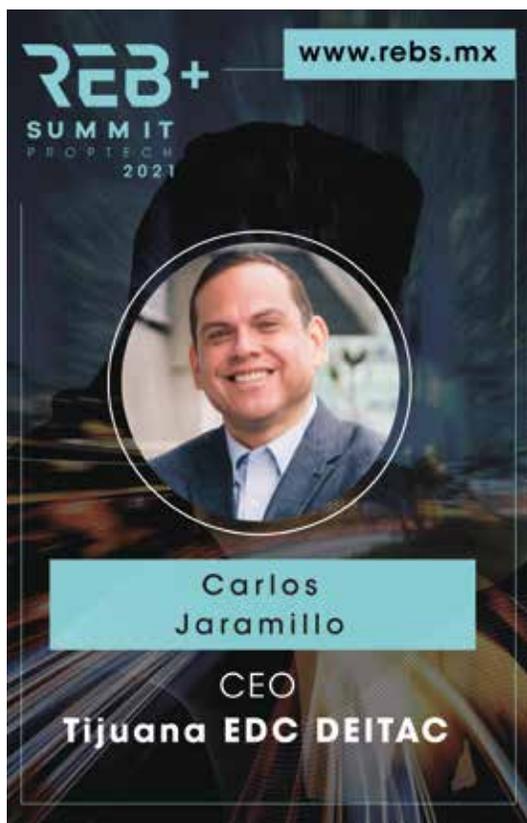


El evento dio inicio con la presentación de Carlos Jaramillo Silva, presidente de Desarrollo Económico e Industrial de Tijuana, AC (Deitac) y CEO Tijuana EDC, quien señaló que la región de CALI-BAJA (Baja California en México y California en Estados Unidos), es un punto clave para la economía de ambos países y para el desarrollo de la innovación.

Ya que a pesar de ser mayormente conocido por su mercado manufacturero, la región ha dado un giro hacia la industria tecnológica con IT (Information Technology), biotecnología y otros sectores que están siendo acelerados, debido a la pandemia por Covid-19.

“En la región compartimos más de 90 universidades, tenemos más de 80 centros de investigación, más de 35 fondos de inversión y más de 630 *contract manufacturers* en esta zona. De ahí que tengamos más de 76 millones invertidos en diseño en sistemas de tecnología y servicios relacionados; 3.5 millones de servicios de investigación científica y desarrollo; 3.1 millones en otros servicios profesionales científicos y técnicos; dos millones en editores de software; y dos millones en procesamiento de datos, hosting y servicios relacionados”, detalló.

Asimismo, apuntó que 50% del comercio total de la zona se ubica en las áreas de biotecnología y ciencias de la salud, por lo que, desde hace algunos años, se ha observado una tendencia hacia un mayor desarrollo de tecnología.



Situación que ha llevado a las universidades a crear diversos programas educativos y de intercambio con el país vecino del norte, “también el talento se está construyendo en la zona”.

“Nuestra fortaleza tiene que ver con esta región binacional, de intercambio bicultural y de cómo hoy se están vinculando tanto las universidades en Estados Unidos, en el área de San Diego y el Valle Imperial con las universidades de Baja California. Este vínculo de transmisión de información y cooperación entre instituciones está creando un ecosistema de innovación”.

De igual forma, comentó que Bio-Tech, al ser el cluster número uno en California, Estados Unidos, cuenta con más de tres mil empresas, de las cuales 700 están ubicadas en San Diego, con un valor de 160 billones de dólares y una generación de 668 mil empleos. Situación que presenta una gran área de oportunidad para México, ya que hay más de 100,000 puestos de ingenieros abiertos.

La concentración industrial en Tijuana se basa, principalmente en cuatro sectores, de acuerdo con Carlos Jaramillo, en el de la electrónica hay 150 empresas participando, las cuales generan 65,000 empleados; el área de dispositivos médicos son 50 empresas y 50,000 empleos. Mientras que el sector automotriz, registra 55 compañías, con 15,000 empleos; y el aeroespacial, donde existen 45 empresas, con 13,000 puestos de trabajo registrados.

“Relacionado a IT tenemos 22 clusters en tres estados, 30 centros de tecnología especializados en IT y en BPO. Según la Secretaría de Economía se han registrado 781 centros de desarrollo certificados y el valor de IT en México es de 11.3 mil millones de dólares”.

Por otro lado, mencionó que 43% de la demanda de espacios comerciales han sido absorbidos por los sectores de tecnología y ciencias de la salud, lo que significa una importante participación de compañías dentro de la región.

“En San Diego hay una transformación impresionante, lo que antes conocíamos como Horton Plaza, hoy se está reconvirtiendo en un *hub* de tecnología. Estamos viendo esta reconversión de espacios comerciales para atender a este tipo de industria”.

Por lo que destacó que en la ciudad de Tijuana, se contabilizan 38 proyectos comerciales activos con dos millones 130 mil pies cuadrados de oficinas de tipo AA y AAA; alrededor de cinco proyectos en construcción (370 mil pies cuadrados) y dos que están en planificación (161 mil pies cuadrados).

“Durante los siguientes años nuestro estado seguirá haciendo este proceso de reconversión y creando una estructura de innovación, sobre todo en IT, ahora que todo es digital [...] Las herramientas digitales han tomado un lugar muy importante en el tema de Real Estate, sobre cómo las empresas optimizan los recursos para poder llegar a nuestros públicos, son herramientas que están aquí para quedarse”, concluyó Carlos Jaramillo.

50% del comercio total de la zona se ubica en las áreas de biotecnología y ciencias de la salud, por lo que, desde hace algunos años, se ha observado una tendencia hacia un mayor desarrollo de tecnología.

Mercado Industrial en California

Por su parte, Harold Hoekstra, CEO de NAI Mexico, confirmó durante su participación, lo señalado por Jaramillo, sobre el impacto y permanencia de la tecnología en la industria, así como la relación comercial con Estados Unidos y su impacto en la economía nacional.

“Como Carlos Jaramillo aclaró muy bien, somos una región binacional, con tratados comerciales con diversos países, lo que ha hecho que prácticamente todas las partes de México forman parte importante de la economía mundial”.

También destacó la cooperación empresarial e industrial entre México y Estados Unidos, en la cual se observó un crecimiento en las inversiones para tecnología que mejoran la comunicación entre ambos países.

“Contamos con más de 800 pies cuadrados en temas industriales distribuidos en la zona fronteriza de México. Hoy en día con la situación del Covid-19, la tecnología que utilizamos para dar seguimiento al cliente y a nuestro trabajo interno tuvo que ser acelerada”.

El CEO señaló que la compañía había tomado la decisión de optar por una mayor inversión en tecnología desde hace cinco años, con el objetivo de mejorar el manejo de información de todas y cada una de sus sedes, ubicados en varias partes del mundo.

En cuanto al futuro de la tecnología, indicó que los recorridos virtuales y hacer los procesos más automatizados tendrán un rol importante.



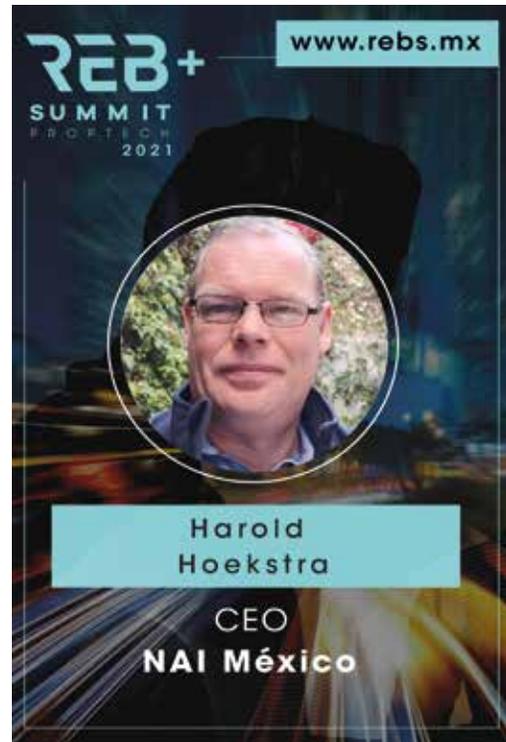
Sin embargo, con la situación vivida en 2020, se vieron forzados a acelerar dichos planes, “teníamos planes para los próximos años, la tecnología tiene que avanzar con nosotros y nosotros con la tecnología. Hemos implementado una variedad de estrategias para avanzar con nuestros objetivos como firma de brokeraje”.

Por lo que implementaron diversos sistemas internos para proporcionar mayor y mejor información a los clientes, así como para trabajar de manera más rápida y eficiente.

“La adaptación de nuestros equipos ha sido bastante positiva. Nuestro mayor reto ha sido la elección de software o tipo de tecnología a utilizar, hemos pasado, probablemente, por cuatro o cinco versiones de cada tipo de software, para llegar a una elección correcta”.

Frente a esta situación, Harold Hoekstra, detalló que decidieron generar su propio software, el cual permitiría tener los datos del lugar, zona o propiedad y aplicarlo para la toma de decisiones de los clientes.

En cuanto al futuro de la tecnología, indicó que los recorridos virtuales y hacer los procesos más automatizados tendrán un rol importante.



Tecnología y Tendencias en el Mercado Inmobiliario

Continuando en la misma línea, Pedro Azcué, CEO de JLL México, apuntó que para seguir operando en tiempos de pandemia, la evolución y desarrollo de nuevas herramientas son la respuesta para tener éxito.

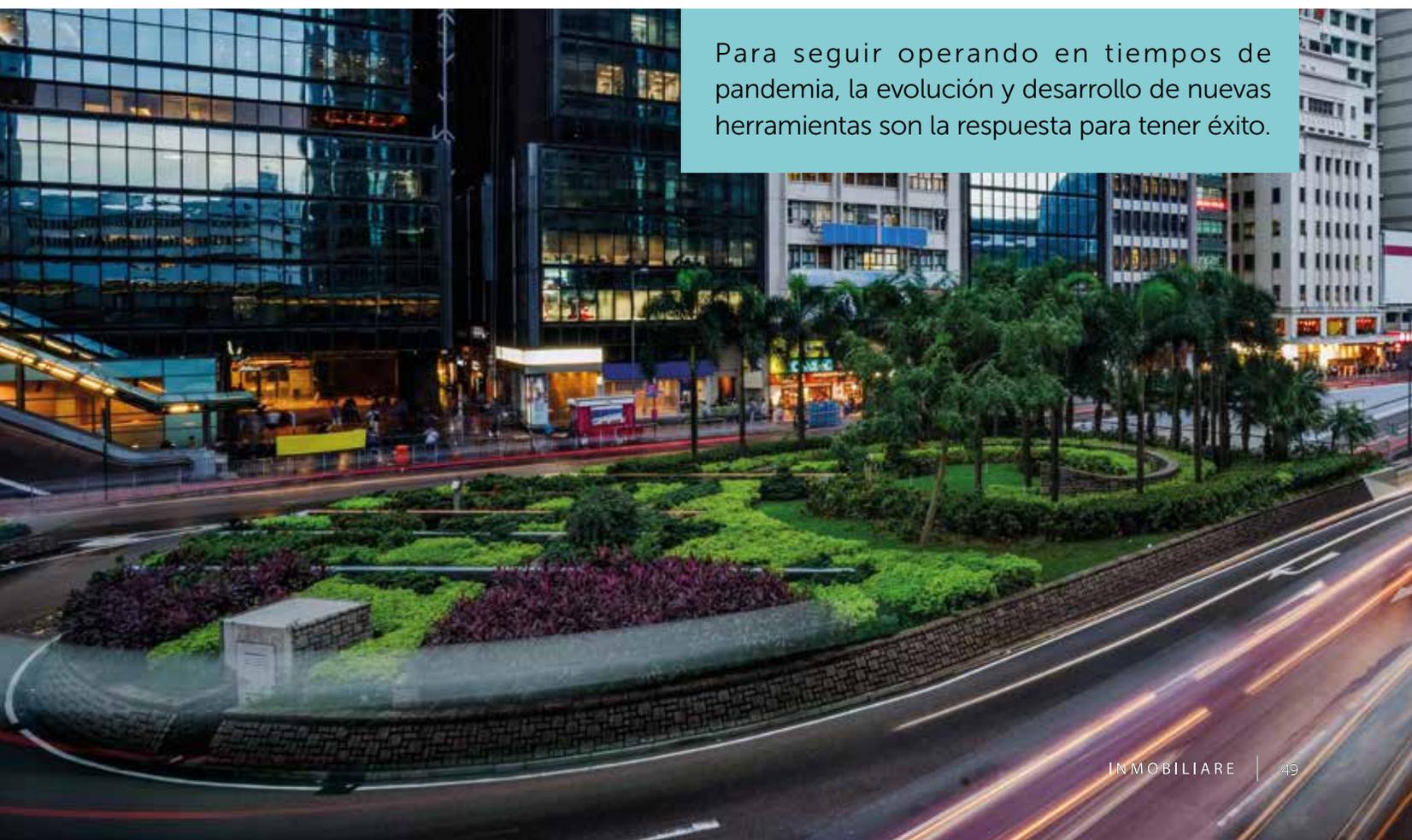
Ya que al tratarse de una compañía con presencia mundial, parte de la estrategia que utiliza para continuar ofreciendo un servicio de primera calidad es invertir fuertemente en tecnologías e innovación.

“Tenemos ventas de más de ocho mil millones de dólares al año y una base muy grande de personas que están actuando todos los días en diferentes proyectos; parte de nuestra estrategia es cómo hacer para llevar tecnología a la gente y ofrecer cosas que sean sumamente competitivas, ingeniosas y de vanguardia para continuar otorgando servicios de primera a nuestros clientes”.

Es justamente, esta premisa, lo que ha hecho que JLL designe una inversión aproximada de más de 100 millones de dólares para nuevas tecnologías con y para socios, así como para uso exclusivo de la compañía.

“La cantidad de aplicaciones que usamos a través de todas nuestras líneas de negocios es enorme, tenemos diferentes herramientas que usamos en servicios de administración, evaluaciones, etc., es un mundo muy grande y muy diversificado. Por ejemplo, en México tenemos una área donde comercializamos propiedades residenciales y nos apalancamos con las siete u ocho buscadores que existen en el mercado. Nosotros no pretendemos nuestro propio buscador, ha habido otras prioridades en tiempo y dinero”.

De acuerdo con el CEO, de esta manera logran trabajar en conjunto con otras compañías que pueden brindarles ciertos servicios sin la necesidad de que JLL los desarrolle, teniendo un mayor monto de inversión para otras divisiones de negocio.



Para seguir operando en tiempos de pandemia, la evolución y desarrollo de nuevas herramientas son la respuesta para tener éxito.

En cuanto a las proyecciones para el sector inmobiliario en el futuro, Azcué detalló que cada una de las entidades del país viven una situación diferente, “no hay manera de generalizar nada, es muy particular lo que sucede en diferentes geografías y con diferentes productos inmobiliarios”.

Sin embargo, algunos sectores como el industrial se han mostrado dinámicos, aunque no en todas las regiones. El Bajío, por ejemplo, registró muy poca absorción de espacios durante el 2020; mientras que lugares como Tijuana tienen una tasa de desocupación baja.

“En Estados Unidos nuestros ingresos de corretaje y en la parte industrial con las Américas subieron más del 40% el año pasado, a pesar de todo lo que pasó con la pandemia; pero en otro tipo de sectores como el de oficinas, es mucho más complicado, para efectos prácticos no han abierto. Entonces hay pocas empresas con apetito de rentar oficinas cuando ni siquiera las pueden usar”.

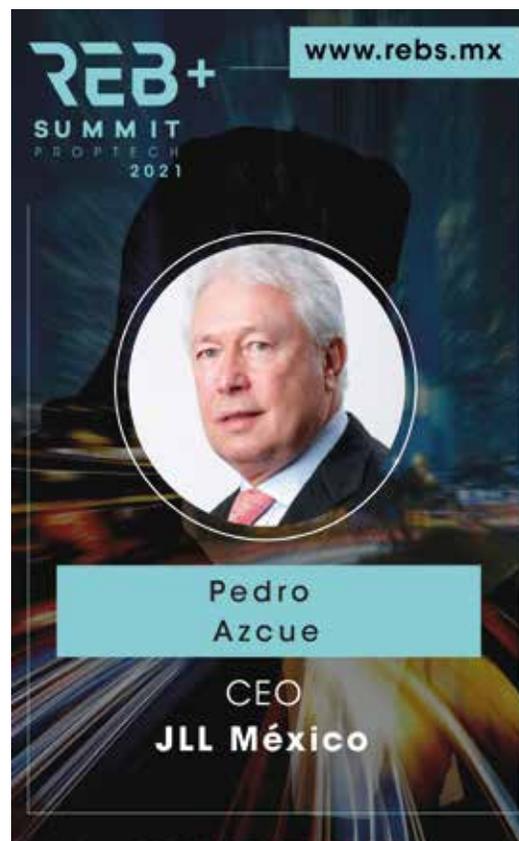
No obstante, en JLL no descartan la idea de regresar pero con cambios en la dinámica, ya sea utilizando espacios de oficina cada ciertos días o estableciendo las áreas o departamentos que por sus tareas requieren un espacio corporativo.

Situación que se repite con los centros comerciales, ya que con el aumento de las ventas en línea, la caída de la economía y la incertidumbre, el CEO apuntó que la recuperación de este sector no llegará a los niveles acostumbrados, hasta probablemente, fin de sexenio de la actual administración.

Sin embargo, el interés en propiedades turísticas registró un aumento por parte de extranjeros, quienes han llegado al país con la intención de comprar un inmueble ubicado en destinos de playa.

Derivado de la facilidad que ha otorgado el esquema de *home office* para trabajar desde cualquier parte del mundo; ya que aprovechando el clima, la cercanía y los precios que son mucho más bajos que en Estados Unidos, las personas han mostrado un fuerte interés por propiedades para *second home* y en algunos casos para cambiar de manera permanente su residencia a México.

El interés en propiedades turísticas registró un aumento por parte de extranjeros, quienes han llegado a parís con la intención de comprar un inmueble ubicado en destinos de playa.



“Hemos visto un aumento en la demanda de extranjeros por propiedades en destinos turísticos mexicanos. Los últimos dos meses, hemos vendido inmuebles que pensábamos vender en 2021, 2022 y hasta el 2023, pues aprovechan los precios bajos en comparación con Estados Unidos”.

Respecto a los hoteles, comentó que es un sector que se encuentra polarizado, ya que por un lado se encuentran los hoteles de ciudad, mismo que probablemente no regresen a los niveles que tenían antes de la pandemia, al menos no en el corto plazo. Por otro lado están los resort que pre-pandemia se consideraban como inversiones más riesgosas, pero ahora los americanos están mostrando un alto interés en ellos.

“Además los vuelos están abiertos y hasta el momento no tienes que hacer cuarentenas, entonces la parte de los resorts en México creo que va a regresar con mucha fuerza una vez que la pandemia pase, y en Estados Unidos será relativamente pronto porque hay muchísima gente vacunada”.

A manera de conclusiones, Pedro Azcué finalizó su participación explicando cómo y cuánto podría tardar la recuperación de cada uno de los sectores.

“La parte industrial va a continuar, todo el tema del e-commerce seguirá incrementándose. En el tema de los resorts, les va a ir mucho mejor; mientras que a las oficinas y centros comerciales van a tardar mucho más tiempo pero esto depende de que tanto tarde en terminar la pandemia”.

Presentación PropTech Demo Day Startups

Alibre

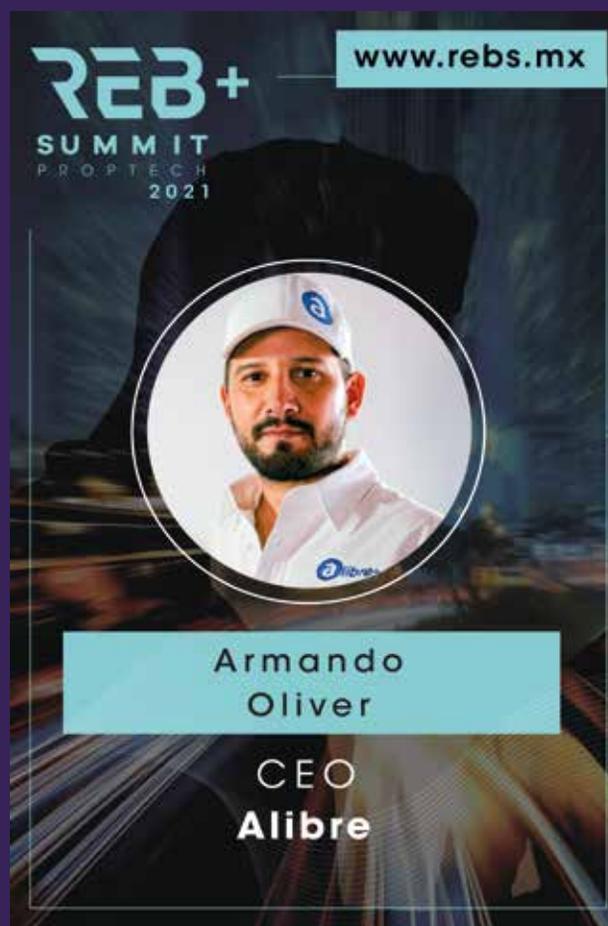
Presentada por Armando Oliver, CEO de la compañía mexicana fundada en 2013. Su objetivo es promover la inclusión financiera en el país, facilitando los métodos de pago y cargos recurrentes.

De acuerdo con él, en 2014 en Silicon Valley les otorgaron el premio Plug & Play, así como 25 mil dólares, monto que utilizaron como incentivo para continuar con el desarrollo de la empresa.

"Posteriormente en 2015 y 2018 recibimos una inversión semilla de 2.5 millones de dólares, la cual nos permitió desarrollar más a profundidad la plataforma con la que contamos hoy en día; y básicamente en 2019 inauguramos lo que son nuestras instalaciones aquí en Tijuana".

Una vez instalados y con la inversión semilla, el equipo de Alibre desarrolló tres aplicaciones: tanda, coperacha y alcancía. Todas relacionadas a la facilitación de pagos recurrentes.

Asimismo durante su participación, Armando Oliver realizó la presentación de una nueva aplicación, denominado "Kuota", una aplicación que optimiza el tiempo tanto del usuario final como del negocio que decide implementarla como el único sistema para gestionar los cobros automatizados.



"Nos encontramos enfocados en varios nichos que tienen esa característica del cobro recurrente mensual, entre ellos están los mantenimientos para residenciales, colegiaturas, pago de membresías para clubes y donaciones para fundaciones, también son servicios de los cuales nos están buscando a nivel nacional desde el centro del país y otras partes como Monterrey".

Entre sus clientes se encuentran proyectos como New City Plaza de grupo Aval, la Fundación Pasitos, Grupo Atisa, entre otros; con este último, participa en residenciales de alta gama.

"La aplicación móvil es de clase mundial, cumple con todos los requisitos de seguridad para descargarla en iOS y Android. Los beneficios que ofrece la aplicación son variados, pero el principal es otorgar esta facilidad 24/7 para hacer sus pagos, por si quieren domiciliar su cuenta bancaria o simplemente quieren enviar un SPEI".

Homie

Conectar propietarios e inquilinos mediante un servicio que cambia la experiencia entre ambas personas, es la principal función de Homie.

De acuerdo con el CEO, Francisco Andragne, tradicionalmente un propietario que quiere rentar un inmueble tiene que pasar por un proceso complicado, engorroso y poco seguro, ya que debe listar la vivienda, investigar planes en buscadores, para después realizar la debida investigación del posible inquilino, por lo que la propiedad se tarda aproximadamente dos meses en ponerla en renta.

Para después, tener que pasar por los atrasos y complicaciones en los pagos y/o en ocasiones, el desalojo del inquilino, lo que puede tardar hasta seis meses. El objetivo de Homie es simplificar la vida del propietario y la del inquilino para evitar situaciones problemáticas entre ambos, lo que convierte al proceso en uno bastante complejo para las partes.

“Tenemos una herramienta que le sirve al propietario para saber a qué precio va a rentar su departamento, lo llamamos la calculadora Homie, es un algoritmo de inteligencia artificial que está todos los días actualizándose con la información del día anterior, para saber exactamente a qué precio se va a rentar y te damos una opción que creemos es el precio inicial. Tenemos un sistema que a medida que va pasando el tiempo si tu departamento no se arrienda se van actualizando los precios en los mercados para llegar al precio que se va a colocar el departamento”.

Otro de los beneficios de Homie es que de forma automática carga los inmuebles a los diferentes buscadores de propiedades presentes en México, además de su portal web. Lo que sumado a otras herramientas, simplifican, automatizan y eficientizan la experiencia del propietario e inquilino.



“Por ejemplo, si a la gente le gusta una propiedad, automáticamente, en el mismo sitio puede registrar y agendar una cita para visitar el inmueble; y si le gusta, en ese momento puede desde su celular rentar el departamento, es toda una experiencia digital”.

Experiencia que también engloba al contrato, el cual es de manera virtual y lo puede consultar desde el portal, en cualquier momento. En lo que respecta a la evaluación del inquilino, se realiza una investigación a profundidad sobre él para evitar impagos, sin embargo, en caso de suceder, Homie otorga una garantía, la cual cubre hasta por cinco meses el pago de la renta al propietario.

“La realidad es que tenemos muchos propietarios que repiten con nosotros, porque se dan cuenta de la tranquilidad que les otorga Homie y sobre todo que pueden cobrar sus renta de forma ininterrumpida”.

Smart Lending

Solicitar un crédito hipotecario siempre ha sido un proceso largo y complicado, por lo que, con el objetivo de cambiar esta situación, Bernardo Silva lanzó Smart Lending, una Fintech regulada por la Condusef y por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

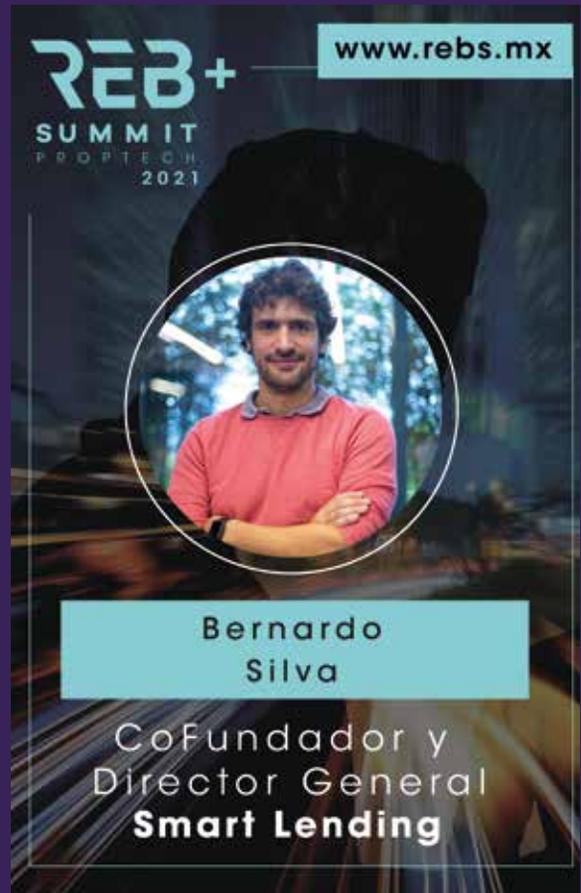
El proceso para solicitar un crédito hipotecario tarda entre 8 y 16 semanas, mientras que con Smart Lending se hace entre 3 y 4 semanas.

“La experiencia es muy manual, todos los documentos los tienes que llevar al banco. Honestamente es bastante burocrático y nosotros somos mucho más que flexibles, obviamente nos acercamos al Buró de Crédito, al círculo de crédito y a muchísimas cosas más que nos ayudan para tener toda la información de los clientes. Aquí lo que queremos resaltar son las dimensiones en las que somos infinitamente mejor”.

“El que seamos flexibles no quiere decir que le prestemos a cualquier persona o que nos vayamos por un mercado más subprime, no, ese no es el mensaje; pero sí somos mucho más flexibles tanto en la comprobación ingresos, como los criterios de buró de crédito y ya veces, también en la situación legal del inmueble”.

La solicitud es totalmente en línea, ya que la plataforma consulta el historial de crédito del solicitante y permite, de forma remota cargar los documentos necesarios.

Asimismo, sus tiempos de respuesta son más rápidos comparados con las instituciones bancarias, ya que “se trata de una plataforma bastante automatizada con muchísima tecnología que nos permite tomar decisiones más rápidas, son muchas decisiones chiquitas todas parametrizadas pero eso nos permite que seamos más rápidos”.



Silva destacó que a casi tres años de salir al mercado, se han originado cerca de 900 millones de pesos y han pre-aprobado créditos a más de 26 mil personas. En términos de cartera vencida, ésta se encuentra en un nivel de 1.2%; mientras que cuentan con un aproximado de 165 millones de dólares en líneas de financiamiento para créditos.

“La pandemia nos trajo varias cosas buenas, el primer tema es la baja en las tasas de interés, por lo que es un muy buen momento para contratar un crédito. Y la segunda, es que la gente se esforzó por investigar las opciones en línea que existen y se animaron a contratar créditos”, finalizó Bernardo Silva.

Vreal

Yued El Jeitani E. CEO and Cofounder de Vreal, empresa enfocada en la generación de prospectos de ventas, inició su participación recordando el nacimiento de la compañía, la cual se creó tras regresar de un viaje a Estados Unidos, momento en el que observó que parte de los procesos de los desarrolladores mexicanos aún no estaban ni cerca de la digitalización.

“Nacimos en 2016, viví cinco años en Estados Unidos y me dediqué a la construcción de vivienda, cuando regresé a México igual toqué puertas, me dejaron ver cómo eran sus procesos y cómo manejaban su data, ahí me di cuenta que estaban en pañales, todos lo seguían manejando gran parte en excel”.

Por lo que después de una prueba piloto y diversas ventas en tan sólo tres meses, en 2017 se constituyeron formalmente como empresa, creando lo que es hoy en día Vreal, con 400 desarrollos y 95 millones de anuncios publicados a la fecha.

Durante la Fase 1 se capacita a los clientes en mejores prácticas de atención a prospectos digitales, una vez que la base es sólida, se generan prospectos de calidad con segmentación.

“Después implementamos a nuestro bot que se llama ROI como *return on investment* que se encarga de contestar en tiempo real vía whatsapp y otras plataformas de mensajería, mientras el equipo de ventas del desarrollador lleva todo el proceso pero con la ayuda de ROI, que también genera un *score*, comunica el horario y medios de contacto preferidos y proporciona la ubicación aproximada de donde se generó el prospecto”.

La Fase 2, comentó, es lo mismo que la anterior pero poniendo al servicio de los clientes a un equipo especializado en convertir prospectos a visitas. En cuanto a la Fase 3, otorgan apoyo a los clientes con sus necesidades comerciales 360º, desde la generación de la estrategia y generación de prospectos hasta el cierre y escrituración de la propiedad.



“Tenemos presencia a nivel nacional, hemos tenido desarrollos y hemos hecho algunos esfuerzos para generar ventas en Estados Unidos y España, esto realmente lo podemos crecer a nivel América Latina sin ningún problema. Tenemos alianzas con brokers que tienen licencias en múltiples estados en Estados Unidos para también empezar a ofrecer nuestros servicios allá”.

Bauns

Encabezado por Luis Fernando Gómez de la Maza, CEO de Bauns, proyecto con año y medio en el mercado, que responde a la ineficiencia alrededor de la infraestructura para el trabajo remoto, esto después del aumento en el esquema home office.

De acuerdo con el también cofundador, la tendencia hacia el trabajo remoto se ha visto potencializada en los últimos años y aún más durante el 2020. Sin embargo, no todas las personas cuentan con los espacios idóneos para trabajar, por lo que ha comenzado a surgir un concepto híbrido de oficinas, donde deja de ser importante el lugar y lo que toma relevancia es que el trabajo se haga y se haga bien.

"Bauns es una solución digital a este problema de infraestructura alrededor del trabajo remoto. Es un problema que se divide en dos conceptos: uno tiene que ver con el espacio y otro es el trabajo; al final del día ya no importa el lugar en donde estás, si no que estás haciendo algo".

Razón por la que Gómez de la Maza desde Bauns, busca conformar un ecosistema profesional para el trabajo del futuro, vinculando a usuarios con espacios de trabajo flexibles en cualquier parte del mundo, ya sea que requieran de una oficina, sala de juntas o espacios en restaurantes o cafeterías.

"A su vez, ofrecemos un software de gestión espacial para los inmuebles, el cual abre la puerta a un nuevo mercado interesante, a un espacio no es tradicional que puede convertirse en un espacio de trabajo. Nuestra solución está más enfocada a pequeñas y medianas empresas, no obstante, también tenemos planes para grandes corporativos".

El CEO, destacó que buscan atraer firmas de coworkings con edificios de oficinas versátiles y dinámicas, que también puedan ser espacios tradicionales. De igual forma, Bauns cuenta con una red de varios hoteles y espacios alternativos "con un poco más de alma" que tienen como objetivo, atraer a un público más joven interesado en trabajar desde diferentes lugares.

"Tenemos varios productos que hablan de este ecosistema digital y todos funcionan en conjunto. Contamos con una aplicación híbrida para IOS y Android para que las personas puedan reservar rápidamente e invitar a personas, agregar créditos a sus planes y llevar el control de su actividad en Bauns. También tenemos Bauns



Web que es el cúmulo de la experiencia para el usuario final, aquí el usuario puede empezar proyectos de trabajo, reservar espacios, darle mantenimiento a sus planes, chatear con otros usuarios o bien, acceder a eventos digitales o presenciales que están publicados en nuestra cartelera de eventos para la comunidad".

Asimismo, indicó que cuentan con una aplicación de acceso, la cual reconoce al usuario en cualquier parte del mundo y es recibido con su fotografía en todos y cada uno de los espacios de la red de la compañía. "También tenemos una app para las salas de juntas y demás espacios compartidos, donde puedes saber cuál es el calendario, quién lo está ocupando, quién viene después, etc."

Fernando Gómez, también enfatizó que en México existen cerca de 14 millones de trabajadores independientes profesionales, mercado que demuestra el potencial del negocio.

Algunas de las marcas con las que colaboran son: PÚBLICO, Marriott, IOS Offices, Hyatt, Grupo Posadas, Hilton, entre otras.

Perfilan

Es una plataforma de *marketing automation* que ayuda a desarrolladores y agentes inmobiliarios a acelerar sus ventas, entregándoles los prospectos más perfilados que pueden comprar en su desarrollo.

A la fecha han trabajado con más de 500 desarrollos en seis diferentes países de Latinoamérica, como México, Perú, Colombia, Ecuador, Guatemala y Panamá que totalizan ventas de más de 4,000 inmuebles e ingresos de más de 550 millones de dólares.

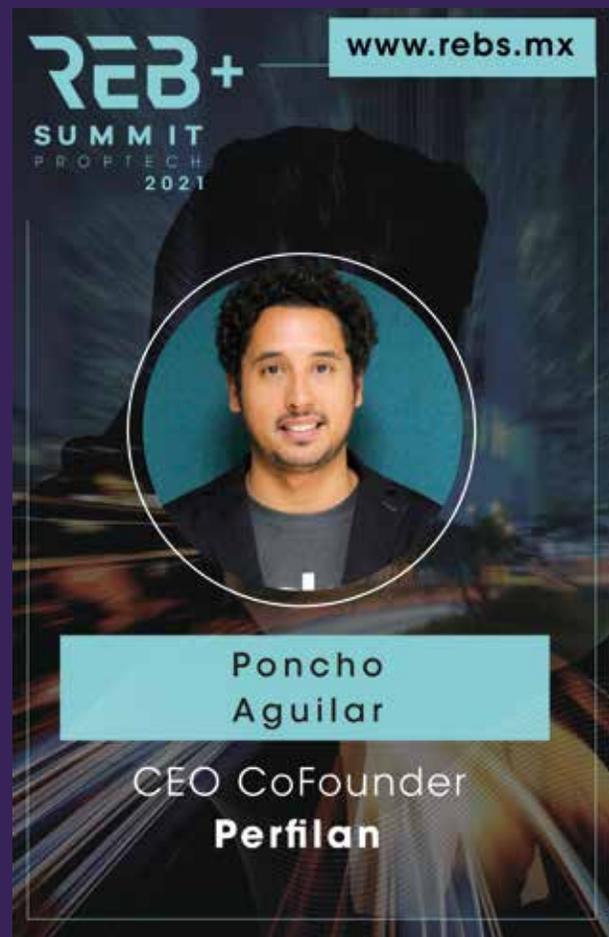
De acuerdo con Alfonso Aguilar, CEO CoFounder de Perfilan, comentó que a finales de 2019, la compañía fue elegida como una de los 10 Startups Tecnológicas más importantes del país.

“Perfilan nació después de observar una problemática: no todos los equipos de venta perfilaban a los prospectos; muchas de esas personas no tenían los ingresos o el presupuesto necesarios, sólo estaban buscando información y realmente eran personas que no iban a comprar. Por lo que nos dimos a la tarea de desarrollar una tecnología que permite identificar quiénes son los prospectos más calificados, lo que le permite a nuestros clientes tener hasta 300% de efectividad de las ventas en el corto plazo”.

La compra de una propiedad no es una decisión que se tome a la ligera o de un día para otro, por lo que una vez que se está seguro, es cuando se pide el apoyo de un asesor, y este es uno de los puntos más importantes del proceso.

Entre el 1-2% de los prospectos comprarán, el reto, según detalló el CEO, es que los equipos de ventas identifiquen quiénes son esas personas que sí van a terminar el proceso de compra.

“Al automatizar el marketing necesitas un proceso de perfilación. Nosotros hacemos este proceso de manera automática que permite tener una calificación para cada uno de los prospectos y de esta manera identificar quiénes son los mejores. Es importante aclarar que para lograr esto, necesitamos analizar el comportamiento que tienen los prospectos, el cual está relacionado con el contenido que se le da y este contenido tiene que ser valioso”.



Aptoclick

Plataforma que permite a las personas comprar poco a poco una vivienda ahorrando hasta 20% de intereses con respecto a la hipoteca tradicional. De esta forma fue como Goffredo Rossi, fundador de la empresa, dio inicio a su presentación.

Según explicó, al estudiar al mercado inmobiliario mexicano, se percataron de que la población con el poder adquisitivo necesario para comprar una vivienda era muy reducida. La Sociedad Hipotecaria Federal, indicó que en 2019, el precio de los inmuebles aumentó 9%, lo que causó una baja en la demanda de vivienda de hasta 14 por ciento.

“Frente a esto, me pregunté, ¿realmente vamos a quedarnos sin hogar? ¿Vamos a tener que rentar por el resto de nuestra vida? por eso cree esta plataforma que se llama Aptoclick. Nosotros nos enfocamos en las viviendas adjudicadas, inmuebles que ya pasaron por un proceso jurídico, dejaron de ser derechos litigiosos y se convirtieron en viviendas que el deudor no puede recuperar y simplemente están pendientes de escriturar y de tomar posesión”.

El equipo de Aptoclick, vio una oportunidad tanto en el área de trabajadores informales que no pueden acceder a créditos hipotecarios, como en la comprar viviendas adjudicadas, las cuales están 25 o 30%, lo que también permite un ahorro de entre un 15 o 20% en intereses pasivos bancarios con respecto a una hipoteca tradicional.

“Nosotros nos estamos enfocando a las personas con ingresos de entre cuatro y cinco mil pesos mensuales, profesionales que van desde 30 hasta 55 años, personas que pertenecen a la economía formal e informal, así como a familias que buscan su primera casa. Actualmente contamos con un portafolio de más de 700 viviendas que van desde los 200 mil pesos hasta los dos millones de pesos. Con un promedio de precio entre 400 mil 600 mil pesos”.

La plataforma permite realizar comparaciones de precio y ubicación, además una vez elegido un inmueble, este se puede reservar con el 5 o 10% del costo total de la vivienda, firmando un contrato de promesa de compraventa, en ese momento Aptoclick inicia el proceso de regularización.



Tiempo durante el cual el cliente puede acceder a un programa para pagar poco a poco la vivienda, tras finalizar un periodo de 18 meses, se hace entrega de la casa rehabilitada, regularizada y escriturada.

A la fecha Aptoclick tiene presencia en 12 estados del país, con una red de más de 370 asesores externos que operan en 10 entidades de la República; superando los 500 mil dólares de inmuebles vendidos, principalmente en las ciudades de Reynosa, Tamaulipas; Tijuana, Baja California; Estado de México; Veracruz; Quintana Roo y Jalisco sobre todo en Zapopan, Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga.

El evento contó con la participación de Bauns, JLL, Kuota app, Vreal y Perfilan como patrocinadores. Mientras que Softec, Lamudi y AMPIP fueron las alianzas. [o]

REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA

COMO ALIADO DEL REAL ESTATE

Por Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Hoy en día la Realidad Virtual está muy ligada con la parte comercial de toda la industria del entretenimiento, y podría decirse que es nueva, pero no es el caso; esta tecnología fue descubierta en 1830, y tras pasar casi 100 años en el abandono, en 1940, las personas la retoman para los videojuegos. Después de una serie de procesos los participantes y creadores la vuelven a dejar en parte, porque era muy costosa, según cuenta Jesús Vega, productor audiovisual de la Agencia Bootleg en entrevista para Inmobiliare.



“Lo que se observa en videos, fotos e imágenes se llama entorno, como productor localizamos a las personas dentro de un ecosistema y con ayuda de la Realidad Virtual pueden sentirse parte de lo que miran”.

Jesús Vega explica que a pesar de que el individuo esté consciente de que no está dentro de un lugar, por ejemplo un departamento, casa u museo, pueda apreciar lo que está en el interior de este sitio con detalles como la luz del sol o los muebles, hasta un paseo por una construcción.

Uno de los fundamentos de la RV es que tiene que ser tridimensional, por ende esta debe ser auténtica, en este punto el productor señala que lo que se observa en el cine y se presenta como una película no lo es, ya que esto más bien es una ilusión óptica, por ende no es tridimensional.



Jesús Vega

Productor audiovisual de la Agencia Bootleg.

“En 1970 la vuelven a retomar, de hecho la popularizó Viewmaster; y en los últimos años de la década del 2010, las empresas se dan cuenta de que la Realidad Virtual ofrece otro tipo de comunicación, empezaron a salir equipos que cumplieran con los requisitos fundamentales para posicionarte en ese entorno, que inclusive te confunde y no sabes si estás en el entorno virtual o en tu entorno físico”.

La característica de la Realidad Virtual (RV) es que es inmersiva; la persona que lo está consumiendo se siente parte de ese entorno, lo que mira a través de las gafas/visores es una realidad igual a la que conocen los seres humanos, solamente que está hecha mediante computadoras.

“Lo 3D es poder habitarlo en un espacio, que incluye varias magnitudes que son largo, alto y ancho; cuando utilizas unas gafas estas en una tercera dimensión porque lo estás habitando, a donde quiera que voltees te sigue esa imagen que ves; y en el cine los lentes solo te permiten tener esa ilusión de la pantalla, si volteas a tus alrededores ya no ves lo que sucede con la película”.

Los artículos que se necesitan para consumir y/o consultar la Realidad Virtual son un visor y un celular en primera instancia; adicionalmente se pueden agregar elementos como unos audífonos.

La Realidad Virtual en la construcción

La Realidad Virtual es un elemento que suma a todos los sectores y en el inmobiliario no es la excepción; por ejemplo a los arquitectos les sirve para construir planos y crear obras, inclusive les proyecta una imagen de cómo quedará un desarrollo antes de ser construido.

En el mundo de la construcción “ya no es un tema de planos sino de modelos digitales que son paramétricos, los cuales tienen la información de un proyecto, es decir, se convierte en un almacén de datos que de entrada es muy útil para cualquier etapa de la vida de un desarrollo”, comenta en entrevista para Inmobiliare, Oscar Serrano, gerente de producto para Graphisoft Latinoamérica.

Uno de los beneficios de esta tecnología en la construcción es que permite realizar una supervisión de obra, así como poner especial atención en un elemento en particular. En un tema de instalación, todo ese modelo digital se vuelve transparente y se quedan en colores aquellas piezas que sean de montaje. Por lo que rápidamente se pueden detectar las salidas de agua o los registros de las lámparas, por mencionar algunas cosas.

“Para la industria este modelo va a servir como una comparativa de alguna forma del avance real vs lo que está proyectado, y de esta forma también la información será más precisa en cuanto a las estimaciones y costos, así como una organización por lo mismo de que siempre va a estar bidireccionalmente vinculado el modelo digital con el porcentaje real de obra”.

El hecho de que esta tecnología esté presente en el desarrollo significa que de alguna manera se están reduciendo los errores que antes no se detectaban en la edificación; en la construcción ocurrían equivocaciones, por lo que encontrar un problema y cambiarlo repercute en tiempos y costos. En cambio si se realizan en modelos digitales que sean llevados a la realidad virtual “te asegura que se están anticipando los fallos y por ende que no se van a tener sobretiempos, porque vas a saber dónde está cada elemento; el proceso se vuelve más eficiente”.



Oscar Serrano

Gerente de producto
para Graphisoft Latinoamérica.

Uno de los fundamentos de la RV es que tiene que ser tridimensional, por ende esta debe ser auténtica.

La Realidad Virtual como elemento clave en los bienes raíces

Llevar a cabo un recorrido virtual por un inmueble se puede hacer con ayuda de unos lentes de realidad virtual; la persona puede caminar por el sitio o cambiar de espacio; esta interacción es muy importante porque da certidumbre al futuro comprador o inversionista.

En algunas ocasiones, “me ha tocado ver que cuando se termina un proyecto este decepciona; por ejemplo cuando vas a adquirir un departamento en preventa solo te muestran los render en 2D, una imagen de como va a quedar y se ve bonito; pero cuando se entrega, las personas se sorprenden porque no es lo que esperaban”.

De acuerdo con Oscar Serrano, lo anterior sucede por la falta y el uso de tecnología; la Realidad Virtual permite tener una precisión de dónde se ubicará cada elemento en la unidad.

En la pandemia, se volvió un elemento relevante, ya que la gente no podía salir a la calle, por ende los desarrolladores ya no podían mostrar los inmuebles. Esta tecnología permitió que aunque no se vaya al lugar se pueda hacer un recorrido desde un celular como si estuviera físicamente en él. “De alguna forma permitió tener citas con los clientes para poder seguir avanzando en las negociaciones y que no se detuviera como sucedió con otros sectores”.



Render de BIMx, Graphisoft



Imagen de BIMx, Graphisoft

Desafíos en el mundo del real estate

Anteriormente existía el mito de que el equipo para consumir la Realidad Virtual era costoso y que no todo el mundo podía tener acceso a este tipo de tecnología, pero debido a que el mercado ha evolucionado esta perspectiva ha cambiado.

Hoy en día se pueden adquirir visores por menos de 100 pesos, esto lo hace accesible para cualquier persona y empresa; "muchos de nuestros clientes desarrollaron modelos digitales, ellos mismos invierten en comprar lentes como los de Google Cardboard que son los más accesibles, entonces cuando presentan el proyecto a sus clientes les regalan este artículo el cual trae el logo de la compañía, lo que hace una experiencia más agradable".

Uno de los retos actuales tiene que ver con el miedo al cambio, en ocasiones algunos participantes no aceptan con facilidad el hecho de que una presentación con el cliente pueda ser a través de la Realidad Virtual. "Cuando se habla de un cambio puede haber cierta resistencia, pero justamente nosotros estamos ahí para ayudar a reducir esa resistencia y mostrar que es una transición de implementación tecnológica bastante fácil".

Actualmente Graphisoft, cuenta con una aplicación de Realidad Virtual, BIMx es una herramienta de navegación similar a un juego que ayuda a las personas a explorar el modelo de construcción y a comprender los resultados del proyecto.

La Realidad Virtual en la construcción permite realizar una supervisión de obra, así como poner especial atención en un elemento en particular.

"BIMx te permite tener acceso a la información de la construcción, operación y mantenimiento de activos a través de cualquier dispositivo móvil, en la aplicación se pueden realizar recorridos virtuales del desarrollo".

Foto de Graphisoft





El mercado inmobiliario y su relación con la **Realidad Aumentada**

La Realidad Aumentada (RA) es hasta cierto punto parecida a la Realidad Virtual, pero tiene sus diferencias: la primera agrega elementos que están en la mente de las personas y la segunda crea un mundo, define Jesús Vega.

“En la RA puedes agregar algo extra y no necesariamente tiene que existir, por ejemplo colocar un dinosaurio que se mueva en un estacionamiento. La Realidad Aumentada es agregar cosas que en verdad no están en un espacio y que sean visibles a través de un dispositivo como un celular”.

Además, el productor audiovisual asegura que la Realidad Aumentada tiene una limitante, que es muy poco inmersiva a pesar de que se puede ver en un dispositivo móvil, no existe una interacción.

Para poder consumir y/o consultar la Realidad Aumentada es indispensable mínimo un teléfono celular, adicionalmente “necesitamos un emisor de lo que se va a plasmar ahí, normalmente son tarjetas plastificadas o de cartón que traen un código QR, a través de la cámara del móvil y una app, ese código se interpreta y te arroja una imagen”. Asimismo, Jesús Vega destaca que se necesita algo que estimule la aplicación para que esta responda con ese contenido.

La Realidad Aumentada agrega elementos que están en la mente de las personas.

La Realidad Aumentada en el sector de la construcción se puede utilizar para explicar los materiales que se van a emplear en todo el proyecto, en caso de haber cuestionamientos de cómo lucen o son.

Cabe señalar que esta tecnología siempre ha estado presente, pero se ha interpretado de cosas muy distintas, ahora se le conoce como un mecanismo relevante y su boom se da cuando los smartphones se hacen presentes y se empiezan a diseñar aplicaciones.

“En la Ciudad de México se hizo una labor interesante en los museos, se desarrolló un sistema que integró los códigos QR con la realidad aumentada, lo que fue un acierto porque siendo la ciudad con más museos de América Latina se atendió esa exigencia que se tenía como país multicultural”.

A pesar de que la implementación de los códigos QR fue un éxito, para el productor también era un tanto elitista ese contenido porque estaba cerrado únicamente a las personas que tenían un smartphone, que además tenían el suficiente internet para utilizar su celular, para descargar la aplicación requerida, así como para el contenido que se reproducía.

En la parte privada, a finales de 2018, el Museo *Trick Eye* México abrió sus puertas en el Corporativo II de Antara Fashion Hall, Ciudad de México; este espacio de mil 800 metros cuadrados de superficie fue una galería de Realidad Aumentada que mezclaba el arte tridimensional con la tecnología.

Los visitantes podían observar como las imágenes de 2D parecieran de 3D, esto con ayuda de la app *TrickEyeAR* y un smartphone; para crear este efecto, las personas deben apuntar su dispositivo móvil a una pared, en la pantalla del celular se podría observar como ese animal, barco, lava o bailarinas tenían un movimiento. En octubre de 2020, este museo tuvo que cerrar sus puertas, debido a que permaneció siete meses sin actividad por la situación del Covid-19.



Museo Trick Eye



Realidad Aumentada en lo inmobiliario

La Realidad Aumentada sirve para proporcionar diversas oportunidades de negocio, las cuales pueden ser aplicadas en lo inmobiliario; las personas que estén interesadas en adquirir una vivienda pueden visitarla en 3D, sin la necesidad de trasladarse hacia la ubicación de este.

La tecnología le permitirá al futuro comprador tener un mejor resultado inmediato de la vivienda, debido a que ve los modelos de 3D de la unidad; con el tour virtual, observan diferentes estilos y diseños, adicionalmente de que puedan explorar la propiedad por completo, según Onirix, plataforma de realidad aumentada de origen español.

Entre los beneficios que ofrece se encuentran el tiempo y los recursos; el interesado reduce considerablemente el listado de posibilidades para que pueda visitar las de mayor interés. Por lo que las restricciones de tiempo no son un problema y la compra, inclusive, podría ser más rápido.

Asimismo, en cuestión de localización, "los usuarios podrán tener la oportunidad de estar paseando por la ciudad mientras ven propiedades y apartamentos mediante el uso de una aplicación en sus dispositivos móviles".

Por lo que para los agentes inmobiliarios, tienen "la posibilidad de utilizar la Realidad Aumentada en su trabajo, les permite realizar nuevas y diferentes estrategias de marketing, usando servicios basados en la localización de recursos; además de ayudar al cliente a tener una experiencia única e innovadora".

Para el corredor el utilizar esta tecnología podría marcar la diferencia para obtener resultados favorables, ya que proporciona a los clientes una experiencia única y personalizada. De acuerdo con Onirix, la Realidad Aumentada ofrece una posibilidad a los clientes de ver cómo quedarán sus muebles en diferentes espacios de la vivienda, y así poder tener una mejor perspectiva.

La tecnología le permitirá al futuro comprador tener un mejor resultado inmediato de la vivienda.



La Realidad Aumentada tiene el potencial para revolucionar la industria del real estate, por lo que utilizar esta tecnología ayudará a "profesionales inmobiliarios a diferenciarse positivamente de la competencia y proporcionar a los clientes una experiencia única en el sector. Continuará creciendo y mejorando, y la industria encontrará nuevas y apasionantes formas de usarla".



VENTA DE PROPIEDADES EN RENTA ANTIGUA EN ESPAÑA,

EL INICIO DE UNA LÍNEA DE NEGOCIO CON



Por Mónica Herrera
monica.herrera@inmobiliare.com

El arrendamiento de vivienda es un esquema común para quienes no desean realizar la compra de un inmueble en el momento. Sin embargo, los contratos utilizados para alquiler no siempre fueron como los conocemos hoy en día.

Antes de 1985 en España se llevaban a cabo contratos denominados hoy de "renta antigua", los cuales se prolongaban hasta el fallecimiento del inquilino; no obstante, tras su muerte, el cónyuge, descendientes u otros familiares podían subrogarse en los derechos y obligaciones del arrendamiento. Situación que se convertía en una relación comercial prácticamente indefinida.

De igual forma, el acuerdo mantenía el costo mensual de la renta de la propiedad por debajo del precio promedio, lo que tampoco era benéfico para los arrendadores y producía tensiones en el mercado. Lo que ha hecho que muchas familias tengan activos atrapados en este tipo de propiedades, con rendimientos muy limitados.

A pesar de que en la actualidad existen regulaciones que establecen una corta duración en los contratos de alquiler, aún hay inmuebles que se encuentran bajo estos términos.

Antes de 1985 en España se llevaban a cabo contratos denominados hoy de "renta antigua", los cuales se prolongaban hasta el fallecimiento del inquilino.





Eugenio López Negrete
CEO de Quantum Business Brokers
+1 (305) 728-5190
enegrete@quantumbb.com

De acuerdo con Eugenio López Negrete, CEO de Quantum Business Brokers, se trata de operaciones de bienes raíces complejas, debido a los procesos jurídicos por los que debe pasar tanto el edificio como el dueño del mismo.

Por lo que al observar la oportunidad que este mercado español representaba para usuarios latinoamericanos con propiedades en el país europeo, López Negrete, en compañía de tres socios más, conformaron el equipo de Transacciones de Bienes Raíces de valor agregado.

Al cual están integrando esta nueva línea de negocio de Quantum Business Brokers.

“Vimos la oportunidad porque nuestros clientes, adicional a las operaciones que tenían con nosotros, deseaban liberar dichos activos para entrar en proyectos mucho más redituables. Sin embargo, debido a que no es algo que se vea con regularidad, requieren del apoyo de una empresa como nosotros, que los acompañe durante el proceso, que es mucho más elaborado que la compra de una casa”, detalla el CEO en entrevista para Inmobiliare.

MERCADO DE RENTA

ANTIGUA PRESENTE AMÉRICA LATINA

Con sede en Miami, Florida desde 2006, Quantum Business Brokers, es una firma de Brokers de negocios y fusiones con presencia en gran parte de América Latina, así como en Francia, Italia, Tailandia y España.

Es justo en este último, donde observaron que existía un mercado importante de familias con inmuebles de renta antigua en España, mismo que debido a las circunstancias actuales y cambio en las normas y contratos de alquiler, significaba un proceso largo y complicado para quienes deseaban vender o comprar este tipo de inmuebles.

La solicitud de uno de sus clientes para realizar este proceso, fue lo que motivó el desarrollo de esta nueva línea, ya que en un principio se encontraron con algunas dificultades para armar el caso.

“Pero encontramos el camino perfecto para poder vender las propiedades. Actualmente, tenemos tres operaciones en andamiento y los clientes que tienen este tipo de bienes raíces, han logrado liquidarlos”.

Asimismo, señala que tanto en México como en Latinoamérica, existe un mercado bastante amplio que se encuentra en la misma situación. “Nuestro servicio está enfocado a clientes latinoamericanos que por una situación familiar tienen como herencia o han recibido inmuebles que están bajo el esquema de renta antigua”.

Como consecuencia, la herencia se encuentra obstaculizada para ser operada como vivienda en renta pero bajo los términos actuales; situación que lleva a los propietarios a percibir rentas bajas comparadas con el valor real.

“La venta no se realiza por el 100% del valor, sin embargo, se vende a un porcentaje bastante aceptable que permite poner a trabajar el dinero en actividades más productivas como la compra de empresas. Así fue como iniciamos, con la venta de un edificio en España que se alquilaba a 12 personas en renta antigua; con el dinero se realizó la compra de una compañía en Estados Unidos. Lo que generó un ciclo de negocio con nosotros”.





“Nuestro servicio está enfocado a clientes latinoamericanos que por una situación familiar tienen como herencia o han recibido propiedades que están bajo el esquema de renta antigua”.

EQUIPO DE OPERACIONES DE BIENES RAÍCES DE VALOR AGREGADO

En 2020 Quantum Business Brokers formó su grupo de Operaciones de Bienes Raíces de Valor Agregado, con el fin de llevar a cabo operaciones de reposicionamiento de propiedades y representar a sus clientes en proyectos de desarrollo.

Hoy adicionan la liquidación de bienes inmuebles con renta antigua. El equipo está formado por Eugenio López Negrete, Carlos Tornel y Guillermo Carrillo, los tres con varios años de experiencia en este tipo de operaciones en Florida, Estados Unidos.



quantumbb.com

MERCADO CON ALTAS PROYECCIONES A FUTURO

López Negrete indica que se trata de un mercado que cuenta con un amplio escenario, ya que “[...] fácilmente existen más de 2,000 familias en esta situación y cerca de 500 millones de dólares en propiedades españolas de renta antigua en manos de latinoamericanos”.

Por el momento, están únicamente enfocados en familias residentes en Estados Unidos, principalmente comunidades hispanas, México y América Latina.

De manera general, Quantum Business Brokers observa un escenario positivo en cuanto al crecimiento de sus diversas líneas de negocios, tanto de renta antigua como de reposicionamiento y desarrollo de propiedades comerciales.



Carlos Tornel

Broker de Operaciones de Valor
Agregado de Bienes Raíces
de Quantum Business Brokers
+1 (786) 439-5062
carlost@quantumbb.com



Guillermo Carrillo

Broker de Operaciones de Valor
Agregado de Bienes Raíces
de Quantum Business Brokers
+1 (305) 812-1020
gcarrillo@quantumbb.com



"UNA VEZ QUE ACEPTAMOS NUESTROS LÍMITES, LOS SUPERAMOS".

Albert Einstein

Analizamos lo establecido para crear la mejor solución, la mayor economía, la eficiencia óptima y el más alto beneficio mutuo.

**EN BOVIS SOMOS EL INTEGRADOR DE
PROYECTOS DE GRAN ENVERGADURA.**

Materializamos las aspiraciones de nuestros clientes gestionando la construcción de proyectos con base en nuestros valores, aportando nuestra experiencia y conocimiento, concretando diseños y proyectos en obras con alto valor agregado.

Servicios

- Gerencia de Proyecto
- Gerencia de Construcción
- Gerencia de Programa
- Contratista General
- Consultorías
- Sustentabilidad

Sectores

- Comercial
- Residencial
- Industrial
- Usos Mixtos
- Hoteles
- Educación
- Infraestructura

Bovis[®]

Contacto:

Bovis.mx
contacto@bovis.mx
+52 55 59801600



¿Es Miami un nuevo Silicon Valley?

Por: Andreina Castro

La migración de las empresas tecnológicas a la ciudad está causando esa sensación.

Silicon Valley ha prosperado en California durante años porque se convirtió en punto de desarrollo perfecto para el éxito, el talento, la tecnología, el clima y los recursos. A medida que el mundo sigue adaptándose a las nuevas tendencias, el sur de Florida ha surgido como competidor en el mundo de la tecnología y la innovación, robando el protagonismo a Silicon Valley con una comunidad de talento tecnológico que vuela bajo el radar. Lo que parece un cambio "de la noche a la mañana" de California al sur de Florida, se ha ido gestando durante una década.

En el último año el sur de la Florida ha experimentado una migración llamativa proveniente de California y New York, convirtiéndose en el nuevo hogar del futuro. Jenni Morejón, presidente de *Fort Lauderdale Downtown Development Authority* asegura que "El principal atractivo de Florida es que es uno de los pocos estados que no tiene impuesto estatal sobre la renta, tiene un clima estupendo durante todo el año (sol/playa) y es una ciudad menos densa con un potencial de crecimiento".

En el último año el sur de la Florida ha experimentado una migración llamativa proveniente de California y New York, convirtiéndose en el nuevo hogar del futuro.

Según cifras otorgadas por *Fort Lauderdale Downtown Development Authority* tan solo en 2020, se invirtieron 1,900 millones de dólares en 70 operaciones de capital riesgo en la región metropolitana de Miami-Fort Lauderdale, de los cuales 1,200 millones se invirtieron sólo en el cuarto trimestre.

Esto representa el mayor crecimiento dentro de los Estados Unidos, por delante de San Diego (+298%), Denver (+263%) y Atlanta (+111%). Más de la mitad de las principales inversiones de VC realizadas en 2020 fueron en startups del Gran Fort Lauderdale, lo que demuestra que la zona tiene una mayor presencia en la inversión empresarial del sur de Florida. El crecimiento de las nuevas empresas ha generado un impacto positivo paralelo en el sector inmobiliario de Fort Lauderdale.

Ciudades como Miami y Fort Lauderdale han estado trabajando para atraer a las grandes empresas tecnológicas, Marc Aptakin CEO y Fundador de MAD una empresa encargada de crear potentes aplicaciones móviles, productos digitales y soluciones innovadoras para corporaciones que buscan crecer y superar a su competencia en la nueva economía digital, sostiene que Miami tiene todos los beneficios para ser un centro tecnológico.

“La pandemia sin duda ayudó a acelerar la migración tecnológica y creo que, a medida que el sur de Florida continúe haciendo crecer su comunidad de centros tecnológicos, podremos crear algo más grande y potencialmente fuerte que nos aleje de ser conocidos como otro Silicon Valley”, Aptakin también aseguró que “uno de los más grandes beneficios de establecerse en este estado es la ventaja de los impuestos estatales, lo que permite ahorrar e invertir en muchos beneficios para las propias empresas”.



Marc Aptakin
CEO y Fundador de MAD



Skyline Fort Lauderdale cortesía "Fort Lauderdale DDA & Sublime Imagery

Este movimiento de California a Miami ha estado en el radar durante los últimos meses, *Delian Asparouhov* podría ser lo que llaman el precursor de esta reubicación de Silicon Valley a Miami, todo gracias a un mensaje que escribió en su cuenta de Twitter: "ok, chicos, escúchenme, ¿qué tal si trasladamos Silicon Valley a Miami?". A lo que Francis Suárez, el alcalde de Miami, respondió: "¿Cómo puedo ayudar?". Desde los tweets iniciales, Suárez ha estado conquistando activamente a ejecutivos tecnológicos de alto nivel. Se ha comunicado con Elon Musk, el director general de Twitter, Jack Dorsey, el exdirector general de Google, Eric Schmidt, y Peter Thiel, presidente de Palantir.

La idea "es que la gente quiera venir a educarse, se quiera quedar y trabajar aquí, comenzar su negocio, criar a sus hijos", explicó a la AFP el alcalde cubanoamericano, quien lleva semanas entrevistándose con inversores y técnicos para convertir a Miami en un núcleo tecnológico.

Para Liz López, Vicepresidenta de RelatedISG una de las firmas de corretaje más grande Miami, el alcalde Suárez ha sido una pieza fundamental y clave en este movimiento "Florida fue uno de los primeros estados en abrir y específicamente Miami, es uno de los lugares que brindó más ayuda a los negocios y empresarios, mientras el país se encontraba prácticamente cerrado, él aprovechó esta oportunidad para atraer a empresarios a mudarse a Florida, adicionalmente, él ha estado conversando sobre la ayuda financiera a través de sociedades que hizo con diferentes bancos, ofreciendo préstamos que ayuden a empezar sus negocios en la ciudad".

Con una plétora de inversores tecnológicos, Florida sigue recibiendo a empresarios de este estilo, de hecho, el *Founder's Fund* de Silicon Valley (conocido por sus inversiones en empresas innovadoras como SpaceX, Airbnb y Facebook) es una de las muchas empresas que anunció su traslado a Miami.

Sin embargo, para Aptakin uno de los más llamativos de este movimiento, fue el traslado de John Lapham de Shutterstock: "Aunque otras empresas tecnológicas se están trasladando al sur de Florida, John es el más activo de todos. Está presionando activamente para convertir el sur de Florida en un centro tecnológico. A mi parecer, él es el precursor que inició el boom de la migración tecnológica del sur de Florida".

El sur de Florida no solo ha experimentado esta migración interna en el país, durante este tiempo empresarios provenientes de Latinoamérica han puesto su mirada en la ciudad, según Tomas Sulichin, presidente de la división comercial en RelatedISG.

"No es solo 100% tecnológico, actualmente estoy trabajando con empresarios mexicanos que han decidido invertir en Miami, un ejemplo de ellos es una empresa de desarrollo que se encargará de construir 350 unidades en esta ciudad, también estamos trabajando en otros negocios que quieren hacer en Miami, he visto varias empresas que están buscando diversificar sus negocios aquí y la mayoría provenientes de países de Latinoamérica, esto como respuestas a la crisis política que se vive, una vez que estos empresarios notan que su país, en este caso, Chile o Argentina están cerca de convertirse en una nación donde prevalece el socialismo y el poco apoyo que estos sistemas les dan a las empresas privadas, estos propietarios o personas con dinero buscan diversificar sus negocios y comenzar su mudanza al único país que tiene la economía más estable".

**El sur de Florida
no solo ha
experimentado esta
migración interna en
el país, durante este
tiempo empresarios
provenientes de
Latinoamérica han
puesto su mirada en
la ciudad.**



Fort Lauderdale de noche cortesía "Fort Lauderdale DDA & Sublime Imagery

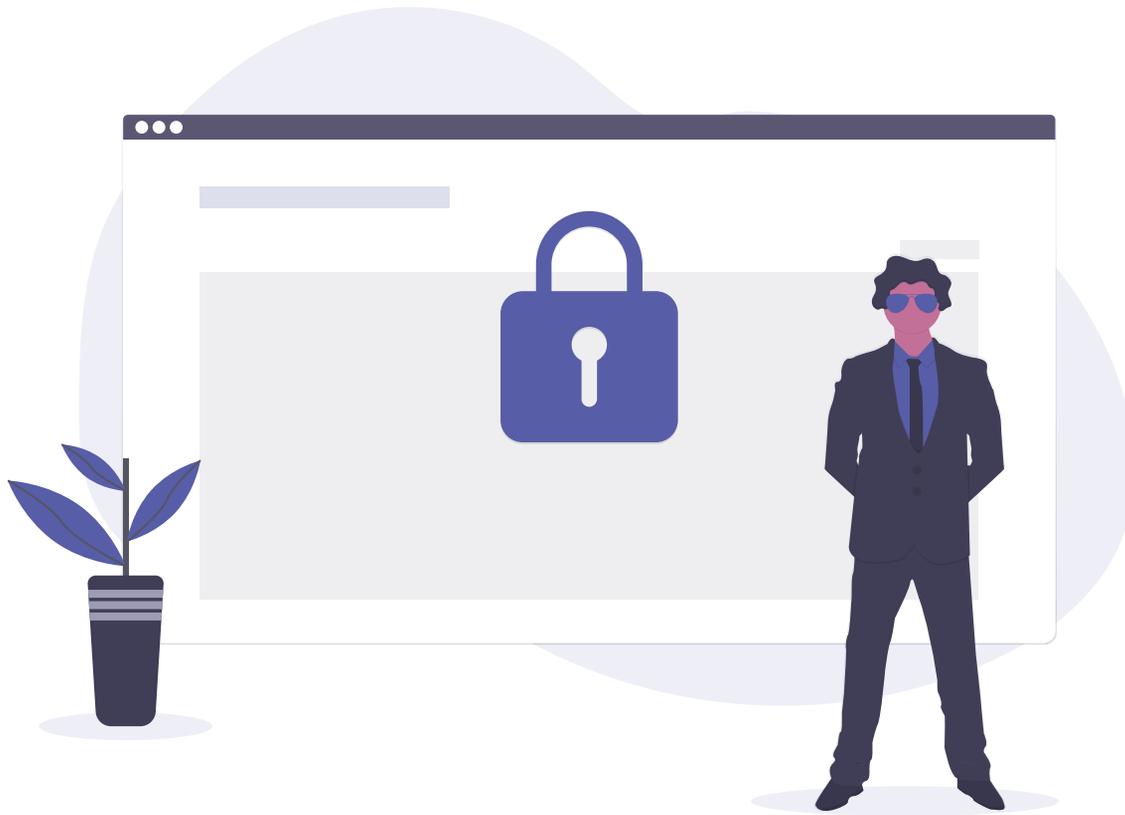
Celebridades y *Snowbirds* buscan otros aires

En los últimos meses no solo la tecnología ha invadido la ciudad, celebridades como Tom Brady o la familia Trump han decidido mudar sus hogares y negocios al cálido sol de Miami, para Liz López esto no pasaba en Miami desde hace más de 20 años. "En menos de cuatro meses, la noticia era que grandes celebridades estaban invirtiendo en propiedades de lujo en Miami, hace muchísimo tiempo eso no pasaba, sus lugares de residencia eran New York y California. Esto influye bastante en cómo puede ser vista la ciudad a partir de ahora, si una persona de este poder adquisitivo decide mudarse a esta ciudad, es porque Miami tiene un futuro económico completamente positivo".

También los '*snowbirds*', como se llaman a los que visitan Florida para disfrutar de los cálidos inviernos, han estado revisando las posibilidades de trasladarse definitivamente al estado, y más ahora que el trabajo remoto se ha convertido en una opción para muchos. "Algo que hemos notado últimamente es que ahora se ven más personas de fuera del estado que solicitan puestos remotos en lugares de Florida, en comparación a antes de la pandemia. La mayoría de las personas están dispuestas a trasladarse al sur de Florida en estos momentos", comenta el CEO de MAD. [●]

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

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



Proptech y Fintech, caminando siempre de la mano

Por: Smart Lending

Desde tiempos inmemorables las industrias de bienes raíces y financiera, se han complementado de tal manera que crecen, perpetúan, adaptan y evolucionan para brindar un mejor servicio y facilidades a todos los usuarios.

El crédito hipotecario es un ejemplo de la conjunción de voluntades y sinergias que presentan ambas. Adquirir un inmueble por medio de herramientas financieras sin importar si es con alguna institución tradicional, tecnológica o gubernamental siempre traerá beneficios, desde la generación de empleo hasta ayudar a las personas a cumplir sus sueños o en su defecto tener una inversión altamente rentable.

Las facilidades tecnológicas junto con las necesidades sociales, han traído grandes ventajas, desde el tiempo de espera en la aprobación de un crédito, rentar o comprar sin salir de casa, hasta coacreditar entre seis y ocho personas para adquirir un inmueble como inversión.

Más y mejores condiciones para solicitar un financiamiento se presentan al día de hoy. La digitalización ha sido el engranaje perfecto para lograr resultados inimaginables. Eliminar variables obsoletas o en su defecto, requisitos que entorpecen la respuesta de la banca en la colocación de créditos son algunas bondades que experimentamos en este 2021.

Eliminar variables obsoletas o en su defecto, requisitos que entorpecen la respuesta de la banca en la colocación de créditos son algunas bondades que experimentamos en este 2021.

Acotar la burocracia de los procesos y eliminar trámites innecesarios no ha sido tarea sencilla, en las empresas tecnológicas emergentes nos hemos abocado a reducir cualquier tipo de complejidad o roces con el usuario para hacer la vida más práctica y accesible, en este caso hemos logrado maximizar el tiempo y ser hasta tres veces más rápidos que un banco. La premisa es democratizar en lugar de burocratizar el acceso a los créditos de vivienda, simplificando y erradicando todas las barreras existentes.

Teniendo en cuenta la generación económicamente activa, es hasta cierto punto lógico, deducir que los millennials son los que actualmente pertenecen a la fuerza laboral creciente y con una inquietud latente de cubrir necesidades básicas como el hogar. Pensando en dicho segmento; nos encontramos con ciertos perfiles específicos, los cuales buscan instantaneidad, certeza, seguridad y sobretodo soluciones digitales; ahí recae la importancia de contar con respuestas efectivas y afectivas que cumplan con los estándares de satisfacción.

Indiscutiblemente; en 2021 vivimos una economía compartida, pensar que un solo ingreso solventa las necesidades básicas o de inversión para el nicho de los 30 a 45 años, es complejo. El coacreditar con una persona sin que fuera la pareja legal, era prácticamente imposible; la solución que trajeron las PropTech y Fintech, fue abrir este abanico de posibilidades para dejar de tener límites al ejercer esta acción. Desde la gratificante experiencia que vivimos en Smart Lending, cuatro personas sin parentesco genealógico o legal pudieron unificar sus ingresos para adquirir un inmueble como inversión, sin complicación y hasta 60% más rápido que si uno de ellos realizara este proceso en la banca tradicional.



Lograr legislaciones a la medida que permitan operar y aprovechar al máximo las herramientas digitales, es esencial para brindar un mejor servicio.

Amalgamar voluntades entre el sector público y privado es un esfuerzo que poco a poco rinde los frutos esperados; no a la velocidad que lo demanda la sociedad pero la realidad es que son pequeños pasos que dan más certeza y confianza a las industrias tecnológicas. Lograr legislaciones a la medida que permitan operar y aprovechar al máximo las herramientas digitales, es esencial para brindar un mejor servicio y evolucionar a la velocidad que se nos demanda.

Sabemos que el 2020 fue un año complicado, por ende, todas las industrias, con algunas excepciones, disminuyeron su flujo operativo considerablemente. Sin embargo, la tecnología vino a aminorar el impacto. Realizar trámites, adquirir créditos, comprar cualquier artículo e incluso el supermercado es posible sin salir de casa.

Activar la industria fintech en conjunto con la proptech es una de las prioridades en medio de un momento de incertidumbre financiera; el ciclo económico que inmiscuye a ambos sectores permitirá una recuperación más sólida y estable. Aprovechar las condiciones que brinda la banca disruptiva o tradicional es sustancial para amarrar un buen producto crediticio con el que se pueda comenzar un patrimonio o inversión altamente redituable.

Cabe resaltar que las tasas de interés que se experimentan son únicas e históricamente bajas, por debajo del piso del 8%, esto convierte al presente año en una extraordinaria oportunidad de adquirir un inmueble siempre y cuando las condiciones laborales personales se encuentren en cierto nivel de estabilidad.



En Smart Lending hemos democratizado la colocación de créditos. Desde 2019 venimos experimentando un crecimiento continuo y superando las expectativas establecidas mensuales. Este crecimiento se vio un poco afectado en el primer semestre del 2020, sin embargo, la colocación siguió un tanto estable pero en menor proporción.

Retomando la segunda parte de dicho año, los financiamientos comenzaron a repuntar y comparando ambos semestres podríamos decir que en la segunda mitad tuvimos crecimiento de más del 100%.

Una de las grandes ventajas que trajo la pandemia a ambos sectores, es que cada solicitante podía acceder a un monto mayor de financiamiento o liquidar en menor tiempo la deuda. Uno de los fenómenos que observamos fue que las personas buscaban un mayor endeudamiento por las atractivas tasas de interés, es decir, el monto solicitado superó el promedio, colocándolo en 3.8 millones, aproximadamente, para un crédito de adquisición.

Asumir que todo está hecho en ambas industrias sería poner freno a la innovación que constantemente vivimos. Los sectores Fintech y PropTech nos han enseñado que el servicio y atención que brindemos debe mejorar constantemente, evolucionar de servicio al cliente a experiencia del cliente es la oportunidad de cualquier empresa para lograr perpetuidad y confianza en el usuario.

El camino que se ha recorrido entre ambas industrias continuará infinitamente, será parte de la evolución tecnológica de nuestra era, pensando siempre en el beneficio social. 

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

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



Activar la industria fintech en conjunto con la proptech es una de las prioridades en medio de un momento de incertidumbre financiera; el ciclo económico que inmiscuye a ambos sectores permitirá una recuperación más sólida y estable.

MARKETING STRATEGY



En el mercado inmobiliario, el *'Buyer Persona'* NO sirve

Por: Eduardo Aranda, Socio Fundador y Director de Innovación de Perfilan
eduardo@perfilan.com

En los últimos años, la búsqueda de inmuebles por internet registró en México un importante crecimiento. De acuerdo con Comscore, compañía de investigación de marketing en Internet, de 2018 a 2019 las búsquedas de propiedades en la web incrementaron 27%, de 55 millones a 70 millones. Estas búsquedas fueron realizadas cada mes, por casi 7 millones de internautas.

En 2020, la pandemia reforzó la necesidad impostergable de los desarrolladores inmobiliarios por planear y ejecutar estrategias de marketing digital, en respuesta a los nuevos hábitos de búsqueda por parte de los compradores potenciales, y a un entorno digital publicitario favorable, donde tras la disminución en los costos de los anuncios, las campañas digitales mostraron un mejor desempeño, arrojando un mayor número de *leads* o prospectos.

Un concepto base para las estrategias de Marketing Digital es el *'buyer persona'*. Desde Perfilan, habiendo trabajado más de cinco años ayudando a los desarrolladores a acelerar sus ventas a través de nuestra plataforma de automatización de marketing, debemos subrayar algo que quizá contradiga todo lo que se ha dicho hoy con respecto a estas herramientas: en el mercado inmobiliario, el **Buyer Persona NO sirve.**

En la teoría del marketing, un *'buyer persona'* es el arquetipo del cliente ideal de un producto o servicio, basado en su edad, trabajo, gustos, necesidades, nivel socioeconómico, estatus marital, preferencias, tendencias de consumo, y hasta en los medios en los cuales se informan.

Sin embargo, en el mundo de los bienes raíces, difícilmente se puede catalogar a un *buyer persona* para un desarrollo específico. Piensa en un edificio de departamentos, o en un desarrollo de casas que conozcas o estés comercializando. Ahora analiza quiénes viven ahí, o a las personas que hayas visto en el lugar. Te aseguramos que no todas tienen las mismas edades, gustos, preferencias, y casi seguramente lo único que tienen en común sea su nivel socioeconómico. Sin duda, existen tendencias como zonas de una ciudad, pero es absolutamente normal ver en un mismo edificio a personas de la tercera edad, parejas jóvenes con hijos, solteros... y esto rompe completamente con el concepto de *buyer persona*.



La necesidad impostergable de los desarrolladores inmobiliarios por planear y ejecutar estrategias de marketing digital, en respuesta a los nuevos hábitos de búsqueda por parte de los compradores potenciales.



¿Cómo saber entonces hacia quién se deben segmentar las campañas de marketing digital inmobiliario?

En nuestra experiencia, existen dos principales alternativas que funcionan en este mercado en particular.

A. Identificar “contexto de compra” en lugar de un Buyer Persona al definir contenidos.

Existen principalmente cinco contextos de compra, en los que una persona desea adquirir una propiedad; conocerlos constituye la base para posicionar un mensaje y atraer al mercado potencial:

1.- El prospecto renta una propiedad

El prospecto se encuentra rentando, y desea invertir esa cantidad en una propiedad.

2.- El prospecto no renta, aún vive con familiares

Cuando el prospecto vive con sus familiares y desea independizarse, ya sea por edad o por contraer matrimonio.

3.- El prospecto ya cuenta con una propiedad

Cuando acaba de pagar el crédito de su primer propiedad, y desea seguir pagando una segunda para invertir o venderla y comprar una segunda mejor ubicada o más grande, ya que está acostumbrado a pagar esa cantidad.

4.- El prospecto busca una vivienda vacacional

Cuando ya cuenta con una propiedad, y desea una segunda, en este caso, para uso vacacional.

5.- El prospecto es un inversionista

Este es un caso especial, en el que el prospecto desea adquirir la propiedad como inversión ya sea para cobrar una renta o vender y ganar plusvalía.

Cada uno de estos contextos representa una distinta combinación de deseos y necesidades, y debemos tomarlos en cuenta junto con toda la información posible para llegar a una correcta segmentación y crear contenidos que sean relevantes para cada uno de estos contextos. Para hacerlo, el proceso de perfilado necesita hacer preguntas o analizar los factores que ayuden a colocar al prospecto en alguno de estos “contextos” y después entender que para cada uno de estos contextos existen tres etapas de compra: Planeación, Comparativa y Asesoría. Si por ejemplo, el prospecto vive con familiares y está en la etapa de planeación si renta o compra una propiedad, va a encontrarse mucho más lejos de realizar una compra que el prospecto que ya acabó de pagar una hipoteca y está dispuesto a seguir invirtiendo para realizar una segunda compra.



B. Segmentación basada en comportamientos utilizando un píxel

Para poder utilizar correctamente la segmentación inteligente basada en comportamientos, se necesita hacer uso de la tecnología actual. Los dos principales canales utilizados para marketing digital, Facebook y Google, cuentan con sistemas de segmentación automáticos; hacer uso de ellos mejorará mucho los resultados con la ayuda de un píxel que detecta a la persona que dejó sus datos y regresa a las plataformas para buscar a personas similares en comportamiento y relaciones.

Ambas plataformas analizan el tráfico de decenas de miles de personas por minuto, y entienden los comportamientos que van de la mano con distintas necesidades y deseos, siempre y cuando se utilicen adecuadamente. Tanto en Facebook como en Google, es necesario hacer que las campañas de los desarrollos utilicen un Pixel o código de seguimiento, junto con las acciones que realizan en sus páginas. Cuando un prospecto llega y hace lo que esperábamos, el evento en la página analiza su comportamiento, lo que permite ofrecer nuestros anuncios a personas con comportamientos similares. Es por esto que se debe instalar de manera correcta con ayuda de un desarrollador web o con una plataforma como Perfilan, que automatiza este proceso.

Finalmente, si deseamos que las campañas digitales inmobiliarias cuenten con el mejor desempeño posible, se requiere no sólo aprender de marketing en general, sino especializarse en esta industria, y entender cómo se comporta, de manera que al comprender a los prospectos, los desarrolladores puedan enfocarse en ellos de la mejor manera posible.

☐

Si deseamos que las campañas digitales inmobiliarias cuenten con el mejor desempeño posible, se requiere no sólo aprender de marketing en general, sino especializarse en esta industria.

Para más información, visite:

www.perfilan.com

*Nota del editor:

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





PÚBLICO

EL ADN DE LA INNOVACIÓN EN ESPACIOS

Por: Daniela González
daniela.gonzalez@inmobiliare.com

Doce meses han transcurrido desde el inicio del confinamiento por Covid-19. En este periodo, empresas de diferentes sectores han tenido que replantear sus modelos de operación frente a un escenario en donde el cambio ha sido más que nunca la única constante. Ejemplo de esto es el trabajo remoto que ha demostrado ser una alternativa funcional bajo las condiciones adecuadas, por ello, los espacios dedicados a esta actividad no serán desplazados, sino que ya evolucionan para satisfacer las necesidades actuales de sus usuarios.

En este marco, Andrés Martínez, Emilio Illanes y Alfonso López-Velarde co-fundadores de PÚBLICO, han sabido reconocer las tendencias y oportunidades de la coyuntura. Lo que los ha llevado no solo a ampliar y diversificar su participación en el mercado, sino a regresar a los fundamentos con que crearon su compañía hace aproximadamente seis años.

Hospitalidad y experiencias

“Hemos visto que las personas quieren ser parte de algo diferente, con identidad. Por eso, para nosotros es muy importante no solo pensar en el diseño desde la arquitectura o interiorismo, sino en una experiencia completa”, señala el Director Creativo, Alfonso López-Velarde.

Esa propuesta se crea a partir de interesantes decisiones que distinguen a PÚBLICO de otras empresas. Todas sus sucursales: Polanco, Juárez, Condesa, San Miguel Chapultepec, Lomas de Chapultepec y Prado Norte, están ubicadas en función de intensificar las zonas urbanas, expone Alfonso; es decir, que en un mismo punto convivan ámbitos vitales para las personas como vivienda, comercio, cultura, entre otros. Esto implica poder vivir las urbes de una manera holística.

Además, cada sede tiene su propia identidad que puede observarse desde la arquitectura. Los edificios de PÚBLICO son un trabajo de rescate, que mediante intervenciones conscientes reintegran inmuebles antiguos y en desuso al paisaje urbano.

El diseño interior y las *amenities* están pensados para crear comunidad y bienestar. Zonas abiertas, áreas comunes e interiorismo inspirador son constantes en sus edificios, que según la ubicación, crean comunidad, ya sea por medio de un restaurante, una galería, salas de proyección o *venues* para eventos culturales.

Por otro lado, Alfonso destaca que la hospitalidad es uno de los diferenciadores más importantes de la empresa. Una experiencia más cercana, cálida y humana que ha sido tendencia en el sector de hotelería y PÚBLICO decidió llevarla a los espacios de trabajo. Rompiendo con el modelo tradicional de oficinas corporativas, las sedes de PÚBLICO tienen más similitud con el vestíbulo de un museo, donde la circulación, iluminación y ventilación, ayudan a que la experiencia sea mucho más orgánica.

“Si tu lugar de trabajo no es humanizado y agradable eso va a deteriorar tu eficiencia, entonces sí nos preocupamos por que nuestros espacios sean aptos para distintas modalidades de trabajo y sobre todo que sean acogedores”, agrega el Director Creativo.



Una experiencia más cercana, cálida y humana ha sido tendencia en el sector de hotelería y PÚBLICO decidió llevarla a los espacios de trabajo.

Nuevos modelos de trabajo:

CUSTOM BY PÚBLICO

El confinamiento y el distanciamiento social aceleraron la adopción del modelo remoto y las empresas se dieron cuenta que era momento de hacer cambios en sus procedimientos para optimizar recursos y productividad. “Ya hemos visto que la gente puede trabajar desde casa y la pregunta que nos hicimos fue cómo eso afectaría los espacios de trabajo”, apunta Emilio Illanes, Director de Nuevos Negocios.

“Nosotros creemos que las oficinas existen porque el contacto humano es importante. Tal vez se pueden realizar muchas actividades desde cualquier lugar, pero si en verdad quieres hacer esa conexión con tu equipo y tener una empresa sólida, tarde o temprano necesitarás contacto” expresa.

En este sentido, las áreas de trabajo deben transformarse. Es un hecho que más personas trabajarán de manera remota, esto implica que aunque acudan a la oficina algunos días por semana, ya no requerirán un espacio fijo. “Ahí vimos una oportunidad de negocio. Creemos que las empresas necesitarán propuestas hechas a la medida”, dice Illanes. Si antes estas compañías tenían 200 lugares fijos, estos se reducen porque no todos sus empleados estarán de manera presencial diariamente. Lo que implica que puede haber una reducción de costos importante.

Por su parte, Andrés Martínez, CEO de PÚBLICO comenta: “Observamos que las empresas grandes se estaban saliendo de los edificios corporativos, pero que el coworking era un formato que no les funcionaba por escala. Entonces generamos el concepto de CUSTOM BY PÚBLICO que es un híbrido entre coworking y oficina tradicional, en el que entendemos las necesidades de las empresas y creamos soluciones a la medida de su dinámica laboral. Operando con todos los servicios, experiencia y calidad de PÚBLICO”.

CUSTOM BY PÚBLICO facilita que dos o más empresas paguen menos al compartir áreas totalmente acondicionadas con los servicios necesarios y con contratos flexibles. “Vino un boom gigante en México de empresas que antes rentaban muchos metros cuadrados pero que ahora requieren una cuarta parte y mayor flexibilidad”, indica Alfonso.



“Observamos que las empresas grandes se estaban saliendo de los edificios corporativos, pero que el coworking era un formato que no les funcionaba por escala. Entonces generamos el concepto de CUSTOM BY PÚBLICO, un híbrido entre coworking y oficina tradicional...”.

Andrés Martínez.



“Muchos edificios corporativos empezaron a quedar vacíos, entonces pensamos que era necesario dar una solución a la cantidad de metros cuadrados que estaban siendo subutilizados”, añade el Director Creativo.

CUSTOM utiliza una o más plantas de estos edificios que han reducido su ocupación y las transforma en coworkings que servirán para varias empresas medianas o grandes. Este nuevo producto, operará en sitios importantes de la Ciudad de México, entre ellos, Torre Norte, una edificación AAA con certificación LEED Gold, en la que ocupará tres niveles.

Gestión inteligente de espacios

En línea con lo anterior, los fundadores de PÚBLICO observaron la tendencia de empresas chicas o medianas que han decidido no tener una oficina fija, pero necesitan de un sitio colaborativo para su uso eventual, como salas de juntas y algunas estaciones de trabajo para los empleados que lo requieran. Por ello, han convertido los *lobbies* de las sucursales en espacios abiertos donde cualquier persona sin importar si es o no miembro de PÚBLICO, podrá reservar *on demand* por medio una novedosa aplicación.

“Es un sistema de gestión de inmuebles. Imagina que estás trabajando desde casa, pero necesitas una sala para tener una junta con un cliente, entonces te metes a la app y puedes reservar la que más se adapte a tus necesidades”, explica Andrés. “Y si no quieres perder tiempo para regresar a casa a trabajar puedes reservar un lugar de trabajo. Además, genera un código QR para el acceso y cuando llegas a la recepción, ya saben quién eres, qué sala tienes reservada y qué lugar de trabajo te fue asignado”.

Por otro lado, han decidido implementar novedades tecnológicas en uno de los factores más importantes para la productividad laboral: la iluminación. Para ello, PÚBLICO colabora con Lutron, una empresa especializada en automatización. Así, han integrado sistemas de sensores inteligentes que mejoran la comunicación, por ejemplo, al indicar si las oficinas o salas están ocupadas, reservadas o libres; y si han sido sanitizadas.

Además, colaboran con Luca Salas, un arquitecto y especialista en iluminación, quien ha creado una instalación automatizada para dos espacios en la sucursal de Prado Norte. Como parte de su propuesta, instaló un sol y una luna en una de las salas de juntas que cambian la intensidad de la luz conforme al horario y el clima, creando una experiencia similar a la de un museo.





Crecimiento y diversificación

“PÚBLICO es una empresa de espacios”, afirma Emilio. Su participación en el mercado se extiende, además del coworking, a la vivienda y hospitalidad. En este sentido, los próximos meses PÚBLICO materializará proyectos que implican un crecimiento importante para la empresa.

“Antes nuestra experiencia más fuerte tenía que ver con el trabajo en los ahora llamados coworkings. Pero tras la pandemia que obligó a la mayoría de la gente a recluirse en sus casas, tuvimos que volver a entender el concepto de trabajar, ver qué cosas se necesitaban, y cómo podíamos diversificar las experiencias que ofrecemos”, destaca Andrés Martínez, CEO de PÚBLICO.

Estos emprendedores observaron que el trabajo condiciona muchos aspectos de la vida cotidiana; y el modelo remoto, entre otras cosas, permite que las personas puedan hacer sus actividades desde cualquier lugar. A su vez, esto origina nuevas tendencias de viaje.

“Los viajes van a tener que ver cada vez menos con vacaciones, se va a poder viajar sin vacacionar o se va a poder viajar vacacionando y haciendo más cosas. Las personas podrán irse una semana y mantener su jornada laboral intacta, cosa que no se podía hacer antes y así lo van a entender cada vez más las empresas y proyectos”, aseguró Andrés. Esto les permite conocer nuevas ciudades y mantenerse conectados, opina Emilio.

A partir de esta idea, PÚBLICO ha diseñado dos nuevos productos pensados no solo para turistas, sino para viajeros. El primero consiste en un hotel boutique en la Ciudad de México que incluirá dentro del inmueble un coworking para huéspedes y usuarios locales. De esta forma, brindan una experiencia más cercana a la vida urbana de la capital mexicana. Por otra parte, crearon una solución para estancias largas en las que los viajeros buscan un espacio intermedio entre habitación de hotel con servicios hospitalarios y un departamento.

Uno de los proyectos de vivienda es "Casa Tezontle". Ubicado en la colonia Juárez, es un edificio de 25 niveles en los que 22 corresponden a departamentos de entre 40 y 50 metros cuadrados, con cocina, comedor, baño y estancia. Mientras que los últimos tres pisos serán ocupados por una casa con un estilo arquitectónico tradicional mexicano.

Casa Tezontle contará con albercas, salas de estar y cocinas grandes donde los visitantes podrán vivir una experiencia urbana única. Asimismo, PÚBLICO desarrolla dos edificios en la Colonia Roma, que junto a "Casa Tezontle" sumarán 250 departamentos bajo el mismo esquema, los cuales, se proyecta podrían estar listos para 2022.

El CEO enfatiza que gracias a la tecnología se abren nuevas posibilidades. "La gente va a viajar por cultura y se va a querer conectar con las ciudades, y ahí encontramos una gran oportunidad. Si pasas cuatro semanas en la CDMX quieres volverte local por ese tiempo, quieres encontrar el bar de los locales, conocer la mayor cantidad de gente que puedas. Por eso estamos generando este concepto de departamentos ultraeficientes que te permitan quedarte temporadas largas y una conexión directa y real hacia la vida local", apunta.

Por su parte, Emilio añade que aunque existe la creencia de que no hay turismo en las ciudades, la concentración de personas y cultura las hacen destinos muy atractivos para quienes quieren conocer nuevos entornos e integrarse en ellos. El Director de Nuevos Negocios considera que la CDMX va a repuntar en ese concepto, para el que PÚBLICO contará con un producto adecuado.

"La idea es que si todo sale como estamos planeando, para principios del próximo año nos habremos cuadruplicado", afirma Emilio. En 2020 PÚBLICO amplió su número de sucursales de coworking con la apertura de la sede Prado Norte; y en 2021 volverán a crecer con los nuevos proyectos de espacios de trabajo flexibles, habitaciones de hotel y vivienda.

Asimismo, detalla que aunque ahora las ocupaciones no son tan altas, ya hay indicios de recuperación en el mercado, lo que anticipan que un buen número de empresas va a preferir esquemas flexibles, en donde pueden combinar sitios fijos y rotativos para las personas que trabajan remotamente.

"Creemos que somos de las mejores opciones para eso y por ello es que le estamos apostando mucho a crecer. Para el próximo año va a haber un *boom* de estas alternativas, por eso durante este año trabajamos en el desarrollo y el siguiente estaremos posicionados estratégicamente para recibir esa demanda".



"Aunque ahora las ocupaciones no son tan altas, ya estamos viendo una recuperación en el mercado y anticipamos que un buen número de empresas va a preferir estos esquemas más flexibles, en donde pueden tener sitios fijos y para las personas que trabajan remotamente", detalla Emilio Illanes.



PÚBLICO es comunidad

Crear comunidad es uno de los valores agregados más importantes de PÚBLICO. Esto puede observarse en el trato cercano que tienen los managers con los usuarios en cada una de las sucursales. Lo que permite crear relaciones valiosas que ayudan a la empresa a entender de una manera más precisa, cuáles son las necesidades actuales o posibles y atenderlas, explica Carlota Mendoza, Directora de Marketing y Experiencia.

Alfonso subraya que parte del personal de PÚBLICO tiene una trayectoria profesional vinculada a la hospitalidad, por eso cuentan con las herramientas para crear una cercanía importante entre los clientes y la compañía. "Esto nos permite adquirir más conocimiento sobre nuestros edificios y hacer productos que corresponden a lo que los clientes requieren. Creo que la capacidad de poder observar y analizar a sus propios usuarios es lo que hace que una empresa pueda innovar de mejores formas", sostiene López-Velarde.

Asimismo, PÚBLICO promueve la colaboración interna. Una iniciativa que han implementado es elegir a uno de sus clientes de manera mensual para dar visibilidad a su trabajo e incentivar posibles participaciones conjuntas entre quienes conforman PÚBLICO. "Siempre hemos apuntado a crear comunidades afines entre sí para que de manera orgánica y a través de sus encuentros en el edificio, puedan crear amistades o negocios, porque de eso se trata el coworking, es la colaboración de empresas con otras empresas", resalta Carlota.

De igual forma, el arte y la cultura son un eje que los une. PÚBLICO ha colaborado con diversos artistas y eventos dedicados al diseño y arte. Recientemente, el inmueble ubicado en Lomas de Chapultepec, fungió como sede de uno de los capítulos de Design Week México 2020 con el proyecto "Design House", en el que más de 80 diseñadores intervinieron cada una de las oficinas con propuestas únicas. PÚBLICO también ha trabajado con artistas reconocidos como Fabien Capello, que instauró una obra en una de las terrazas.

Otra ventaja que PÚBLICO ofrece es vincular a sus usuarios con una comunidad internacional a través de su alianza con Global Collective, una empresa que conecta coworkings de todos los continentes que cumplen con los mejores estándares de calidad y propuestas creativas. De este modo, los usuarios de PÚBLICO pueden acceder a un espacio de trabajo en Europa, Estados Unidos, Asia y Australia sin ningún costo y con la seguridad de que obtendrán el mejor servicio.

"Esta estrategia da un gran plus a nuestros clientes. Es un valor agregado que ningún coworking similar en Latinoamérica tiene", asegura Carlota. "Nuestra idea es siempre buscar alianzas inteligentes que sean de interés para nuestra comunidad", concluye Alfonso.





“Público es una compañía que crea conceptos, no somos una empresa de un producto sino de entender una dinámica económica y social y a partir de eso crear experiencias que a su vez se convierten en productos”, comenta Andrés.

El ADN del cambio

Enfrentar los retos que implicó la pandemia y detonarlos como oportunidades de negocio no es algo sencillo. Para PÚBLICO, este periodo significó mirar dónde estaban parados, reconocer las posibilidades y, lo más importante, regresar a los valores que originaron la compañía.

“Tuvimos que vernos a nosotros mismos y ser objetivos en lo que somos. Definitivamente se puso a prueba nuestra filosofía de ser esta empresa de experiencias y no de productos; y creo que nos sirvió mucho. Nos unió como personas y ahora PÚBLICO es más fuerte. Aunque fue duro, creo que ha sido un aprendizaje muy valioso”, expresa Andrés.

Reconocer que todo está en constante cambio y tener la iniciativa de diseñar productos que se adapten a ello es una de las mayores fortalezas de PÚBLICO, y esto lo han logrado gracias a la pasión con que hacen su trabajo y buscan siempre el lado más humano.

“PÚBLICO es una compañía que crea conceptos y entiende la dinámica económica y social para a partir de eso, crear experiencias que a su vez se convierten en productos”, comenta Andrés.

Al reflexionar sobre PÚBLICO y la forma en que colaboran entre sí, el Director Creativo observa un proceso similar al de un *think tank*. “Somos un grupo de muchas personas que tienen distintas habilidades y cada que resolvemos un proyecto contamos con mentes muy creativas que van poniendo su granito de arena y vamos reinventando”.

Los escenarios sociales, económicos y tecnológicos no permanecen estáticos; al respecto, la capacidad de resiliencia y adaptación que muestra esta compañía tiene que ver con la pasión que comparten por diseñar nuevas propuestas que anticipen la consolidación de las tendencias. “En parte es el ADN que tenemos; somos una empresa que constantemente está innovando la forma de usar los espacios. Y es precisamente esa mentalidad lo que nos hace que podamos renovarnos cada vez que vemos un cambio significativo en el pensamiento colectivo”, puntualiza Emilio.

Asimismo, Alfonso señala que algo que los ha caracterizado desde su inicio es que les gusta anticipar. “Nos encanta el hecho de hacer una mesa redonda y pensar cómo vamos a crear nuevas cosas”.

En ese sentido, la capacidad de cambio no es solo un diferenciador, sino el motor creativo de PÚBLICO. Al respecto, Andrés concluye:

“Adaptarse al cambio no es fácil aun cuando crees que eres una compañía innovadora. Nosotros nos creíamos mucho más dinámicos y flexibles de lo que éramos en ese momento. Y gracias a esta crisis, volvimos a ser emprendedores pero con más responsabilidad con nuestra comunidad, con gente que ha confiado en nosotros, y clientes que son consumidores fieles de nuestra marca. Volvimos a ser PÚBLICO. Volvimos al origen”.

【●】



CÁPITOL^{DU}
DISTRITO URBANO

Inversión inteligente en el sureste mexicano

Por Daniela González
daniela.gonzález@inmobiliare.com

Como consecuencia del crecimiento y diversificación de Grupo Bepensa, así como de la importante actividad económica del estado de Yucatán; en 2014 nace Bterra Desarrollos, una compañía que se ha consolidado como clave para el mercado de inversión inmobiliaria.

Su modelo de negocio tiene los enfoques *Business to Business* (B2B) y Construcción a la medida (*built to suit*). Actualmente se encuentran comercializando seis desarrollos integrales que conforman los sectores corporativo, comercial, servicios y habitacional en la región sureste de México, principalmente en Mérida, Yucatán.

Esta ciudad presenta un *boom* no solo en el sector de real estate, sino en otras industrias, lo cual, permite una economía fuerte que se traduce en plusvalía. Además, la capital yucateca presenta indicadores por encima del promedio nacional en temas de seguridad, calidad de vida y crecimiento poblacional, acercándose casi al millón de habitantes.

Esta ciudad presenta un boom no solo en el sector de real estate, sino en otras industrias, lo cual, permite una economía fuerte que se traduce en plusvalía.

De este modo, cuenta con una demografía diversa en cuanto a edades y niveles socioeconómicos, explicó Santiago Mancebo Landa, Director General de Bterra Desarrollos. Estas características son determinantes para el sector y la absorción del inventario en todos los segmentos.

Por otro lado, la accesibilidad en precios de la tierra permite crear proyectos rentables con tasas de retorno competitivas, expuso Mancebo. Mientras que el entorno de negocios destaca a nivel nacional por la cercanía entre el sector público y privado, la transparencia y acceso a la información que facilitan el desarrollo inmobiliario de una manera más eficiente.

La accesibilidad en precios de la tierra permite crear proyectos rentables con tasas de retorno competitivas, expuso Mancebo.

La ubicación privilegiada de Mérida le permite beneficiarse del crecimiento de otros destinos como Cancún, Playa del Carmen y Tulum, pues existe una importante demanda de capital humano, materiales de construcción, productos agrícolas, entre otros. De acuerdo con el INEGI, esta es la tercera ciudad con menor índice de desempleo del país.

Asimismo, se estima que en los próximos años la zona urbana crezca hasta conectarse de manera conurbada con el puerto de Progreso, el tercero más importante en el Golfo de México. Aunado a ello, la llamada Ciudad Blanca forma parte de la ruta del Tren Maya, un megaproyecto de infraestructura que generará una importante derrama económica.

Es en esta favorable región en la que Bterra comercializa Capitol Distrito Urbano; proyecto que integra comercio, oficinas, residencias y servicios en el área norte de Mérida, conocida por ser la de mayor poder adquisitivo y uno de los puntos económicos e industriales más relevantes de la entidad.

Este desarrollo de usos mixtos cuenta con 31 lotes distribuidos con base en un plan maestro que ha sido diseñado minuciosamente para cumplir con los mejores estándares de urbanización, tecnología y sustentabilidad, que además, facilitan la creación de desarrollo inmobiliario diversificado.

En el área comercial, los lotes son ideales para la construcción de tiendas departamentales, *community centers*, Town Centers, Outlet Malls y Strip Malls. Para la sección habitacional, se proyecta la edificación de vivienda vertical, torres de lujo, Concept Malls y Supermercados. Mientras que para la sección de oficinas se pueden desarrollar inmuebles como torres corporativas, hoteles *business class*, hospitales y consultorios, centros médicos y centros de eventos o auditorios.

Entre las amenidades, destacan módulos de bicicletas que promueven la movilidad activa y sustentable; kioscos con múltiple oferta de servicios, pabellones y parques que equilibran el entorno ambiental, así como iluminación, vigilancia y más.

Bterra Desarrollos conoce y aprovecha las oportunidades de una de las regiones más importantes de México. Con ello, garantiza a sus inversionistas el crecimiento de su dinero, gracias a la calidad, practicidad, bajo riesgo y adecuada planificación de Capitol Distrito Urbano. 



Este desarrollo de usos mixtos cuenta con 31 lotes distribuidos con base en un plan maestro que ha sido diseñado minuciosamente para cumplir con los mejores estándares de urbanización, tecnología y sustentabilidad.

Si estás interesado en más información visita:
www.bterra.mx

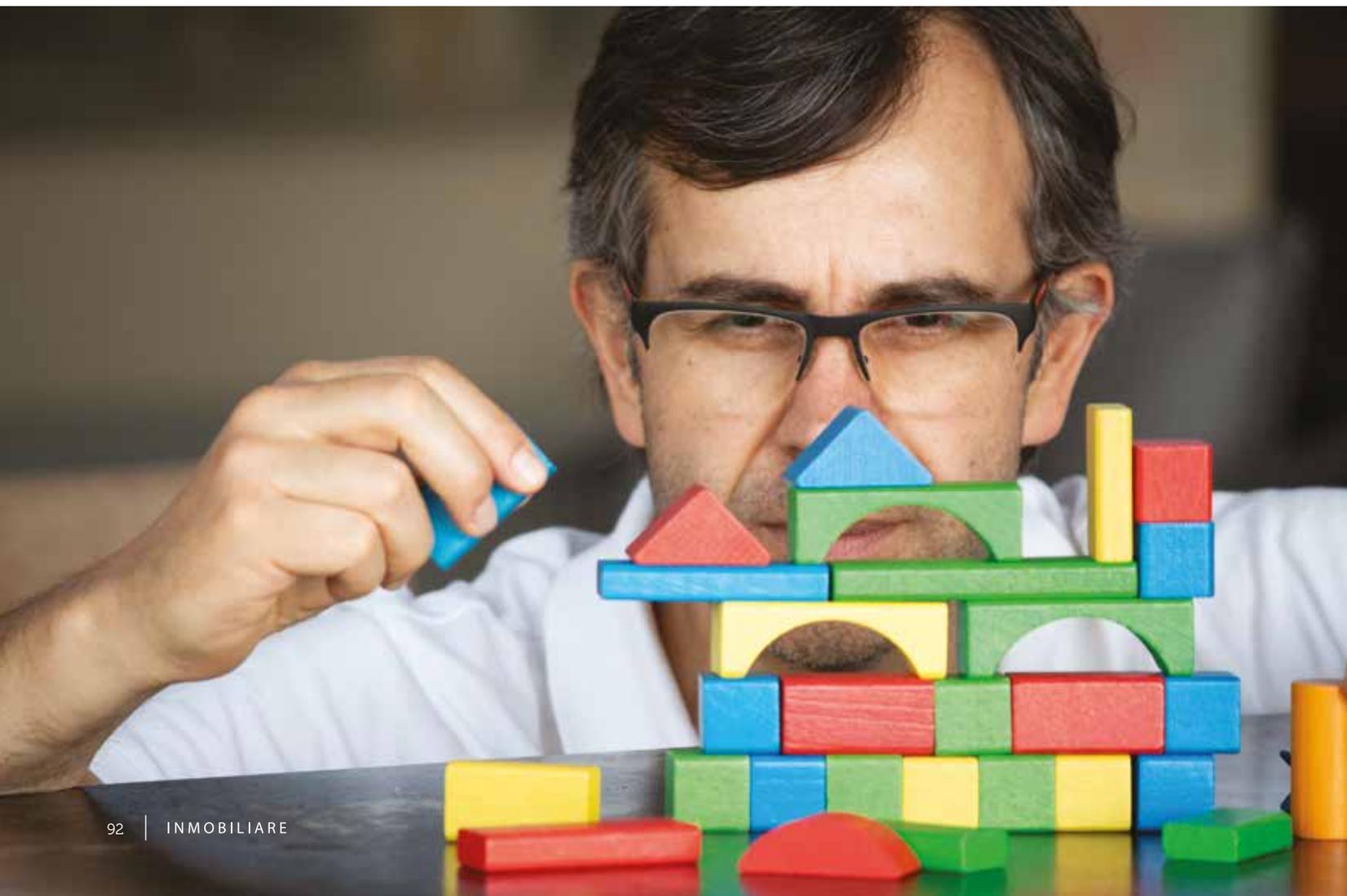
¿Nuevos espacios de trabajo al servicio del ahorro?

¿u orientados a una visión de futuro?

Por: Gustavo O'Farrill Ayala, Fundador / Director de Impacto CREERtm

Piezas rotas, piezas nuevas, no será la misma foto al final del camino

La pandemia irrumpió en nuestras vidas y en la dinámica corporativa, vino de alguna manera a "desarmar" o "romper" las piezas sobre cómo percibíamos el uso de las oficinas, los horarios y hábitos de trabajo, uso de herramientas tecnológicas y estilos de liderazgo. Estamos ante una situación de algunas -piezas rotas y otras piezas nuevas- como parte de la ecuación. Además la mayoría de las empresas se ven en la imperiosa necesidad de reducir gastos, y de usar tecnología como nunca, y mantener los niveles de productividad en el contexto de esta nueva realidad.



Entre esas piezas rotas, por ejemplo, está el ya muy enraizado paradigma de que la productividad depende de que los colaboradores solo trabajan si el jefe los está viendo. Se rompieron los horarios fijos y hábitos de trabajo en la oficina; por ejemplo, el hábito de ciertos jefes que constantemente llaman a sus súbditos para "rebotar ideas", o compartirles datos y hechos irrelevantes, o la constante queja de tener que asistir a múltiples reuniones largas y poco productivas.

Jaime, director en un corporativo familiar importante en el país, con quienes participamos en un proyecto de rediseño, nos compartió hace poco tiempo lo siguiente: "llevo 27 años trabajando en esta empresa. Era un firme convencido de que la productividad de mis equipos se centra en que estén ahí enfrente de mí trabajando, llegando antes y saliendo después del jefe. De pronto, mi vida cambió, y pensé que mi mundo de dirección se desmoronaba. La productividad de trabajo de mi equipo en estos meses se ha mantenido, e incluso quizá ha mejorado".

Otra novedad impuesta por la pandemia, es la pregunta obligada ¿cómo podremos ahorrar reduciendo costos de ocupación y metros cuadrados? Y como todo indica que de ahora en adelante habrá más colaboradores trabajando desde casa algunos días, el proceso se podría percibir como uno relativamente sencillo, reducir los metros cuadrados en arrendamiento o bien, subarrendar, y fin de la historia.

El incremento inimaginable en el uso de la tecnología definitivamente es una de esas piezas que no se tenían contempladas, ¿quién no dio un salto sustancial en el uso de las herramientas? te haya gustado o no, tuvieras aversión al cambio o no, son herramientas que llegaron para quedarse como parte de nuestras vidas. Ya lo decía Charles Kettering: *"Al mundo no le gusta el cambio, pero es lo único que hace el progreso posible"*.

Y es así, que difícilmente se puede pensar en un director de cualquier empresa que no haya tenido que llevar a cabo cambios en los acuerdos con su equipo; su estilo de liderazgo, la forma de delegar y supervisar el trabajo. La tendencia es marcar objetivos más que tareas y actividades.

La pandemia irrumpió en nuestras vidas y en la dinámica corporativa, vino de alguna manera a "desarmar" las piezas sobre cómo percibíamos el uso de las oficinas. Estamos ante una situación de algunas -piezas rotas y otras piezas nuevas- como parte de la ecuación.



**Gustavo O'Farrill Ayala, Fundador /
Director de Impacto CREERTM**

Otra pieza que no es tan nueva pero sí la forma en que se está contemplando dentro de las empresas, es la introducción de horarios flexibles y la implementación de espacios de trabajo no asignados. Según se lee en la página de The Instant Group, Research Report, 2020, *The Growth of Agile Workspace*, hoy en día 96% de las encuestas mundiales contemplan que habrá trabajo remoto; 74% de las empresas harán un cambio a esquemas de trabajo remoto y en oficinas, y estiman que puede llegar hasta un 50-60% del tiempo, de un 10% en situación precovid. Hemos visto que, con este tipo de procesos de rediseño, bien hechos, el costo total de ocupación puede bajar más de 20-25%. Algunos análisis mencionan que el costo de real estate es de un promedio de 9-12% del total de costos, hay el potencial de bajarlos a 5-6%, yendo a un esquema 50:50 *core/flex* (como se le denomina en el medio a la combinación de esquemas de horarios flexibles y fijos).

Real estate como mero costo vs. potencializador de la productividad y generador de bienestar entre los colaboradores

Y aquí es donde surge una pregunta fundamental, ¿cuál será el impacto de los espacios y el real estate en este nuevo armado de cosas? El real estate y el diseño de los espacios generan contexto para los colaboradores y los contextos son importantes para la productividad y la creatividad, y hablan de *empowerment* y confianza, o bien, de control exacerbado. Al final, el cúmulo de actividades que llamamos "trabajo" es 'una experiencia humana' que pasa a través de las personas y de un espacio determinado, así como de su diseño y estilo de uso que manda constantemente mensajes a los colaboradores. Por ejemplo, si el jefe permite tener horarios flexibles, y no necesita ver ahí enfrente a sus colaboradores, el mensaje recibido es "el jefe confía en mí".



Definitivamente una pieza nueva que hemos descubierto en este periodo es la manera como hemos aprendido a ver la dinámica de nuestro hogar o de -la chamba de otros-, o el estudio de los hijos desde otra perspectiva. No ha cambiado el paradigma, y quizá la valoramos aún más y vemos a los demás miembros de nuestra familia con mayor empatía. Por ejemplo, el marido que ve la dinámica del hogar, o de los retos que tiene su pareja en el trabajo.

Vemos ejemplos como el de José, director de área, que nos compartió en entrevista, que por primera vez había visto a su hija de siete años hacer una tarea, y con lágrimas en sus ojos, describía el gozo de ahora poder incluso ayudarla. La satisfacción de Angelina, la asistente del director comercial de una empresa de retail, de poder ver a sus hijos despertarse, atenderlos y abrazarlos, por no tener que salir de su casa a las 5:30 para un trayecto de una hora con 45 minutos a su oficina. O experimentar bloques de tiempos dedicados a un proyecto que implica creatividad y diseño, sin contar con múltiples distracciones de otros colaboradores o del jefe.

"Los edificios (los espacios y los indicadores financieros) deberían servir a las personas, y no al revés", John Portman.

Pero independientemente del impacto que hemos visto por disfrutar o (en momentos) sufrir el trabajo en casa, es una realidad que el real estate, el diseño y la distribución de los espacios, tiene un impacto en la persona, en sus motivaciones, en su proceso de creatividad, en la forma como colabora e interactúa con otros colaboradores. Y vemos como empieza a tener un impacto en los estilos de liderazgo. Por ejemplo, el director de área que había empezado a implementar un programa de trabajo por objetivos, y que al irse todo su equipo a casa, tuvo que acelerar su implementación. Nos comentaba que en ese sentido la pandemia era lo mejor que le había pasado, para forzarse y lograr que sus colaboradores hicieran ese cambio de mentalidad y estilo de trabajo.



Es por ese impacto de las piezas nuevas y el diseño de la nueva foto no puede ser igual, y debemos estar convencidos que el real estate no puede quedarse meramente en cantidad de metros cuadrados, y como se menciona en el análisis de *The Resilient WorkPLAYce*, por Space, "los espacios de oficina deberían de analizarse con una perspectiva distinta para dejar de ser 'contenedores de empleados' y comenzar a verse como posibles herramientas competitivas para las organizaciones".

El proceso de análisis, aprendizaje y rediseño debe construirse desde abajo, desde los mismos colaboradores, sus percepciones y sus más profundos aprendizajes.

En esa misma luz, estamos convencidos que el proceso de análisis, aprendizaje y rediseño de este periodo se debería hacer de manera más metódica e idealmente debe construirse desde abajo, desde los mismos colaboradores, sus percepciones y sus más profundos aprendizajes. Y es que, quizá a lo largo de las últimas décadas hemos 'financiarizado' el real estate de más, es decir, solamente cuenta el mero número, y quizá a base de exprimirlo y exprimirlo, se ha dejado de lado la experiencia humana y a la persona que lo vive, lo utiliza, y que ultimadamente es quien lo paga. Y es así que como decía acertadamente Sir. Winston Churchill, "*Damos forma a nuestros edificios (espacios de trabajo) que después nos moldean de regreso*".

¿Qué está sucediendo?

Es aquí donde surgen algunas preguntas de más alto nivel: ¿Cómo serán vigentes o que tan relevantes serán los espacios de oficinas? 70% de las empresas ya planean reducir el *footprint*.

¿Qué tanto están dispuestos los arrendadores y propietarios a hacer flexibles sus contratos? ¿Cómo afectará el precio de renta? ¿Qué tanto están dispuestos los colaboradores a ya no contar con espacio fijo, con sus fotos y carpetas personales? ¿Los contratos cambiarán a contratos de *free-lance*? y por ende ¿qué tan relevantes serán las áreas de *Corporate Real Estate* (CRE) en las empresas? ¿se convertirán en más estratégicas?

En un estudio reciente de Corenet Global y Cushman and Wakefield, se muestra como pre-covid la preferencia en las empresas de trabajo en oficina era del 59%, y de trabajo híbrido del 29 por ciento. Hoy en día es del 10% solo oficina, comparado con el 58% de híbrido preferentemente en oficina, y de 23% híbrido, pero preferentemente en trabajo remoto.

La tendencia según el estudio de CW, es de menos de 1.3 días semanales y hasta 3 días por semana de trabajo remoto. En los procesos de este tipo hemos visto que en promedio más del 50% de los colaboradores están abiertos a trabajar hasta 50% del tiempo en esquema remoto.

Recientemente llevamos a cabo un proyecto de rediseño para las oficinas corporativas de una empresa de retail, el proyecto tenía como objetivo realizar el análisis y rediseño de sus espacios corporativos, buscando generar ahorros sin descuidar o incluso potenciar la productividad. Esta empresa cuenta con 250 colaboradores, para los cuales tenían asignados, como es normal, 250 espacios fijos de trabajo, incluyendo espacios abiertos, oficinas privadas y semiprivados.



Después de un proceso de levantamiento de información, diversas entrevistas y reuniones con directores de área, miembros del equipo de alta dirección y consejeros, se lograron mapear los principales aprendizajes de este periodo entre los colaboradores, generar nuevas ideas y compromisos en cuanto a estilos de liderazgo. Logramos que el equipo directivo realizara los lineamientos generales para el rediseño, y llevamos a cabo un levantamiento completo del requerimiento de cada área, integrando aprendizajes, mejores prácticas, lineamientos de dirección, y aquellos elementos que más contribuirían al trabajo orientado a objetivos.

Se llegó a la conclusión que, en promedio ponderado, los colaboradores dedicarían aproximadamente 40% del tiempo trabajando bajo un esquema remoto, y que tan solo un 45% contarán con un lugar fijo asignado, es decir, tan solo se requerirían 110 lugares fijos asignados, ya fueran privados, semiprivados o abiertos asignados. Y el equipo restante, 140 colaboradores, llevarían a cabo su trabajo en espacios flexibles / no asignados.

Las empresas pueden tomar una de las alternativas: esperar y ver a dónde les lleva la corriente, hasta alcanzar un "impacto por choque", ... o bien, tomar el control, aprender y escuchar a los equipos para lograr un "impacto por diseño".

En este proyecto en particular, realizamos un proceso de análisis exhaustivo y detallado de -hora colaborador- en la oficina al mes, lo cual arrojó que solamente serían necesarios aproximadamente 45 espacios abiertos flexibles. Es decir, de 250 lugares fijos se pasaría a 155, a un ratio de 0.61 lugares por colaborador. Se lograría reducir el requerimiento total de metros cuadrados en un 35 por ciento. Y encontramos que, de manera generalizada, sí hay apertura para dejar el espacio fijo asignado a cambio de horas de trabajo en casa. Tomando en cuenta que no en todos los casos la reducción de metros cuadrados requeridos sería un cálculo lineal o proporcional, ya que mucho dependerá del armado y la conceptualización de la distribución de las áreas comunes, salas de reunión pequeñas, espacios colaborativos, y esquinas lounge, cocinetas, cabinas para llamadas por teléfono, entre otros.

Y porque los espacios flexibles no se usarán con 100% de eficiencia, es decir, habrá días que más colaboradores asistirán a oficina que otros, por ejemplo, viernes tienden a ser días de poca asistencia, y miércoles de alta. Además, para mayor eficacia en el uso de los espacios flexibles no asignados, sugerimos que parte de estos espacios estuvieran en una zona común no exclusiva para ninguna de las áreas en particular, promoviendo convivencia y comunicación interáreas entre los equipos.



Impacto por choque o impacto por diseño

¿Qué alternativas tienen las empresas para afrontar esta situación? ¿Qué se propone como mejores prácticas para afrontar y poder capitalizar este problema? Convirtiéndolo en fortaleza.

*“Estamos llamados a ser arquitectos del futuro no sus víctimas”,
R. Buckminster Fuller.*

Es un hecho que el concepto de Flexibilidad en cuanto a los espacios de trabajo, es una realidad ineludible, y ante ello, las empresas pueden tomar una de las alternativas. Básicamente, una es esperar y ver a dónde les lleva la corriente, hasta alcanzar un “impacto por choque”, es decir, al final del camino nos la arreglamos y ya veremos cómo y cuándo podremos “soltar lastre”, soltando metros cuadrados a lo largo del camino, y cuando regresemos ya quitaremos algunos escritorios con la esperanza de que todos quepamos. O bien, tomar el control, aprender y escuchar de los equipos, y lograr un “impacto por diseño”.

Nosotros sugerimos fuertemente que sea la segunda opción, el costo de oportunidad de no hacerlo, y los beneficios de capitalizar estos aprendizajes son tan importantes que amerita atenderlos de manera más metódica, integrando a los equipos en el proceso.

Durante años hemos promovido el pasar de ver al real estate como un ‘mero costo’ a un *other income* (consejo que me dio hace años una amiga que era directora de un área de real estate en Walmart) y yo añadiría pasar de un mero requerimiento de espacio (a final de cuentas la gente tiene que trabajar en un lugar, bueno, malo, caro o barato, ni modo de no dárselos), a un nuevo potencializador de energías, creatividad, entusiasmos y de nuevas y mejores formas de colaboración.

La tendencia es clara, la práctica de espacios colaborativos ya venía en incremento durante los últimos 3-4 años, pero todavía no se entiende bien. Por ejemplo, la creación de rincones colaborativos dentro de los espacios de trabajo, donde se cuenta con un área abierta con una mesa para 4-5 personas o un par de sillones (sí leímos bien, *sillones*) para sentarse a dialogar, a crear, y diseñar, o bien la introducción de cocinetas amplias que además son lugares de trabajo, quizá con mesas y sillas altas para trabajo en equipo, salas de reuniones más democráticas, es decir, menos salas de reunión al lado de las oficinas del director, que “están disponibles para todos”, pero que en la práctica nadie usa por temor a incomodar de cualquier manera al jefe.

Hay que llevar a cabo un ejercicio de profunda transformación e impacto, conscientes de que dejar pasar esta increíble oportunidad sería una negligente omisión. Porque, además, de manera irremediable, la forma en que se realice este proceso mandará un poderoso mensaje a los colaboradores, al hacerlos sentir escuchados y contentos, partícipes y artífices de su propio futuro.

Entre las entrevistas, una gerente de área nos dijo: “nunca la empresa me había hecho partícipe de un proceso de cambio, nunca me había preguntado qué pensaba sobre algo”, este cambio puede ser la oportunidad posiblemente irrepetible de hacerlo con nuestros colaboradores.



Si bien es cierto que los colaboradores quieren contar con tiempo de trabajo remoto, y han gustado los beneficios de ello, es cierto que ven la importante necesidad de regresar a la oficina y desarrollar ciertas actividades en ella. En un estudio reciente del *Center for Real Estate And Urban Analysis, The George Washington University*, mencionan los siguientes hallazgos clave: una mezcla de oficina y trabajo remoto maximizan la productividad del individuo y el rendimiento organizacional. Y segundo, los colaboradores quieren opciones y libertad en relación con lugar de trabajo, pero muy pocos quieren trabajar exclusivamente, de forma remota.

Pero ¿por qué quieren regresar? Según el estudio de Gensler, *U.S. Workplace Survey Summer / Fall 2020*, hay dos razones fundamentales, que son el contar con la relación humana presencial y el poder llevar a cabo procesos de colaboración interpersonal. Y es así como el rediseño debería estar alineado a estos objetivos, es decir, optar por más espacios que fomenten la colaboración, por encima de los lugares individuales, acondicionar adecuadamente las salas de reuniones, y que haya facilidad y apertura para utilizarlas a través de aplicaciones, así como contar con espacios colaborativos, cocinetas de trabajo, etc.



La creación y disponibilidad de espacios interdisciplinarios o interáreas, rompe paradigmas de trabajo individual y genera pensamientos diferentes e innovación. Así como la necesidad de pensar, repensar y reinventarse constantemente. Es sabido, a través de los últimos estudios de neurociencia que el cerebro humano piensa y realiza conexiones de diferente manera si está en un espacio o en otro, lo cual genera una predisposición diferente a la solución de problemas o generación de procesos corporativos. No basta introducir espacios abiertos, como mencionó un estudio de la *Royal Society, "The impact of the 'open' workspace on human collaboration"* de Ethan S. Bernstein and Stephen Turban, del 2 de julio 2018, donde concluyeron que quitar paredes no genera más comunicación interpersonal, por ello dependemos de espacios que sí lo fomenten y los tiempos de calidad en la oficina para este propósito. Varios de los *focus groups* del estudio de Cushman and Wakefield, coincidieron que los colaboradores dentro de oficina tienen más posibilidades de innovar y crear, porque el proceso creativo es "más efímero, orgánico y menos agendado".

Nos parece que llevando un proceso relativamente sencillo, puede ser altamente poderoso, sin embargo, nosotros sugerimos que contenga por lo menos los siguientes elementos esenciales: a) realizar un costeo de la ocupación de los espacios actuales; b) llevar a cabo entrevistas con los colaboradores o en su caso con directores de área, y ellos lleven a cabo reuniones de intercambio para conocer los aprendizajes y las reflexiones de este periodo de pandemia por parte de los miembros de sus equipos; c) integrar esos hallazgos y aprendizajes en un documento para que posteriormente, el equipo directivo determine las líneas de acción y parámetros; d) dentro de los cuales los equipos podrán hacer un requerimiento de cosas en relación a las nuevas oficinas y espacios; e) llevarlo al proceso de costeo paramétrico, aprobaciones; f) diseño de proyecto; y g) ejecución de las remodelaciones y adquisición de mobiliario.

Reduciendo gastos, pero al mismo tiempo favoreciendo y fortaleciendo elementos de la familia, productividad, pertenencia, creatividad, innovación y siendo atractivos para las nuevas generaciones tomando en cuenta que "para finales del 2021, la Generación Z (nacida entre 1997-2002) representará 36% de la fuerza de trabajo". Financial Executives International, AI & Automation.

Hay que buscar llevar a cabo un ejercicio de profunda transformación e impacto, conscientes de que dejar pasar esta increíble oportunidad sería una negligente omisión.



Lograr la perfecta combinación de casa y oficina para cada empresa será diferente, pero sugerimos sea a través de un proceso que integre aprendizajes, nuevos objetivos, nuevas circunstancias y que integre a los equipos recordando que incluso en esta dificultad los altos directivos también están aprendiendo. Si los colaboradores perciben que dentro de este devenir de eventos y cambios, el equipo directivo está más orientado hacia ellos, los escucha los hace parte del proceso e integra sus inquietudes y aprendizajes, entonces cambiarán su forma y percepción de la empresa donde trabajan, su motivación crecerá y aumentará la productividad. Y no dejaremos pasar esta oportunidad de oro para que a través del real estate y los espacios logremos los objetivos corporativos esperados.

En realidad, no es indispensable realizar una inversión muy grande para ver un cambio de los nuevos espacios de oficinas, únicamente hay que realizar cambios de elementos que tengan un impacto directo en el ánimo o el sentir del personal. Algo tan sencillo como nuevos colores y más luz en los espacios de trabajo, puede tener un impacto significativo en el ambiente laboral de la empresa. Hay diversos artículos que argumentan los elementos que impactan a nuestros colaboradores. *"How Do We Design Workplaces That Support Mental Health And Well-Being"*, por Dr. Pragma Agarwal, Forbes Magazine, junio 24, 2018; y *"Remote vs The office: the impact of workspace on performance"*, September 10, 2020, CIC.

Preveamos que será un paso de oficinas que promueven el desempeño individual en un lugar privado, pasar de su 'coto de poder' y fuente de seguridad, a la interacción en espacios de colaboración, de encuentro, y centrados en la productividad de muchos orientados a un mismo objetivo dentro de proyectos. Dicho de otra manera, ahora los equipos serán la unidad básica de las organizaciones para lograr la productividad. Y creemos que el trabajo será menos orientado a la mera 'transaccionalidad', es decir, a hacer lo que me piden y cuidar de no tomar riesgos en relación con lo que perciben los demás de mi trabajo, y abocarse a hacer lo que me piden. Y se orientará forzosamente a que los colaboradores se perciban más como parte de equipos y proyectos, orientados a objetivos y resultados colectivos. En todo ello creemos que el *real estate* y el rediseño juegan un papel fundamental. [•]

Para obtener más información
gustavo.ofarrill@creertm.com

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

Inteligencia para la nueva normalidad: tendencias en *smart buildings*

Por Daniela González
daniela.gonzalez@inmobiliare.com

Contrario a lo que pudiera pensarse, los *smart buildings* también conocidos como edificios inteligentes, han existido por más de tres décadas. Durante ese periodo y hasta la actualidad, la definición de estas edificaciones, así como las innovaciones tecnológicas que se aplican en ellas, han ido progresando bajo el objetivo común de optimizar las operaciones. De este modo, se originan nuevas oportunidades que toman mayor relevancia frente a la pandemia por Covid-19 y el ingreso a la nueva normalidad.

¿Qué es un edificio inteligente?

El concepto se origina de *smart building*, traducido al español como edificio inteligente; sin embargo, en inglés *smart* e *intelligent* refieren a dos cosas distintas. *Intelligent* es algo que se puede medir con una prueba IQ para identificar la agudeza mental humana, es decir, no es aplicable a una edificación. Mientras que *smart* es una cualidad que se obtiene con la experiencia. Esta la puede adquirir un inmueble mediante recolección de datos y manejo de información a través de diversos dispositivos que permiten cumplir un objetivo en específico. Así lo explicó en entrevista con Inmobiliare, María L. Valdez, Managing Director - Sales, Transitions & Governance de Newmark México.





**María L. Valdez, Managing Director
- Sales, Transitions & Governance
de Newmark México.**

Para la presidenta del IMEI, un *smart building* atiende cinco factores principales: aplicación de tecnología; calidad ambiental interior; bienestar; responsabilidad social corporativa y adoptar soluciones en función de un propósito particular. Este último es el eje principal para identificar las necesidades y en línea con las otras tendencias lograr un sistema integral que aporte múltiples beneficios a propietarios y usuarios.

Por su parte, María Valdez comentó que todo inmueble es susceptible de convertirse en inteligente si reúne cinco características esenciales:

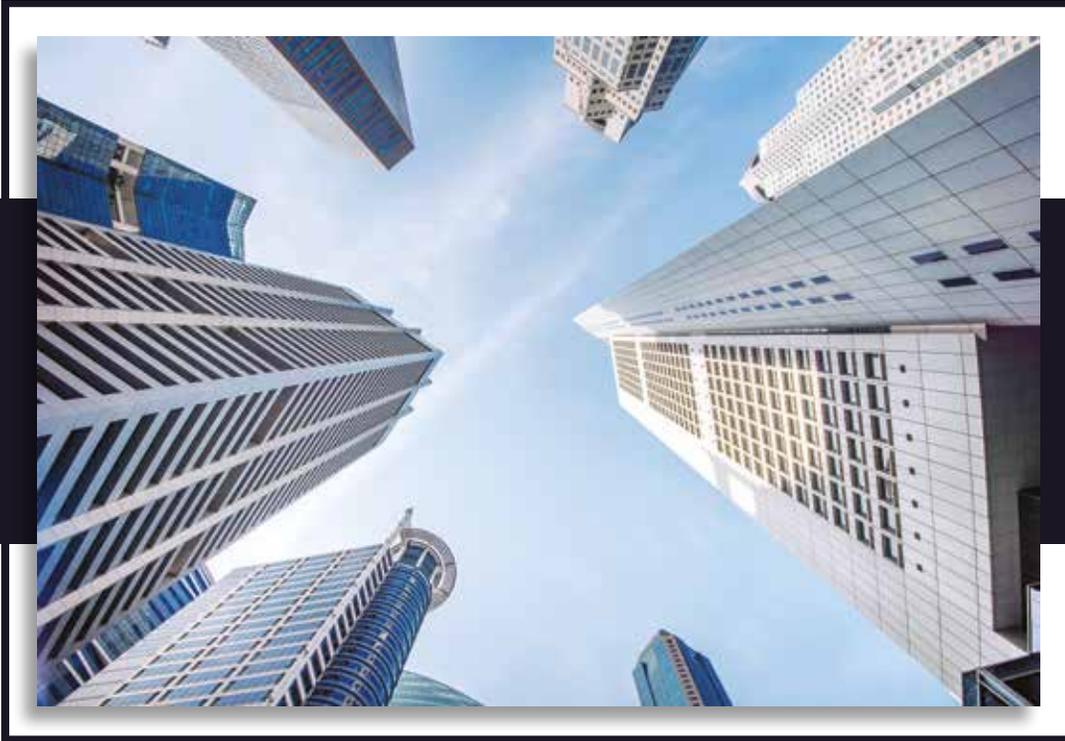
1. Consumo eficiente. Contar con sistemas de ahorro de energía y agua que optimicen el suministro con base en la información recolectada sobre el consumo.
2. Integra sistemas de control. Es decir, tiene un sistema principal que comprende diferentes dispositivos para eficientar la administración y operación de forma automatizada.
3. Seguridad. Adopta herramientas innovadoras para garantizar la seguridad de sus usuarios.
4. Flexibilidad. Una edificación flexible permite que se puedan adaptar mejoras y cambios tecnológicos continuos.
5. Ergonomía. Brinda confort y un entorno de mayor comodidad que mejora la experiencia de los usuarios.

En este sentido, "se considera que un edificio es inteligente cuando puede satisfacer de manera automatizada y controlada, las diferentes demandas entre las que se encuentran seguridad, energía, o confort, para lograr mayor eficiencia y menor costo de operación", agregó. Un *smart building* está intercomunicado. Cuenta con sensores que transmiten señales a un centro de control que recibe y decodifica la información, y según la programación predeterminada, puede dar órdenes oportunas y ejecutar una función o tarea en particular, comentó la especialista en Facilities Management.

Por su parte, Elsa Yañez, Presidenta de la Asociación Mexicana del Edificio Inteligente y Sustentable (IMEI) destacó que una característica primordial para un *smart building* es la interoperabilidad, en donde varios sistemas conviven juntos y transmiten información, consiguiendo crear una mejor experiencia para inquilinos y/o visitantes. Asimismo, compartió que desde la organización que dirige, trabajan de manera conjunta con otros actores del mercado inmobiliario, para lograr una redefinición del concepto de inteligente. Tomando en cuenta que esta categoría debe entenderse desde distintas perspectivas.

**Elsa Yañez, Presidenta de la
Asociación Mexicana del Edificio
Inteligente y Sustentable (IMEI).**





María Valdez señaló que el concepto de *smart building* es aplicable a todas las tipologías de inmuebles, ya sean oficinas, hospitales, hoteles, museos, viviendas, centros comerciales, entre otros. Pero la solución más adecuada es la que se adapta a las necesidades de los propietarios, y a su vez, de los inquilinos.

“Hay opciones que son muy atractivas y altamente eficientes, pero elevan las inversiones iniciales. Al final depende mucho de cuánto quiera y pueda invertir el propietario”, expuso. Por otra parte, hacer una fuerte inversión podría llevar a que algunas propiedades sean asequibles solo para quien pueda y esté dispuesto a pagar precios más altos de ocupación. “Existen alternativas menos robustas en cuanto a sistemas de automatización y tecnología que permiten mantener la operación en un costo relativamente amable y aumentar la eficiencia. Todo depende de qué es lo que buscan las empresas, qué les interesa monitorear o hacer inteligente y qué tanto están dispuestas a invertir”, añadió.

Invertir en edificios inteligentes se traduce en importantes beneficios. En cuanto a los propietarios, implementar sistemas inteligentes hará más atractivos sus edificios, al mismo tiempo que podrán obtener grandes reducciones en costos de energía y operación.

Para las compañías que rentan espacios al propietario, algunos de los beneficios que podrán ofrecer a los usuarios finales son mayor confort y seguridad. Para el personal de mantenimiento facilitan anticipar fallos gracias a la data almacenada y al estudio que se hace de esta.

“Se considera que un edificio es inteligente cuando puede satisfacer de manera automatizada y controlada, las diferentes demandas entre las que se encuentran seguridad, energía, o confort, para lograr mayor eficiencia y menor costo de operación”. María Valdez, Managing Director - Sales, Transitions & Governance de Newmark México.

Soluciones para la nueva normalidad

Elsa Yañez destacó que frente a la coyuntura actual, la adopción de soluciones inteligentes ayudará a incrementar la confianza de las personas para regresar a espacios, por ejemplo, de oficinas. Es importante recordar que a raíz del virus, las tasas de ocupación han disminuido considerablemente. No obstante, los espacios corporativos y de trabajo continúan siendo esenciales para muchos sectores, por lo que a mayor seguridad el reingreso será más factible.

Asimismo, apuntó que orientar las innovaciones *smart* hacia el tema del bienestar ayudará a las empresas a tener una mejor conexión con sus empleados al brindarles opciones que aporten a su calidad de vida; lo que finalmente, se verá reflejado en el desempeño laboral. En este sentido, la calidad ambiental interior es uno de los aspectos esenciales. Y esto incluye factores como el confort térmico, la calidad y limpieza del aire, las condiciones acústicas, o la iluminación, que al optimizarse mejoran la habitabilidad de los espacios y la productividad de los usuarios, además de disminuir el gasto energético.

En el marco de la nueva normalidad hay diferentes tecnologías que se pueden implementar para garantizar la seguridad de los usuarios. Pero es importante reconocer que esto implica requerimientos específicos en cuanto a infraestructura, capacidad de inversión en un entorno ya restringido económicamente y conectividad. Por esta razón, muchas de las innovaciones que ya existen en el mercado son difíciles de implementar en América Latina, mencionó María Valdez. Sin embargo, ya existen opciones inteligentes que toman mayor relevancia en México, como los sistemas de seguimiento de contacto.

Estos pueden identificar oportunamente los riesgos de exposición para los ocupantes de un inmueble. De modo que, si alguien resulta positivo a la prueba del virus, el sistema puede rastrear de manera retroactiva su contacto en función de los registros de ingreso a un mismo inmueble. Así, se puede informar a las personas responsables y determinar no sólo quiénes están en riesgo de haber contraído el virus, sino qué áreas deben sanitizarse y tomar medidas preventivas para minimizar la propagación. Como consecuencia, esto dará mayor tranquilidad a los empleados.

Entre otras alternativas que, aunque pueden ser más sofisticadas resultan ampliamente interesantes, se encuentra el monitoreo de distanciamiento social en tiempo real. Esto se hace mediante cámaras se detecte si se cumple con la sana distancia o si el aforo adecuado se rebasa, facilitando el cumplimiento de los protocolos de manera inmediata. Mientras que las cámaras de detección térmica, que además de medir la temperatura, pueden planificar escenarios para estar preparados y mitigar la presencia de patógenos. Para ello, utilizan la tecnología de luz ultravioleta UV-C que es cada vez más popular. Del mismo modo, existen sistemas para observar las tasas de cambio de aire, es decir, identificar cuánto aire nuevo entra y cuánto aire viciado sale, así como el nivel de humedad y temperatura.

Otros sistemas están más orientados a la gestión de espacios y permiten generar mapas con los datos de ocupación. Con el gran auge que ha tomado el trabajo remoto, ya no es necesario tener un lugar fijo de trabajo y a través de la tecnología, es posible reservar, conocer el nivel de ocupación y el estado de sanitización. Para ello, algunas empresas hacen uso de aplicaciones y softwares especializados que los inquilinos pueden usar desde sus celulares.

“En Newmark podemos manejar y operar los espacios inteligentes sin ningún problema para buscar siempre eficiencias y ahorros; a su vez podemos ofrecer soluciones tecnológicas que ayuden a la experiencia del usuario a través de plataformas especializadas”, comentó María Valdez. Tal es el caso de Newmark Neighborhood, una app que en tiempo real facilita reservar un sitio de trabajo y mantener informados a todos los involucrados en la administración y ocupación, respecto a la disponibilidad de espacios y detalles de seguridad, lo que posibilita una mejor comunicación y transparencia.

Certificaciones para *smart buildings*

Certificar un inmueble garantiza no solo que las operaciones se llevan a cabo de una manera eficiente, sino que además, se cumplen las prácticas con estándares de excelencia, lo que otorga valor agregado a las edificaciones dentro del mercado. Elsa Yañez comentó que desde el IMEI que es una asociación sin fines de lucro y forma parte del capítulo Building Owners and Manager Association (BOMA), se han especializado en hacer llegar a la comunidad inmobiliaria la información más relevante respecto a la implementación de alternativas inteligentes; además de promover dos certificaciones muy importantes: BOMA 360 y BOMA BEST que aplican para edificaciones ya existentes y en operación.





En este sentido, la implementación de soluciones inteligentes es un vehículo para garantizar mayor calidad en los inmuebles. Al respecto, el IMEI busca consolidarse como una entidad de referencia y punto de encuentro en el que desarrolladores y propietarios puedan tener acceso a la información más relevante sobre temas de *smart buildings* y las tendencias que se pueden observar a nivel mundial y local. A fin de que a partir de un diálogo constante entre especialistas, se pueda redefinir el concepto de edificio inteligente y reconocer cuáles son sus principales beneficios, costos y alternativas. Esta es la tarea que la organización desarrollará en los próximos meses.

No obstante, la Presidenta del IMEI, destacó que a causa de la pandemia, asociaciones como la que dirige que representan puntos neutrales en las industrias, están viendo recortados sus fondos. Por ello, considera importante resaltar el papel de estos organismos que son primordiales para el desarrollo de sectores como el inmobiliario y hacer visible la importancia que tienen las aportaciones por parte de las empresas.

“A través de la certificación BOMA BEST se obtienen puntos GRESA completos, lo cual es muy importante para aquellas compañías que cotizan en bolsa, pues demuestran que tienen un valor por encima del mercado”, aseguró Elsa Yañez, Presidenta del IMEI.

BOMA 360 califica la excelencia de los procedimientos en áreas como el uso de tecnología, análisis de riesgos, entorno e impacto ambiental. Mientras que BOMA BEST pone mayor peso en el desempeño energético, el impacto medioambiental, la gestión de desechos y el bienestar de los ocupantes. BOMA BEST tiene los niveles Certificado Bronce, Plata, Oro o Platino, que se otorgan de acuerdo a los puntos reunidos en los distintos aspectos a evaluar, además de que se basan en el índice GRESA. “A través de la certificación BOMA BEST se obtienen puntos GRESA completos, lo cual es muy importante para aquellas compañías que cotizan en bolsa, pues demuestran que tienen un valor por encima del mercado”, aseguró Yañez.

Otro dato relevante es que BOMA BEST puede aplicarse a portafolios de propiedades. Esto es muy importante para las empresas que tienen una misma metodología y por lo tanto puede aplicarse la evaluación a todo su portafolio. La verificación de un portafolio toma un lapso de cinco años, certificando 20% de manera anual, especificó Elsa Yañez.



Próximas tendencias para edificios inteligentes

María Valdez señaló que la firma Markets & Markets indicó que en 2019, el mercado de *smart buildings* alcanzó poco más de 60 mil 700 millones de dólares y pronosticaba que tendría una tasa de crecimiento anual de 11.7% hasta 2024. Pese a la pandemia, los especialistas indican un crecimiento exponencial. En la actualidad, algunas de las soluciones inteligentes más demandadas para la nueva normalidad son las enfocadas en control de accesos, gestión de espacios, calidad del aire y confort. Mientras que para los próximos años, cuatro desarrollos tecnológicos se proyectan como los más relevantes:

La firma Markets & Markets indicó que en 2019, el mercado de *smart buildings* alcanzó poco más de 60 mil 700 millones de dólares y pronosticaba que tendría una tasa de crecimiento anual de 11.7% hasta 2024.

1. Predicción del comportamiento. Esta tecnología facilita realizar controles predictivos del comportamiento del inmueble y la ocupación, con el fin de optimizar costos de operación. Esto hará posible identificar los días y horarios con mayor afluencia para determinar en qué momentos los sistemas del inmueble, requieren operar a su máxima o mínima capacidad. De esta forma, optimiza el tiempo de vida y el uso de la energía.
2. Gemelos digitales. Son réplicas digitales que hacen posible simular escenarios para identificar necesidades y prevenir dificultades. Así, permiten generar una importante reducción de costos y riesgos.
3. Bienestar de las personas. La consolidación y estandarización *smart* no se basará solo en la búsqueda de eficiencias, sino en proteger a las personas y darles una mejor experiencia, atendiendo su salud y calidad de vida.
4. Eficiencia energética. Actualmente los edificios consumen el 47% de la energía global y aproximadamente la mitad de ese gasto energético viene de los sistemas de enfriamiento. Por esa razón, mantener el rendimiento de los enfriadores se convierte en una tarea elemental que puede facilitarse mediante la tecnología.



PRODUCTO HIPOTECARIO ESTRELLA POR INSTITUCIÓN BANCARIA MARZO 2021



Por:



PREAUTORIZA TU CRÉDITO EN LÍNEA
www.crediteka.com

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

PAGO CRECIENTE A 20 AÑOS

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

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

SANTANDER HIPOTECA FREE

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): 10.65%

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$8,550

Aforo Máximo: Tradicional 90%
Apoyo Infonavit 95%
Cofinanciamiento 111%
Sin tope para clientes Select

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$ 250,000

Comisión por apertura: Sin comisión por apertura

CAT promedio sin IVA: 10.70%

Ingreso bruto requerido: \$22,208

Otras características del crédito:

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

SCOTIABANK CREDIRESIDENCIAL VALORA

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): Tasa inicial desde 9.00% hasta 11.00%

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$8,953.47

Aforo Máximo: Hasta el 95%

Monto mínimo de crédito: \$250,000

Valor mínimo de la vivienda: \$400,000

Comisión por apertura: 0.75% Apoyo Infonavit y Cofinavit
1.25% Sin Apoyo Infonavit y Cofinavit

CAT promedio sin IVA: 11.0%

Ingreso bruto requerido: \$16,054.55

Otras características del crédito:

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

HIPOTECA PERFILES CITIBANAMEX A TU MEDIDA

Tasa de interés

(intereses reales del crédito deducibles): De 9.50% hasta 10.25%

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$9,149.52

Aforo Máximo: 90% *

Monto mínimo de crédito: \$300,000

Valor mínimo de la vivienda: \$750,000 **

Comisión por apertura: 0%

CAT promedio sin IVA: 11.2%

Ingreso bruto requerido: \$27,109.70

Otras características del crédito:

- Sin comisiones por apertura de crédito, de administración o prepagos, sin incrementos en la tasa de interés.
- Incremento del pago mensual (sin seguros) del 2% anual respecto a la mensualidad del año inmediato anterior.
- Reconoce tu buen historial crediticio.
- Beneficios adicionales si cuentas con otros productos Citibanamex.
- Plazo único de 20 años.
- Aplican términos y condiciones.
- Consulta condiciones de contratación en www.citibanamex.com

* Para productos cofinanciados con Infonavit / Fovissste.

** Valor Mínimo de Vivienda: Macroplaza (CDMX, GDL y MTY) \$1,000,000 y resto de la República \$750,000.

HSBC PAGO BAJO

Tasa de interés

(intereses reales del crédito deducibles):

Tasa de interés fija anual desde 7.95% a 8.90% (1)

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones):

\$7,811 (2)

Aforo Máximo:

Hasta el 90% Adquisición Tradicional (3)

Monto mínimo de crédito:

\$200,000

Valor mínimo de la vivienda:

\$350,000

Comisión por apertura:

0%

CAT promedio sin IVA:

10.4%

Ingreso bruto requerido:

\$12,018 (Ingreso Neto requerido)

Otras características del crédito:

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

PAGO BAJO

- CAT Promedio "Crédito Hipotecario HSBC Pago Bajo" 10.8% Sin IVA. Informativo. Vigencia al 31 de mayo 2021. Fecha de cálculo: 01 de diciembre 2020. Cobertura Nacional. Crédito en Moneda Nacional. Información sujeta a cambios sin previo aviso. Sujeto a aprobación. Consulte requisitos, términos, condiciones de contratación y comisiones en www.hsbc.com.mx
- (3) El porcentaje máximo de financiamiento con base en la capacidad de pago e historial crediticio del cliente.
- Acérquese a su sucursal más cercana o a un Centro Hipotecario y pregunte por las opciones de financiamiento que tenemos para usted. Consulte www.hsbc.com.mx/hipotecario



HIPOTECA CRECIENTE BBVA

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

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

Aforo Máximo: 90%

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$300,000

Comisión por apertura: Sin Comisión por Apertura

CAT promedio sin IVA: 14.3%

Ingreso bruto requerido: \$26,603

Otras características del crédito:

- Plazo único de 20 años.
- Aplica para programas de Apoyo Infonavit, Cofinavit, Alia2 y Respalda2.
- Su mensualidad incluye 5 coberturas de seguro: vida, daños al inmueble, responsabilidad civil, contenidos y desempleo.
- Datos calculados sobre un crédito de \$1,000,000 con un valor de vivienda de \$1,111,111.
- Comisión de Autorización Diferida mensual: 0.25 al millar sobre el monto de crédito.
- Aforo del 90%
- Plazo a 20 años
- LEGALES: CAT Promedio 14.3% Sin IVA, para fines informativos y de comparación. Vigencia hasta el 30 de abril de 2020.
- Para conocer los términos y requisitos de contratación, condiciones financieras, monto y conceptos de las comisiones aplicables llama al Centro de Atención Hipotecario: (55) 1102 0015, consulta los servicios electrónicos proporcionados en el sitio de Internet www.bbva.mx o bien acude a una Sucursal. Tasa fija de interés anual. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Sujeto al cumplimiento de los requisitos necesarios para su contratación y a la revisión del historial crediticio actualizado del solicitante.



PAGO FIJO A 20 AÑOS

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

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

HIPOTECA FUERTE BANORTE

Tasa de interés

(intereses reales del crédito deducibles): 7.50%

Mensualidad Integral

(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$9,299.52

Aforo Máximo:

90% Tradicional
95% Apoyo Infonavit y Cofinanciados
93% en Cofinavit si el valor de la vivienda supera los \$7,000,000 (Cofinavit + Banorte=110% del valor avalúo siempre y cuando el valor avalúo tope en \$7,000,000).

Monto mínimo de crédito:

\$75,000

Valor mínimo de la vivienda:

\$350,000

Comisión por apertura:

1% (puede ser financiada)

CAT promedio sin IVA:

9.8% (1)

Ingreso bruto requerido:

\$18,599.04

Otras características del crédito:

- Crédito a Tasa Anual Fija desde 7.50%, tasa asignada de acuerdo a su comportamiento crediticio.

** La comisión por apertura puede ser financiada.

- Si eliges Seguros Banorte puedes decidir entre cobertura Amplia o Básica. Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos en banorte.com. Aplican restricciones, información sujeta a cambios sin previo aviso. (1)Hipoteca Fuerte Banorte CAT Promedio 9.8% sin IVA, para tasa 7.50%, en plazo de 20 años con un crédito de \$1,000,000 de pesos, financiamiento del 90% con cobertura de seguro Básica en Adquisición de vivienda esquema tradicional. Calculado al 03 febrero 2021. Para fines informativos y de comparación exclusivamente. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito.

SANTANDER HIPOTECA FREE

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): 10.65%

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

Aforo Máximo: Tradicional 90%
Apoyo Infonavit 95%
Cofinanciamiento 111%
Sin tope para clientes Select

Monto mínimo de crédito: \$100,000

Valor mínimo de la vivienda: \$250,000

Comisión por apertura: Sin comisión por apertura

CAT promedio sin IVA: 10.7%

Ingreso bruto requerido: \$24,358

Otras características del crédito:

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

SCOTIABANK CREDIRESIDENCIAL PAGOS OPORTUNOS

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): Pago Tasa inicial 9.95% que disminuye año con año, a partir del año 5 al 20 se manejará la tasa 9.20%.

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

Aforo Máximo: Hasta el 95%

Monto mínimo de crédito: \$250,000

Valor mínimo de la vivienda: \$400,000

Comisión por apertura: 0.75% Apoyo Infonavit y Cofinavit
1.25% Sin Apoyo Infonavit y Cofinavit

CAT promedio sin IVA: 11.6%

Ingreso bruto requerido: \$17,672.73

Otras características del crédito:

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

HIPOTECA PERFILES CITIBANAMEX

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): De 9.50% hasta 10.25%

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$10,172.86

Aforo Máximo: 90% *

Monto mínimo de crédito: \$300,000

Valor mínimo de la vivienda: \$750,000 **

Comisión por apertura: 0%

CAT promedio sin IVA: 11.2%

Ingreso bruto requerido: \$ 29,065.31

Otras características del crédito:

- Sin comisiones por apertura de crédito, de administración o prepago, sin incrementos en la mensualidad ni en la tasa de interés.
- Reconoce tu buen historial crediticio.
- Beneficios adicionales si cuentas con otros productos Citibanamex.
- Plazos disponibles: 10, 15 y 20 años.
- Aplican términos y condiciones.
- Consulta condiciones de contratación en www.citibanamex.com

* Para productos cofinanciados con Infonavit / Fovissste

** Valor Mínimo de Vivienda: Macroplaza (CDMX, GDL y MTY) \$ 1,000,000.00 y Resto de la República \$ 750,000.00.

HSBC PAGO FIJO

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): Tasa de interés fija anual desde 7.95% a 8.90% (1)

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$8,795 (2)

Aforo Máximo: Hasta el 90% Adquisición Tradicional (3)

Monto mínimo de crédito: \$ 200,000

Valor mínimo de la vivienda: \$ 350,000

Comisión por apertura: 0%

CAT promedio sin IVA: 10.4%

Ingreso bruto requerido: \$13,531.00 (Ingreso Neto Requerido)

Otras características del crédito:

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





HIPOTECA FIJA BBVA

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): Desde 7.90% hasta 10.40%

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$9,396

Aforo Máximo: 90,0%

Monto mínimo de crédito: \$50,000

Valor mínimo de la vivienda: \$180,000

Comisión por apertura: 0 - 1.00%

CAT promedio sin IVA: 9.8%

Ingreso bruto requerido: \$23,490

Otras características del crédito:

- La tasa se asigna de acuerdo al perfil del cliente, monto de crédito y enganche.
- Aplica para programas de Apoyo Infonavit, Cofinavit, Alia2 y Respalda2.
- Su Pago Mensual incluye 5 coberturas de seguro: vida, daños al inmueble, responsabilidad civil, contenidos y desempleo.
- Datos calculados con una tasa de interés fija anual del 7.90% sobre un crédito de \$2,000,000 con un valor de vivienda de \$2,857,143.
- Comisión de Autorización Diferida mensual: 0.15 al millar sobre el monto de crédito.
- Plazo a 20 años
- LEGALES: CAT Promedio 13.0% sin IVA para fines informativos y de comparación. Vigencia hasta el 28 de octubre de 2020.
- Para conocer los términos y requisitos de contratación, condiciones financieras, monto y conceptos de las comisiones aplicables llama al Centro de Atención Hipotecario: (55) 1102 0015, consulta los servicios electrónicos proporcionados en el sitio de Internet www.bbva.mx o bien acude a una Sucursal. Tasa de interés ordinaria fija y anual. Es tu derecho solicitar la oferta vinculante para comparar distintas opciones de crédito. Sujeto al cumplimiento de los requisitos necesarios para su contratación y a la revisión del historial crediticio actualizado del solicitante.

BX+ CASA

Tasa de interés
(intereses reales del crédito deducibles): Tasa de interés desde 7.90% hasta 10.29% fija anual

Mensualidad Integral
(incluye capital, intereses, seguros y comisiones): \$9,515

Aforo Máximo: 80%

Monto mínimo de crédito: \$600,000

Valor mínimo de la vivienda: \$666,667

Comisión por apertura: Desde 1%

CAT promedio sin IVA: 10.2%

Ingreso bruto requerido: \$19,293

Otras características del crédito:

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



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

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

REB+

SUMMIT

BAJA CALIFORNIA

2021

SIGUE NUESTRAS
REDES SOCIALES
PARA PODER VER
EN VIVO



@INMOBILIARE.MAGAZINE



INMOBILIARE



@INMOBILIARE



@INMOBILIARE_LATAM

EVENTO PRESENCIAL
+ LIVE STREAMING

RECUPERACIÓN
DEL MERCADO EN

BAJA

CALIFORNIA

29 ABRIL 2021

www.rebs.mx

+52 55 55147914

comercial@inmobiliare.com

Organizado por:

INM•BILIARE

REB+

SUMMIT
INVEST IN MÉRIDA
2021

Proyectos con gran retorno de inversión

Por Rubi Tapia Ramírez rubi.tapia@inmobiliare.com

El 24 de marzo, B2B Media e Inmobiliare llevaron a cabo el evento digital Invest in Mérida, el cual contó con la participación de grandes líderes del sector inmobiliario de esa ciudad; durante la transmisión se hablaron sobre las oportunidades de inversión y los beneficios que se tienen al comprar una propiedad en esta zona.

Actualmente, Yucatán se ha posicionado como el estado más seguro del país, cuenta con una ubicación estratégica en el sureste de México, es uno de los mejores lugares para visitar, hacer negocios e inclusive adoptarlo como residencia, destacó Beatriz Gamboa, directora general de Lago Bienes Raíces.

Por ejemplo "Puerto Progreso facilita las exportaciones e importaciones; la conectividad aérea es de primer mundo; adicionalmente, la disponibilidad de terrenos es basta; actualmente hay más de 10 parques industriales, lotes habitacionales, industriales, comerciales, hoteleros, privadas, casa club, campos de golf, lo que se traduce a una amplia gama de oferta para quienes quieren invertir en Yucatán".

"Invertir en bienes raíces en Yucatán está garantizado, ya que es cero riesgo, aunado que aquí tenemos a las mejores plusvalías de todo el país. Por ello, en Simca nos hemos dedicado a crear desarrollos para satisfacer la necesidad del mercado actual, logrando resultados óptimos", José G. Cantón, director de ventas residenciales en Simca.

El *market revenue* (valor de mercado) de la zona metropolitana de Mérida en vivienda es de 35 mil 617 millones 243 mil 77 pesos; existen alrededor de 2 mil 460 llaves de hotel entre la zona norte y centro, su valor por noche en temporada baja es de 47 dólares y en temporada alta 66 dólares. Existen 3 mil 296 propiedades listadas en plataformas de alojamiento, 21 centros de atención médica, 326 mil 524 de ADN de comercio y aproximadamente 110 mil AMR de oficinas, informó Cristian Canto, Uno Consulting.

Mérida por séptimo año consecutivo se ha posicionado como la segunda ciudad más segura a nivel mundial; y por primera ocasión en 2019 se realizaron los Premios Nobel de La Paz. "El que tengamos tan cerca haciendas, cenotes, playas y una ciudad hace que se tenga una vida completa, a diferencia de la Península de Quintana Roo que solo se dirige al sector turístico; en Mérida puedes tener las dos vertientes: el económico (automotriz, aeroespacial, textil y demás) y el turístico", expresó Karen Hernández, subdirectora comercial de Grupo Orve.

Los desarrolladores siempre buscan un destino que esté consolidado, que las ciudades tengan alrededor de un millón de habitantes o más, debido a que en un futuro tendrán un ritmo de crecimiento favorable en los próximos 10-12 años, y Mérida es un claro modelo, comentó Roberto Kelleher, director general de Inmobilia.

También, destacó que esta ciudad está creciendo y se ha convertido en una opción para invertir en diferentes proyectos, en parte se debe a la cercanía que tiene con la Riviera Maya, Cancún, Tulum, Playa del Carmen, que son un mercado que se ha consolidado en dólares.

Además, la "conexión nacional e internacional aérea es primordial, por lo que destinos como Cancún y Mérida son un ejemplo. Este último, hasta antes de la pandemia, tenía cerca de 18 vuelos diarios a la Ciudad de México, era un puente aéreo importante, una base sólida de crecimiento como ciudad".

Por su parte, Raúl Naya, socio director de Gira Capital, explicó que Mérida es segura para invertir, ya que tiene una oferta amplia de propiedades como casa, *penthouse*, departamentos, lotes, oficinas y/o segmentos inmobiliarios de especialidad.

"La inversión de casa es definitivamente de tipo patrimonial, que son simplemente ganancia de la plusvalía; en caso de los *penthouse* hay cerca de 2.5 años de inventario; en departamentos 1.3 años; en oficinas, a diferencia de lo que estábamos hace un año hay una baja en el registro, es decir, hay un segmento de oportunidad, en 2019 y 2020 había cerca de 2 o 2.5 años de inventario, el cual se absorbió con mucha rapidez y hoy estamos hablando que tenemos cerca de siete meses. En el tema de los lotes unifamiliares hay oportunidad, ya que están en las periferias de la ciudad, sus precios son atractivos y tendrán una plusvalía interesante".



Gonzalo Espejel, managing partner de Umana Cities, explicó que Mérida cada día es una nueva urbe cosmopolita, la cual se desarrolla velozmente, en gran parte gracias a que el Gobierno ha generado distintas acciones relevantes para potencializarla, como es en el tema de seguridad, informática y *big data*. "El censo del 2020 reveló que la ciudad ha crecido 30% en los últimos 10 años, y de estos posiblemente los últimos cinco es donde se ha visto el mayor desarrollo".

Entre los beneficios, destacó que uno de ellos es el suelo (terreno natural), ya que su primer capa es una roca de gran resistencia que permite construir edificios de cinco a ocho niveles con una cimentación superficial; adicionalmente y debido a la naturaleza, en la zona existe el acceso al agua potable, y el clima favorece, ya que hay temporadas de viento que permiten lograr recursos naturales en energía.

En un futuro hay planes de hacer un puerto más grande, ya que ahora están a su capacidad máxima, según José Villarreal, socio fundador de Orange Investments, quien además comentó que Mérida tiene un potencial distinto al que se impulsó en los últimos 10 años, el cual se derivó de una migración por temas de seguridad, "muchas personas locales se fueron a refugiar allá para vivir e invertir".



"Tiene un mercado cercano a la Riviera Maya, donde se necesitan productos y servicios; su demografía es joven de más de un millón cien mil habitantes, a quienes hay que darles trabajo para seguir mejorando y manteniendo el estatus de la ciudad".

En su intervención, Jorge Duarte CEO de Arkham Projects indicó que existen tres puntos importantes a considerar al momento de invertir: enfocarse en un nicho y segmento de mercado, no solo a un nivel socioeconómico, sino también a un estilo y etapa de vida.

"Existe mucha oferta, pero poca con diferenciación e identidad. Ubicación y calidad de precio, ya no son factores determinantes al momento de adquirir una propiedad, necesitamos proyectos auténticos, que conecten emocionalmente con las personas que van a invertir o habitar los espacios".

Y finalmente, Jorge Duarte, destacó que se necesitan proyectos que cuenten historias, por lo que es importante pensar en un equipo multidisciplinario para que todos puedan dar ideas al proyecto que genera una atmósfera de inclusión y transparencia con un propósito claro.

Alejandro Granja, director y fundador de Grupo Colorines, informó que el precio de la renta no deja crecer al igual que con la demanda, es una ciudad donde vale la pena invertir. "El que compró un departamento hace tres o cuatro años que le costó tres millones de pesos, hoy lo puede vender en cinco millones; la persona que adquirió la misma unidad en las islas y le costó el m² en 25 mil, actualmente lo puede ofertar en 40 mil, y la gente lo está pagando".

Javier Govi, presidente y CEO de AMAR, comentó que Mérida tiene un potencial para que en ella se construyan comunidades de retiro. "Si nosotros calculamos que había 51 mil 300 gentes nacionales y le sumamos los 2 mil 500 del mercado extranjero; hablamos que al día de hoy estaríamos requiriendo un promedio de 120 comunidades de retiro con un promedio de 400 a 450 personas por proyecto. Queda claro que esa gran oportunidad que tenemos de detonar el destino de Mérida en el ámbito inversión y desarrollo de proyectos encaminados al sector 50+".



Panorama de vivienda de Mérida y Yucatán

La consultora inmobiliaria Softec realizó una encuesta de preferencia para conocer ¿cómo quería la gente sus nuevos espacios? El 61% de los participantes viven en casas y 39% en departamentos; la mayoría habita en unidades de dos, tres y cuatro recámaras.

"El 20% querían mudarse a una casa y el 13% a un departamento; para realizar esta cambio lo más importante era contar con un estudio para trabajar o para que estudien sus hijos, así como un balcón grande e internet de alta velocidad", comentó Gene Towle, socio fundador y director general de Softec en Invest In Mérida.

Asimismo, informó que se calcula que para 2021 la industria tendrá una inversión de 423 mil millones de pesos; la mayor parte de crecimiento será en vivienda y en especial la vacacional particularmente en la zona de Tulum y Vallarta, las cuales tuvieron un crecimiento interesante a pesar de la pandemia del Covid-19, pero para este año cambiará.

En el 2017 las ventas eran de 315 mil; 2008 de 306 mil; 2019 de 244 mil y en 2020 fueron de 235 mil, para este 2021 Eugene ve una contracción, no por la falta de demanda, sino porque no se han iniciado proyectos, es decir, no hay oferta.

"Vemos una variación grande en la vivienda de menos de 400 mil pesos, así como una contracción en la vivienda media; en cambio, en la residencial plus y vacacional el mercado se encuentra estable". Las ventas mensuales tendrán una tendencia a la baja, ya que los proyectos activos son cada vez menos, el producto en proceso va de caída, pero para el director esto significa áreas de oportunidad, "si agarramos los pies de mercado más grande como Mérida, eso será una ventaja".

Actualmente Mérida es uno de los mercados más valiosos en ventas del país, solamente que 2021 será un año piso en cuanto a ventas, posteriormente se verá una recuperación gradual, por lo que la vivienda vacacional y media son las que tendrán crecimiento.

"Tenemos la oportunidad de venderle una vivienda a toda la gente que nos compró vivienda de interés social; si vemos por segmento los de menos de 450 mil, los inventarios y productos en proceso están a la baja; y por ciudad, Mérida es que la que tiene más inventario en producto en proceso, pero queda poco inventario, lo que representa una oportunidad".

Según Gene, los productos de interés social en Mérida se venden en 2.2% cada mes; el de 450 a 850 está en el mismo nivel (2.7%), tardan en vender alrededor de 35 a 40 meses; el residencial plus tiene una contracción, pero la unidad en proceso está igual y los inventarios más o menos estables.

En cuanto a la colocación hipotecaria, se colocaron menos créditos en 2020 que en 2019 y 2018, pero en cuestión de dinero el año pasado es el que más generó dinero, ya que se colocaron 176 mil millones de pesos para comprar vivienda nueva.

“Menos unidades, pero más créditos; la vivienda plus, residencial y media estuvieron bastantes parejas en cantidad de dinero; en colocación hipotecaria sí hubo una contracción; vemos un aumento para créditos de vivienda usada. Adicionalmente a esto, se ve una evolución de las tasas bancarias, ya que se está en el punto más bajo de tasas en la historia de México de los últimos 100 años”.

En Mérida, en la zona metropolitana, al 4T2020 había 227 proyectos que tenían 9 mil 505 casas disponibles, su precio promedio es de un millón 582 mil pesos, el precio por m² es de 17 mil 464. En cuestión de activos, hay 227 proyectos que tienen 27 mil 728 unidades en proceso, pero solo quedan 9 mil 505, es decir, un tercio del inventario.

“Se vende 453 unidades al mes, lo que equivale a 717 millones de pesos mensuales del producto inmobiliario; el proyecto medio tiene 122 unidades, y su precio promedio es de un millón 582 mil, tiene 131 m², es de 2 recámaras, le quedan 30 meses de venta, mientras que el proyecto medio dura 50 meses en un mercado y vende 3 millones de pesos al mes”.

Yucatán ha tenido una tendencia hacia la baja en los últimos 10 años, pero se sigue hablando que alrededor de 15 mil nuevos hogares al año, lo que significa una demanda de vivienda; y si se ven es específicamente en Mérida, de ese total, cerca de 10 mil sucede en la ciudad. En cuanto a su colocación de créditos hipotecarios, en Yucatán se colocaron 7 mil 888 hace dos años y 6 mil 709 en 2020 y se invirtieron 5 mil millones de pesos.





Hacia dónde va el crecimiento de la ciudad de Mérida

La población está concentrada en mujeres y hombres entre 20 y 39 años, las etapas generacionales son un factor importante que se tiene que tomar en cuenta para seguir desarrollando proyectos, explicó Arturo Garcidueñas, socio regional partner de sureste y Guatemala de 4S en Invest In Mérida.

La generación Z son aquellas personas que tienen entre 20 y 24 años, representan el 9% de la población y serán los futuros compradores; los *millennials* (25 a 39 años) el 24%, son los clientes actuales y "a los cuales se deben de atender, sin embargo, no estamos alineando los productos e inmuebles a este tipo de generaciones y es importante que entendamos que esta población ya es económicamente activa, es la segunda generación más importante en Mérida"; la generación X (40 a 59 años) que ha sido el eje rector de prácticamente todas las ciudades de México; los *Baby boomers* (60 a 75 años) representan el 10%; adicionalmente los jóvenes y niños menores a los 20 años y personas mayores de 76 años son el 32 por ciento.

Garcidueñas informó que en el 2020 se tuvo una desaceleración importante por el tema de la pandemia que representó en una reducción del 15% de las ventas vs el 2019, lo anterior se ve reflejado en la parte de la demanda de las viviendas contra las ventas que se está dando con el producto vertical, el cual ha estado presente desde el 2016 con un índice de verticalización promedio del 21% en México y ha evolucionado entre el 2017 y 2020, y ha mantenido su rango de verticalización moderada entre el 40 y 43 por ciento.

ARTURO GARCIDUEÑAS
Partner MX Sureste y Guatemala
4S Real Estate

“Tenemos un potencial importante, así como factores que pueden generar productos importantes en muchas ciudades del país y creemos que en Mérida no es la excepción”. Según los análisis que la empresa 4S ha realizado, Mérida está en el 15% de su verticalización y en los últimos dos años solo ha aumentado 2 por ciento.

Las ventas en esa ciudad han tenido un crecimiento importante, por lo que el 2019 fue el mejor año en la comercialización, sin embargo, para el 2020 hubo un retroceso por la actual pandemia del Covid-19.

El 62% del inventario de la oferta se encuentra por encima del ticket promedio de 2.4 millones de pesos, y el 38% por debajo de los 2 millones de pesos, sin embargo, Garcidueñas destacó que hay una oportunidad en el producto medio, ya que en Mérida no hay esos desarrollos verticales.

“Hay que entender el comportamiento de la oferta de la demanda y cómo es que ha ido evolucionando la pirámide de niveles socioeconómicos en Mérida; del 2010 al 2020 como ha pasado el segmento AB de 6% a 11%; C+, de 13 a 16%; y el C de 16 a 17%”. Para comprender la oferta de la disponibilidad, primero hay que observar que la pirámide está inversa en cuanto a la oferta, ya que los niveles socioeconómicos AB representan 25%, C+ el 36% y C el 38%; mientras que 59% del inventario está enfocado en productos *premium* y residencial plus, 41% en residencial; y no hay producto para el segmento medio.

Durante su intervención Garcidueñas destacó que en 4S utilizan la herramienta *big data* para complementar su análisis y entender cuáles son las propiedades a nivel informal (reventa) que se están anunciando de manera digital; para la parte vertical en enero de 2020 se tenía un registro de 658 anuncios; y para el mismo mes pero de 2021 se llegaron a los 8,500 que tienen un ticket promedio de 1.2 hasta 4-5 millones de pesos.

Por su parte la vivienda horizontal también tuvo una participación en el comercio, por lo que las propiedades anunciadas tuvieron un crecimiento, de enero de 2020 a enero de 2021 se observó una evolución de casi 10 mil anuncios; el segmento medio tuvo un crecimiento del 2%, el segmento residencial del 10%, el residencial plus de 35% y el premium arriba del 40 por ciento.

En la parte de los lotes residenciales, el crecimiento que ha tenido el último año ha sido exponencial paso de 640 anuncios a casi 6,300; “el giro de los lotes superó el crecimiento de vivienda horizontal en un periodo de seis meses, se generaron mucho más productos en los últimos meses, sobre paso por 52% al producto horizontal”. Entre junio 2020 y enero de 2021, el precio por m² disminuyó en ventas, esto debido a que empezaron a promocionar lotes de muchas más superficies con costos menores.

Las oficinas tuvieron una afectación importante durante el año pasado por las restricciones tanto en la parte de renta como de venta, se observó un crecimiento en la parte de disponibilidad que se dio en anuncios; sus precios se mantuvieron, sin embargo hubo una cantidad considerable de nuevos m² que se anunciaron y aún siguen disponibles.

Por otro lado, en el tema comercial, se observa una gran cantidad de locales (venta y renta) que se promocionan a nivel digital, por lo que de julio de 2020 a enero de 2021 se vio un aumento de anuncios; sus precios disminuyeron; pero también ha habido una disminución de personas y empresas que están dispuestas a pagar por una renta.

Para el 2050, Mérida será la décima zona a nivel nacional que va a tener un desarrollo, registrando 77% de aumento poblacional. “Tenemos que redefinir la oferta, así como pensar en productos mucho más alineados a las necesidades del mercado que generen valor agregado para entender no solo lo que nos está pasando con la oferta, sino también con la demanda; asimismo, pensar en desarrollos verticales para una ciudad como Mérida”.



Los mejores proyectos para invertir en Mérida

Además de las opiniones de desarrolladores, se presentaron algunos proyectos localizados en Mérida, los cuales tienen magníficas unidades, innovadoras amenidades y lugares al aire libre para disfrutar.



El plan maestro de Mérida es de 130 hectáreas para desarrollar, hasta el momento cuentan con 16 clústeres de los cuales han desarrollado seis y de estos, cuatro para lotes donde la gente puede construir; y dos de lotes para casas, de los cuales todavía hay inventario, pero están proyectados alrededor de 2 mil 300 clúster con 48% de áreas verdes, lagos y amenidades.

El equipamiento urbano es inmejorable, hay una planta de tratamiento de agua potable, generador eléctrico, calles de concreto, lagos artificiales, planta de tratamiento de agua residual, alumbramiento público, leed, internet, andadores, ciclopista, en la parte de jardinería, hay 6.3 árboles por lote; un club social y deportivo, caseta de vigilancia en cada clúster, y próximamente una antena de telefonía celular.

Cuentan con tres modelos de casas: Risco que tiene el modelo A de 2 niveles con 3 recámaras, y 2 baños y medio, se entrega con cocina equipada, tanque estacionario, calentador, closets, es de 180 metros de terreno; el modelo B de 2 niveles con 3 recámaras, 3 baños y medios, piscina, y cuarto de servicio con baño completo. Planicie es una casa de 2 niveles con 3 habitaciones y 4 baños completos, es un terreno de 300 metros.

Pegado a la carretera se está planeando que sea un área comercial que dé servicio a las 2 mil 300 familias; al centro del desarrollo, hay un club deportivo que está totalmente equipado.

Mérida es el cuarto proyecto de Altozano que se ubica en la carretera Mérida - Progreso kilómetro 17 + 500 (lado oriente); al centro de la ciudad están a 27 minutos, de hospitales a 11 minutos, de universidades a 9 minutos y del aeropuerto a 30 minutos.

Altozano es un grupo inmobiliario con nueve desarrollos en ocho estados del país (Tabasco, Querétaro, Morelia, Mérida, La Laguna, Hermosillo, Colima, Ciudad Juárez y Chihuahua); construyen centros urbanos totalmente equipados integrales, independientes, modernos y con mucha área verde; producen espacios de vida fácil con entornos seguros.



Mérida Futura/ Umana

Es un desarrollo inmobiliario que se organiza mediante un plan maestro, que integra distintos usos de suelo bajo los criterios de sustentabilidad, arquitectura e ingeniería que permitirá una plusvalía y calidad de vida a sus clientes.

Mérida Futura incluirá espacios integrales para vivir, trabajar, realizar actividades deportivas y de esparcimiento, por lo que su infraestructura está equipada con parque central de 16,000 m², ciclistas, red hidráulica, red sanitaria, planta de tratamiento de agua, red eléctrica, red de comunicación (tecnología 5G y más) e iluminación.

Se espera que haya 1,000 viviendas en el desarrollo, hotel, Town Center pospandemia, centro de salud, zona de usos mixtos (vivienda, oficinas y comercio). Mérida Futura está ubicada en los primeros 10 kilómetros sobre la salida a Progreso en la zona de mayor desarrollo de la ciudad. Cerca del proyecto hay una amplia oferta educativa, principalmente de universidades, comercial, y centros habitacionales.

Baltia/ Traacsa

Complejo vertical de usos mixtos mejor conocido como el edificio de árbol, que está ubicado en la calle 61 por 26 y 28 de la colonia Montes de Amé, tiene cercanía con las mejores instituciones educativas de cualquier nivel, así como inmediatez a centros de salud de alta especialidad.

BALTIA es un desarrollo compuesto por 75 departamentos y 4 penthouses, con más de 980 m² de amenidades confortables en las que podrás disfrutar de reuniones familiares y momentos de tranquilidad; además de áreas comerciales y centros de negocio.

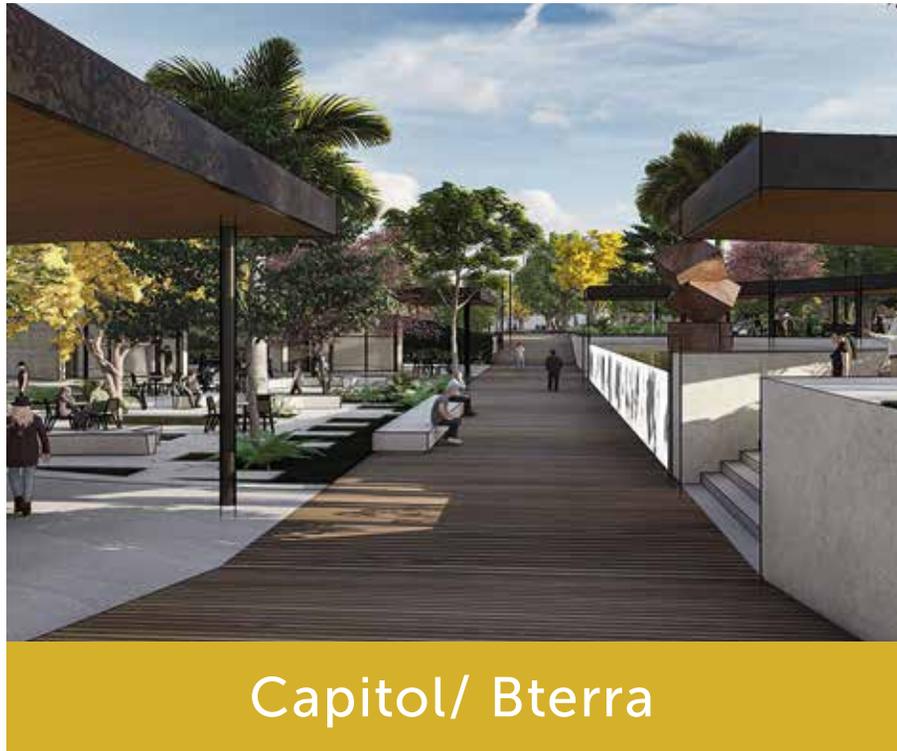
Para los departamentos se crearon 7 conceptos en una orientación de norte-sur, que están diseñados para ofrecer áreas eficientes para cualquier estilo de vida; las unidades van desde 1 y 2 recámaras hasta 3; de los modelos más destacados son los *terrace view* que cuentan con una amplia terraza y los *penthouses*. Todos se entregan con cocina integral, parrilla eléctrica, campana, aire acondicionado integral, calentador eléctrico, baños equipados y acabados de la más alta calidad.

Habrán más de 15 amenidades entre las que se destacan la piscina tipo playa, área de crossfit, yoga, gimnasio, salón de usos múltiples con terraza y con capacidad para 50 personas, sala de juntas, área de asadores, sala de lounge y juegos, huerto, ludoteca, zona para mascota, cine al aire libre, baños con regaderas y lockers,



El gran árbol fue plantado para darle vida al proyecto y armonizar el área social, se localiza en el piso 9 y medirá aproximadamente 12 metros de altura, será soportado por una base de concreto tipo maceta y contará con un sistema de riego integrado.

Los departamentos se ubicarán a partir del cuarto piso, el segundo nivel es para uso exclusivo de oficinas corporativas y la zona comercial estará al pie del edificio llena de espacios modernos y funcionales con los mejores restaurantes y cafeterías. La finalización de Baltia está prevista para febrero de 2022.



Capitol/ Bterra

Es un desarrollo de usos mixtos que transformará la zona metropolitana de Mérida, y con ella la manera de vivir, trabajar y disfrutar de los habitantes; está ubicada al norte de la capital, en la carretera Mérida-Progreso, la más transitada del estado. Las ventajas de Capitol es que está rodeada de complejos residenciales premium, campos de golf, centros educativos, servicios de todo tipo, y lo mejor, una amplia gama de posibilidades para desarrollar los más rentables negocios.

Capitol responde a las necesidades de una zona en vertiginoso desarrollo a través de un ordenado plan maestro que ofrece 31 lotes que representan oportunidades de inversión. La nueva capital de Mérida está sumamente cuidada por Bterra con el fin de ubicar los diferentes usos y densidades que se les dan a los terrenos y así poder generar mayor armonía y coherencia posible de mezcla de este espacio.

En el master plan se puede observar que los lotes comerciales están alineados a la viabilidad con mayor flujo vehicular y visibilidad; los residenciales se encuentran en la parte interna; y finalmente los de oficinas y servicios en lo alto del desarrollo.

“La idea es hacer un centro urbano donde convivan todos los usos que están en una ciudad; estamos esperando oficinas, comercial, educativos y de salud; en cuanto a la vivienda, nuestra idea es que sea vertical y no tanto horizontal, ya que estamos convencidos de que Mérida está lista para seguir desarrollando proyectos con esta tipología de viviendas”, comentó Santiago Mancebo, director general de Bterra, en su participación en Invest In Mérida.

Entre las amenidades que ofrece Capitol se encuentra un parque lineal, andadores arbolados, pista de jogging, área de bicicletas, módulos de comida, caseta de acceso, iluminación leed y foros al aire libre que estarán funcionando como la última tendencia de los parques a nivel mundial.

“Dentro de nuestra visión de Capitol se encuentra Xcanatún, distrito de 200 hectáreas que están alineadas a la carretera Mérida-Progreso, a las cuales les estamos dando un ordenamiento urbano de la más alta calidad con GBU, liderado por el arquitecto Mario Schjetnan”.

De acuerdo con Santiago Mancebo, el objetivo es integrar las 200 hectáreas al tejido urbano de la ciudad y así darle a Mérida un nuevo polo de desarrollo y un subcentro urbano. “Estamos procurando hacer un desarrollo urbano muy consciente; en el tema de equipamiento de la mano de GBU, estamos utilizando las últimas tendencias mundiales en lo que respecta a desarrollo y planeación urbana, por lo que será importante el uso peatonal, carril de bicicleta, y siendo generosos con áreas verdes, vegetación, etc”.

ArtHouse es una nueva propuesta de luxury living que está ubicada al norte de Mérida, en la colonia Altabrisa. En los 10 mil m² donde se desplanta el desarrollo está rodeado por centros comerciales, hospitales y tiendas de conveniencia. La arquitectura está a cargo de Studio arquitectos, el proyecto es de dos torres, cada una de ellas son de 80 departamentos que cuentan con servicios subterráneos de agua y luz.

Cada torre es de 20 niveles, donde se ubican departamentos de 1, 2 y 3 recámaras y 4 penthouse de más de 400 m² y 600 m². La sala, comedor o las estancias tienen una perfecta armonía con las terrazas.

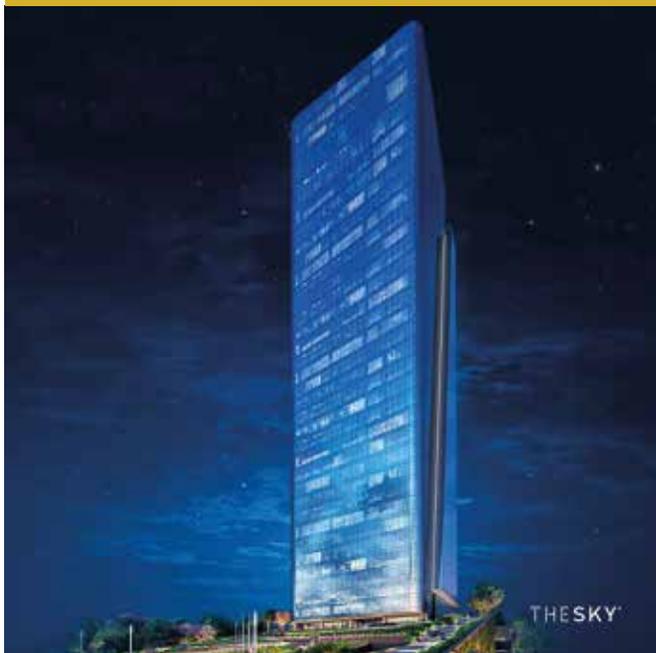
Entre las amenidades se ubicarán restaurantes, que tendrán un giro diferente cada determinado tiempo, mercado de arte y diseño, un área de spa; además, una galería de arte, una residencia para artistas para que ellos puedan crear obras, cava de vino, gimnasio, área de bar, cine, teatro, piscina, cabañas, camastros, áreas de relajación, biblioteca, área para mascotas, bicicletas eléctricas, área de foyer, salón de eventos y play room.



ArtHouse Mérida/ Kelman

El lobby principal tendrá una altura aproximada de 13 metros y las lámparas tendrán un cubo de luz de hasta el piso 20. Entre los acabados se destacan los pisos de mármol, cancelarías anticiclónicas y cristales templados.

The sky/ Sky Capital



The Sky fue lanzado en julio de 2020, es el primer rascacielos del sureste de México, es un proyecto de 38 pisos de altura y está localizado en la zona norte de Mérida. Cuenta con siete niveles de estacionamiento, 8,000 m² de áreas verdes, un master lobby que está a 19 metros de altura, Skycare (consultorios médicos y *wellness center*), *power center* (locales comerciales), los siguientes niveles son de oficinas / corporativos; y en la parte más alta del rascacielos un restaurante y un área destinada a terraza para que las personas que no pudieron comprar ahí vivan la experiencia de The Sky.

Power center: son dos pisos de amenidades que van más allá de salas de juntas, por lo que Sky Capital ha incluido un auditorio, cajas de seguridad, tintorera, papelería, área de mensajería, es decir, todos los servicios que necesita un corporativo o empresa.

Skycare: se ubican consultorios para todo tipo de especialidades; además de quirófanos ambulatorios, *wellness center*, laboratorios, farmacias, guardería, óptica, rayos x, ultrasonidos, etc.

Komunha

Komuna es un desarrollo residencial de lotes en la playa que está ubicado a tres kilómetros de la playa y a cuatro kilómetros de Mérida; sus más de 130 hectáreas están divididas en una zona residencial y comercial, que dará servicio a toda la costa yucateca. El proyecto está totalmente urbanizado, es un concepto relajado de playa para que quien lo habite se sienta como en casa, en comunidad y disfrute de todas las amenidades.

El área residencial que son los Lotes Crisanto miden de 350 a 450 m², cuentan con una red de agua potable e instalación eléctrica. En la compra de uno de ellos, Komuna les ofrecerá tres diseños de viviendas tipo villas ecológicas que van desde los 80 hasta los 110 m²: eco palapa, eco pabellón y eco cabañas.

Para la parte comercial y de servicios que se darán para los residentes como para los visitantes, se dividirá en tres clústeres, son lotes de 1,000 m². Entre las amenidades que ofrece Komuna se encuentran: beach club, art walk, parque central, parque lineal con edificaciones, área de grill y yoga park, parques privados y social club.



El parque central es un área con un pabellón lúdico con piscinas de más de 50 m², palapas, zonas de picnic; el parque central, que es el pulmón del proyecto, cuenta con 20 mil m² de áreas verdes y pabellones interconectados; y beach club tiene capacidad para 500 personas, 30 metros de frente por 160 metros de fondo, es decir, 4,800 metros de club privado con recepción, zonas de usos mixtos, piscinas, palapas, restaurantes y renta de kayaks.

Meriden/ Grupo Metta

Meriden es un proyecto que está en Cabo Norte, la primera comunidad planeada del sureste mexicano que se ha hecho exitosa por la forma diferente de vivir. Desarrollo vertical residencial que fusiona las amenidades del resort para generar un estilo de vida que la gente no podría resistir.

Los departamentos tienen espacios inteligentes, y todos tienen terrazas de más de 30 m²; van desde los 145 m² hasta los 180 m². Entre las amenidades que Meriden destaca un spa, salones sociales, salón multifitness, hamaca lounge, juice & coffe bar, infinity pool; además que los residentes pueden disfrutar de los servicios y establecimientos cercanos de Cabo Norte entre los que se encuentra: Sports World, Colegio Teresiano Enrique de Ossó y el centro comercial La Isla.



Adamant es un edificio residencial listo y terminado para ser habitado; está ubicado al norte de la ciudad de Mérida, que es la zona de mayor plusvalía. La torre está localizada en el complejo Cabo Norte que es de una extensión de 125 hectáreas.

El complejo de 21 niveles está estratégicamente colocado para ofrecer vistas impresionantes de la ciudad, el tema de la orientación es primordial por lo que es de norte-sur, lo que hace que tenga vistas hacia los dos lagos de Cabo Norte.

El concepto de los departamentos es totalmente diferente por lo que tienen 19 modelos de una a tres recámaras; 1,775 m² de amenidades; y 3,900 m² de áreas verdes y extensores. La construcción de Adamant es sólida y resistente por lo que resiste huracanes, sus ventanales son dobles y están blindados por el tema del aire y el calor.

La torre ofrece dos niveles de amenidades en el piso cuatro y 19: alberca semiolímpica, jacuzzi, salón de yoga y pilates, sauna, gimnasio, terrazas, sky lounge, bar, business lounge, área de lavandería y una suite para huéspedes.

Adamant/ Milk Investmets



En Cabo Norte hay un centro comercial (La Isla) que está a 300 metros de Adamant, un club deportivo (Sports World), el Colegio Teresiano Enrique de Ossó, parque acuático, parque para mascotas y una pista para andar en bicicleta. 



Encuentranos en:
INM•BILIARE
inmobiliare.com



+113 mil
USUARIOS ÚNICOS
WEB MENSUAL

+260 mil
VISITAS A LA PÁGINA

+80,000
NEWSLETTER

REDES SOCIALES



+10 mil
SEGUIDORES



+19 mil
SEGUIDORES



+7 mil
SEGUIDORES



+19 mil
SEGUIDORES



517
SEGUIDORES

ENCUÉTRANOS EN:



INM•BILIARE



La ciudad de **Mérida** y sus **centros comerciales** en 2021

Por: Juan Ignacio Rodríguez Barrera, director en MAC Arquitectos Consultores

El reciente censo elaborado en 2020 y publicado hace unas semanas nos brinda información muy relevante para la planeación de inversiones, el diseño de políticas públicas y el desarrollo de las ciudades y su infraestructura. Según esta nueva estadística, el estado de Yucatán pasó de la posición número 21 a la 22 por el tamaño de su población entre 2010 y 2020.



Sin embargo, la Ciudad de Mérida con 1,316,000 habitantes, se movió de la posición 12 a la 11 entre las Zonas Metropolitanas con mayor población y creció con un promedio anual de 2.3%, lo cual es casi el doble que la tasa promedio nacional (1.2%), y es solo superada por ciudades netamente turísticas como Playa del Carmen (5.9%), Los Cabos (3.9%) Cancún (3.3%) y Puerto Vallarta (2.4%), o por ciudades altamente industrializadas como Querétaro (3.2%) y Monterrey (2.4%). Además, Mérida es una de las pocas ciudades que aceleraron su crecimiento respecto a la década anterior (1.9% anual), lo cual en gran parte se dio como resultado de una alta y atípica migración; pues con 80,000 nuevos residentes, Mérida es la octava ciudad del país que más personas recibió de otros estados durante el último quinquenio.

Este crecimiento sin duda es resultado del hecho de que Mérida es una ciudad con alta calidad de vida, impresionantes atractivos naturales y turísticos, un buen clima y sobretodo muy segura, no solo dentro de México, sino que ha sido denominada como la ciudad de mayor índice de seguridad en Latinoamérica y segunda en América, solo superada por Québec, Canadá. Por tanto, la población de otros estados, particularmente la joven, volteó a ver a la ciudad como un destino para el desarrollo de su familia y negocio.

Todo esto ha convertido a Mérida en un destino muy atractivo para la migración, y con ello también para la inversión, tanto pública como privada pues en los últimos años hemos visto el desarrollo de importantes centros culturales como el Gran Museo del Mundo Maya y el proyecto de un imponente nuevo estadio deportivo; el atractivo de la arquitectura colonial ha atraído innumerables inversiones en hoteles boutique de alta gama, muchísima inversión nacional y extranjera en la compra de propiedades para adaptarlas a la renta por medio de plataformas como Airbnb; y la belleza de las zonas naturales como Celestún o Río Lagartos, de las haciendas henequeneras y de la propia selva que la rodea, han consolidado a todo Yucatán y especialmente a Mérida como un importante destino turístico nacional y mundial. Por supuesto, todos estos factores atraen el interés de desarrolladores inmobiliarios de todas las regiones del país.

Mérida es una ciudad con alta calidad de vida, impresionantes atractivos naturales y turísticos, un buen clima y sobretodo muy segura, no solo dentro de México, sino que ha sido denominada como la ciudad de mayor índice de seguridad en Latinoamérica.

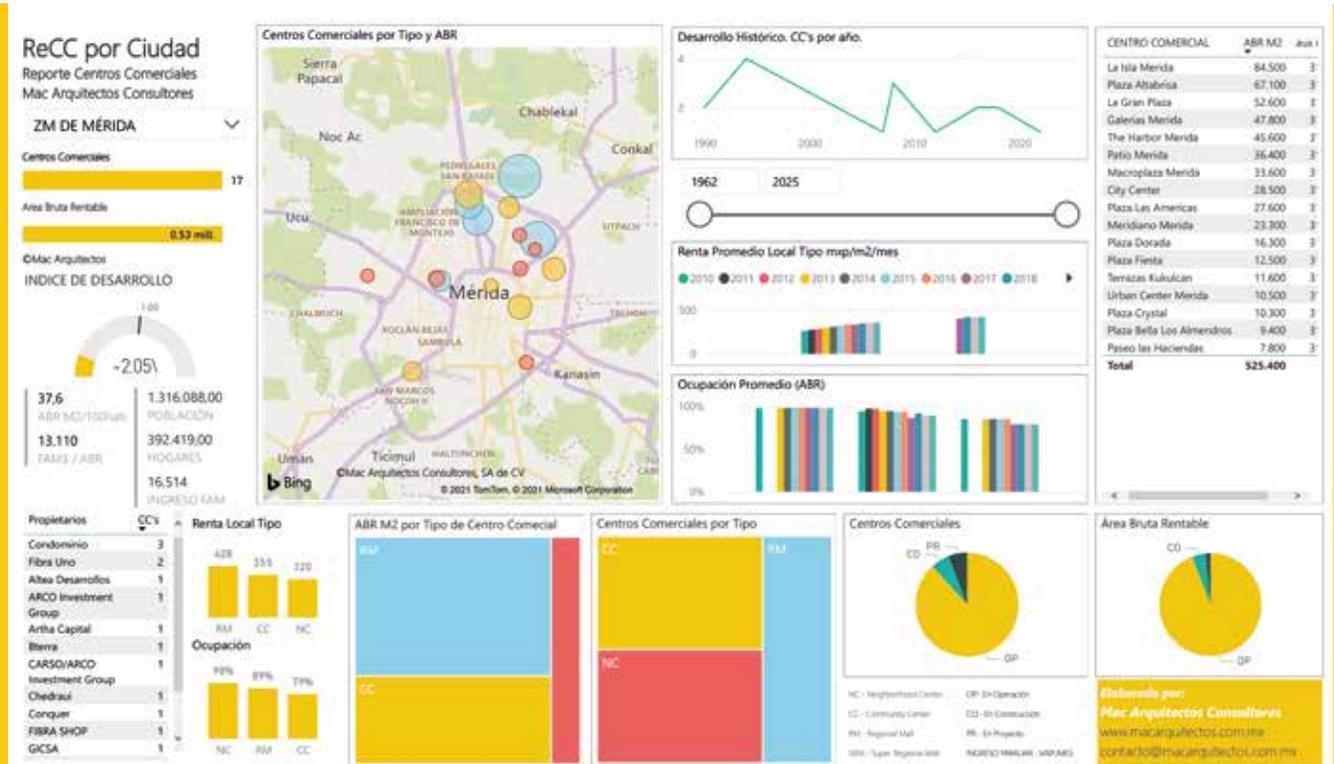
En el ámbito privado, se han desarrollado enormes desarrollos residenciales con campos de golf, pero también atractivos desarrollos de nivel medio y social, parques industriales, edificios corporativos, grandes desarrollos habitacionales y por supuesto centros comerciales.

Hasta el año 2000, en Mérida había solo 6 centros comerciales, la mayoría de ellos y el más importante, desarrollados por inversionistas locales. Eso significaba una dotación o ratio comercial de 19.1 m² de Área Bruta Rentable por cada 100 habitantes (ABR/100 hab).

Para el 2020, el área bruta rentable total de la ciudad es casi 4 veces mayor, acumulando poco más de medio millón de metros cuadrados distribuidos en 15 centros comerciales, es decir, que en menos de 10 años se desarrollaron 9 nuevos centros comerciales y actualmente hay uno en construcción y otro más en proyecto, generando un ratio de 37.6 m²/100 hab y un índice de desarrollo comercial de -2.03. El Ratio para todas las Ciudades de México es de 25.7 m²/100 hab.

Si bien, este factor indica una mayor cantidad de oferta de centros comerciales respecto a ciudades comparables, mediante nuestra nueva plataforma Analítica Inmobiliaria, podemos determinar si la sobreoferta afecta a toda la ciudad o si existe posibilidad de desarrollar un nuevo centro comercial en alguna zona en específico.

Para el 2020, el área bruta rentable total de la ciudad es casi 4 veces mayor, acumulando poco más de medio millón de metros cuadrados distribuidos en 15 centros comerciales, es decir, que en menos de 10 años se desarrollaron 9 nuevos centros comerciales y actualmente hay uno en construcción y otro más en proyecto.

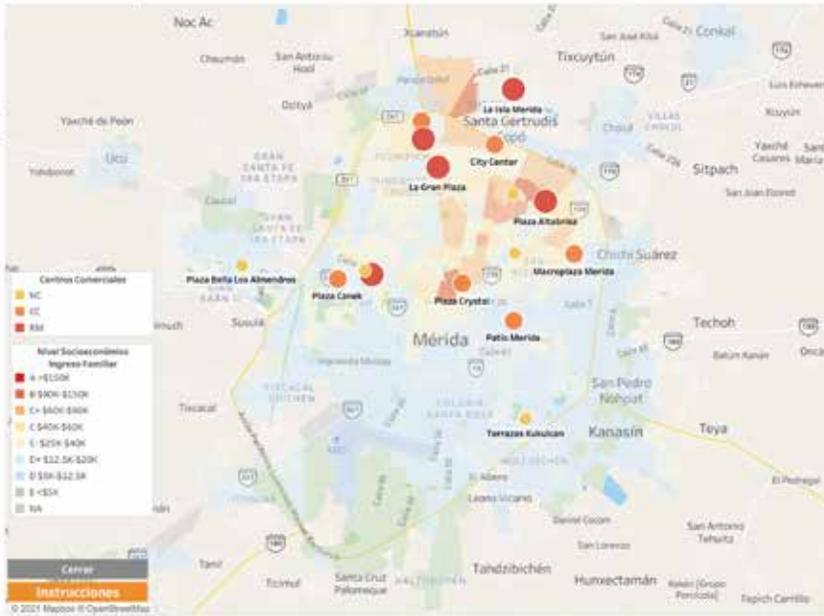


Reporte Básico | MAC Analítica Inmobiliaria
Perfil Sociodemográfico | ZM de Mérida

Los niveles socioeconómicos son estimados por MAC en base al ingreso familiar mensual, y se les asigna una nomenclatura compatible con las definiciones de NSE de la AMAI.

La estimación de NSE a nivel AGEB se deriva de un algoritmo propio que considera variables demográficas, así como el valor comercial de las viviendas de la zona.

Por favor, seleccione la zona de su interés utilizando las herramientas de selección ubicadas en la parte superior izquierda del mapa. Puede ver las instrucciones detalladas en el botón a pie del mismo.



Datos Sociodemográficos

Población 2020				
Total: 1,316,088 personas				
Pob. Urbana				
1,237,948 personas				
371,290 hogares				
3.3 integrantes por hogar				
Proyecciones				
Pob. 25	Hog. 25	Pob/Hog	TCA Pob.	TCA Hog.
1,306,371	408,326	3.2	1.2%	1.9%
Pob. 30	Hog. 30	Pob/Hog	TCA Pob.	TCA Hog.
1,363,602	440,620	3.1	0.9%	1.6%
Perfil Socioeconómico				
\$16,514 ingreso familiar prom.				
63.6% PEA				
43.1 razón de dependencia				
34.8 edad promedio				
10.8 escolaridad prom. (años)				
51.6% tienen auto				
6.7% llegaron de otro estado				
Distribución de NSE Ingreso Familiar				
D \$5K-\$12.5K	D+ \$12.5K-\$20K	E		
46.32%	21.61%			
C-\$20K-\$40K				
17.18%				

En el caso de Mérida, encontramos que 14 de los 16 centros comerciales se ubican en la zona Centro–Norte de la Ciudad, generando un ratio de 133.7m²/100 hab con un índice de desarrollo de -4.9, para esta población que si bien cuenta con un mejor ingreso familiar no puede sustentar la totalidad de la oferta y ello se refleja en la alta disponibilidad que se encuentra en varios de los centros comerciales, particularmente los nuevos. Mientras tanto, la zona Centro-Sur, donde vive la mayor parte de la población, aunque con un menor ingreso familiar, solo está servida por dos centros comerciales con el 7% de la superficie comercial y cuenta con un ratio de 17.2 m²/100 hab y un índice de desarrollo de apenas 1.8.

Es claro que el mercado con mayor ingreso familiar es más atractivo para una gran parte de la oferta comercial, de entretenimiento y servicio, pero como en Mérida, observamos otras ciudades donde los esfuerzos de desarrolladores y operadores comerciales se enfocan en ciertas zonas y deja sectores más populares para ser atendidas por una oferta menos profesional, en muchos casos informal y que incluso, a pesar de las apariencias, ofrece precios y condiciones mucho más desfavorables que el comercio de primer nivel si puede ofrecer.

Con la ayuda de nuestra plataforma de geomarketing Analítica Inmobiliaria se vuelve más fácil evaluar y tomar decisiones sobre el desarrollo de proyectos comerciales con mucha mayor precisión, asegurando la inversión del capital tanto de desarrolladores inmobiliarios como de comerciantes y proveedores de servicio. [📍]

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

En el caso de Mérida, encontramos que 14 de los 16 centros comerciales se ubican en la zona Centro–Norte de la Ciudad, generando un ratio de 133.7m²/100 hab con un índice de desarrollo de -4.9

Para más información, visite la página www.analiticaainmobiliaria.com

INMOBILIARE CONNECT:

Comportamiento y reactivación del mercado de oficinas, industrial y de hospitalidad postpandemia

Por: Redacción Inmobiliare
editorial@inmobiliare.com

Ha pasado más de un año de la declaración de pandemia por Covid-19, tiempo en el que la forma de trabajar, estudiar y divertirse cambió como consecuencia de las medidas sanitarias y de restricción tomadas por los gobiernos a nivel mundial. Sin embargo, pese a la existencia de una vacuna, la rutina a la que estábamos acostumbrados aún no tiene fecha de regreso.

En este contexto, B2B Media e Inmobiliare Magazine llevaron a cabo tres mesas de discusión con la participación de expertos en sectores como el industrial, retail, hospitalidad y logística, dentro de un ambiente seguro en el que se construyeron diálogos y se retomó el networking.

De acuerdo con Guillermo Almazo, CEO de Inmobiliare, el principal objetivo es reconectar y reactivar los negocios, en una industria que ha vivido la crisis desde diferentes ángulos; por lo que reunir a especialistas que abordan los retos y oportunidades de cada uno de los sectores, es vital para el seguimiento de los negocios.

“En Inmobiliare creemos que este formato para volver a hacer networking en condiciones seguras después de esta fatiga de pandemia, nos permitirá regresar



Guillermo Almazo
CEO de Inmobiliare

y conversar sobre lo que está pasando en los diferentes mercados, para saber qué sigue y qué podemos esperar más adelante”.

La principal premisa de este formato, denominado *Inmobiliare Connect*, es regresar a conectar de manera segura y más humana para retomar el principio más importante de los negocios, el networking.

EL RUMBO QUE HAN TOMADO LAS OFICINAS A RAÍZ DE LA PANDEMIA

El 2020 fue un año atípico porque se cerraron muchas industrias por la pandemia del Covid-19; para conocer más sobre el mercado inmobiliario y esta situación, Inmobiliare organizó una mesa de debate para abordar el tema de oficinas desde distintos puntos de vista y así contar con ideas frescas. La persona encargada de moderar la plática fue Guillermo Almazo, CEO de Inmobiliare.

La situación complicada de las oficinas estuvo afectada antes de la pandemia, de acuerdo con Francisco Martín Del Campo, presidente de Arquitectoma, fue en el cambio de Gobierno Federal que las inversiones frenaron y sumado al tema de la pandemia, es que existe mucha incertidumbre.



Martín Del Campo
Presidente de
Arquitectoma

El Covid-19 "trajo un escenario nuevo y nada alentador en términos comerciales, el año pasado hubo un alto número de desocupación, es el primer año en la historia que existe este fenómeno; hay pocas expectativas en cuanto a crecimiento y de inversión, aunadas al cambio que se viene con la forma de trabajar, toda la gente detuvo su decisión de cambiarse de oficina e inclusive a los que les afectó económicamente desocuparon espacios o se mudaron a lugares pequeños".

Es una realidad que aquellas empresas que tenían la costumbre de conectar a su gente vía remota fueron las más resilientes en el último año, en parte se debe al equipo de cómputo con el que trabajaban; de acuerdo con Víctor Lachica, Presidente y Director General de Cushman & Wakefield, las laptops han sido de gran ayuda,



Víctor Lachica
Presidente y Director General
de Cushman & Wakefield

por ejemplo antes de la pandemia manejaban 60% laptops y 40% desktop; y hoy en día esta cifra cambió a 98% laptops.

"Nadie sabe cómo terminará esta historia, lo cierto es que hay hábitos que nos están funcionando, la gente se está adaptando a juntas virtuales, no todas porque hay algunas que tienen que ser presenciales, la colaboración y la cooperación entre los equipos es muy importante".

La manera de interactuar con un grupo es primordial, ahora las reuniones virtuales están más presentes, y no solo en México, también a nivel mundial, gracias a las plataformas de comunicación como Zoom o Microsoft Teams. La forma de colaborar será más híbrida, ya que los directores coincidieron que, en un futuro no se observa al 100% de las personas realizando home office.

Al respecto, Jean Colonnier, Director General de Colonnier Arquitectos, destacó que sí se hará un cambio gradual, por ende la sociedad modificará de manera importante; se irán transformando los espacios y los paradigmas como el transporte público y las oficinas; así como el comportamiento de las personas en sus lugares de trabajo. Ahora estos espacios serán más para reuniones e intercambiar ideas y no tanto para trabajar.



Jean Colonnier
Director General
de Colonnier Arquitectos

Los espacios de trabajo se modificarán, la separación de la gente en estos lugares estará más presente, "la densidad bajará, si ya traíamos 5-6 metros por persona, ahora el número de colaboradores disminuirá, pero los metros por cada trabajador subirá, estamos calculando que aumentará 30-40% dependiendo de la industria", informó Víctor Lachica.

"Antes todo el mundo tenía cubículos cerrados y de pronto el paradigma son espacios abiertos, y hay que replantear eso porque estamos hablando de que en realidad vamos a la oficina a colaborar y a dar seguridad a los trabajadores que van a la oficina, que dominen más salas de juntas y menos cubículos, es decir, espacios cerrados y no individuales porque trae más seguridad", mencionó Raúl Berarducci, Director General de Bovis.

Francisco Martín Del Campo aseguró que los colaboradores no contarán con lugares asignados, por ejemplo ellos solo destinan lockers para guardar aquellas cosas que necesitan de trabajo.



Raúl Berarducci
Director General
de Bovis

La tecnología y los espacios al aire libre como terrazas estarán más presentes, lo cual será una situación apreciada por los participantes.

La tecnología y los espacios al aire libre como terrazas estarán más presentes, lo cual será una situación apreciada por los participantes, "evidentemente todo lo de certificaciones LEED seguirá fuerte, ya que vemos esta tendencia de espacios más generosos y de comodidad".

Cushman & Wakefield ha realizado estudios sobre la dinámica de las oficinas y basado en los resultados, Víctor Lachica comentó que la recuperación de este sector puede ser un poco lento para México, ya que el país se encuentra golpeado en el tema de disponibilidad en comparación con Estados Unidos.

"Viendo al 2022-2023, en donde la mayoría estarán vacunados y la gente tenga confianza, vamos a regresar al trabajo 80% de la capacidad, no veo que ninguna empresa regrese al 100%. Adicionalmente, se acabaron los viajes de trabajo, va a ser más eficiente porque vas a poder tener juntas virtuales, además del ahorro económico".

Es una realidad que la gente ya aprendió a que no se tienen que desplazar hacia un punto, lo cual es más eficiente en temas de tiempo; todos los participantes coincidieron que las juntas remotas llegaron para quedarse, solo es cuestión de mejorar algunas condiciones, como el que la mayoría de los participantes tenga su cámara encendida, su outfit y peinado sean los correctos para dar esa sensación de formalidad.



MERCADO INDUSTRIAL & E-COMMERCE

En cuanto al mercado Industrial, Guillermo Almazo, CEO de Inmobiliare y moderador de la segunda mesa destacó que pese a las diversas problemáticas que trajo consigo la pandemia por Covid-19 durante 2020, el mercado industrial, específicamente el de la última milla, ha tomado mayor fuerza.

Bajo esta premisa, Rafael Arias, VP Market Officer Mexico Central Region en Prologis; Francisco Muñoz, Senior Vice President de CBRE / Mexico Industrial and Logistics Services; Carlos Caisedo, Director Comercial de Inbound Logistics Latam; Arturo Frias, Director General Global Logistics Consulting; y Eduardo Guemez, CIO at Walton Street Capital Mexico, comentaron los retos y oportunidades que el año pasado dejó para el mercado.



Rafael Arias
VP Market Officer Mexico
Central Region en Prologis

Centros de Distribución

De acuerdo con Francisco Muñoz, la industria en la Ciudad de México y Área Metropolitana, principalmente en el corredor CTT (Cuautitlán, Tultitlán y Tepotzotlán), ha mostrado un mayor crecimiento en los últimos 10 - 15 años, sumado a que cuenta con un alto número de inversiones.



Francisco Muñoz
Senior Vice President de CBRE /
Mexico Industrial and Logistics Services

Sin embargo, detalló que es un mercado que ya se encuentra saturado, debido a la falta de tierra para construir, además de rentas estables, que con el paso del tiempo comenzarán a subir como consecuencia de la demanda por grandes espacios o edificios industriales.

El corredor CTT en la CDMX, ha mostrado un mayor crecimiento en los últimos 10 - 15 años, sumado a que cuenta con un alto número de inversiones. Es tal vez el mercado más rentable de Latinoamérica, para el tema de Cedis de gran tamaño.

“Al día de hoy, es tal vez el mercado más rentable de Latinoamérica, para el tema de Centros de Distribución de gran tamaño. Ha tenido la mayor plusvalía en este mercado. Cuando llega la pandemia, entra un acelerador importante en lo que llamamos *urban logistics*, que es meterte a la ciudad con este tema de la última milla, donde las mercancías no van a pasar mucho tiempo y estás más cerca de la gente”.

Asimismo, indicó que este mismo modelo se comenzará a replicar en el resto del país, iniciando con las principales ciudades como Monterrey, Guadalajara y el Bajío.

Por su parte, Rafael Arias confirmó el tema sobre la falta de tierra señalada por Muñoz, ya que pese a contar con una pequeña reserva para continuar construyendo, el directivo de Prologis, señaló que hoy en día, el objetivo es comenzar obras pasando la caseta, lo que hará que exista un ajuste en las rentas a la alza.

“Quien tenga que estar dentro de la caseta, deberá pagar rentas más altas y ahí todos nuestros clientes logísticos van a tener que reconfigurar un poco la cadena, para mandar a los algunos clientes a la ciudad, mientras que los de e-commerce y retail tendrán que quedarse en el CTT”.

De igual forma, Arturo Frias, destacó que la logística en la Ciudad de México y Área Metropolitana se ha ido modificando a lo largo de todo el corredor CTT, debido a la falta de tierra. “Actualmente hemos visto que grandes corporativos que necesitan más de 50 mil metros se están yendo al corredor de Nextlalpan - Huehuetoca, toda esa parte que está bien conectada por el circuito mexiquense para hacer desarrollo de Cedis grandes”.



Arturo Frias
Director General Global
Logistics Consulting

También, comentó que el uso de otros modelos logísticos como el que implica entregar directamente en domicilio, también está en crecimiento; por lo que en México se ha comenzado a utilizar la “logística de multitudes”, sistema que reúne a diversas aplicaciones de mensajería en un mismo servicio, determinando áreas específicas para realizar las entregas.

Por lo que compañías como Uber, Cabify y DiDi, se unieron para realizar entregas de productos de diferentes empresas de comercio electrónico, explicó Carlos Caicedo.

“Un Uber en México hace hasta 60 entregas en un turno de ocho horas con un costo aproximado de 35 pesos, mientras que con bicicletas llega a salir hasta en 12 pesos, aunque tendrías que tener miles de bicicletas para que sea rentable. El punto es que estamos viviendo una transformación muy fuerte con estos nuevos modelos de venta y entrega”.

Y es justo en esta parte, en la que los expertos comentaron que hay que pensar en las nuevas generaciones, pues una de las principales competencias que la actual situación ha traído para las empresas, es el tiempo de entrega, factor importante para los actuales compradores. “Si todos te venden el mismo producto y al mismo costo, se lo vas a comprar a quien entregue primero, eso es de mucho valor para los jóvenes”.

“Además de este punto de las nuevas generaciones, también hay que pensar en las entregas como las hace Coca-Cola o Bimbo, ellos tienen cerca de 250 mil puntos de entrega en la Zona Metropolitana; en el caso del e-commerce, si cuentas a un repartidos por cada cuatro personas, son aproximadamente 5 millones de puntos de entrega”.



Carlos Caicedo
Director Comercial de
Inbound Logistics Latam



Retail

El cambio en la dinámica de compra y entrega de productos, también alcanzó a los inmuebles, ya que diversos centros comerciales o tiendas con grandes espacios ya sea de estacionamiento o pisos de venta, han implementado la renta de dichas zonas a grandes compañías de e-commerce como Amazon, quien busca mantener mayor cercanía con áreas de entrega en las ciudades.

“El retail va a tener un cambio completo, porque no vas a poder solamente vender en línea, como tienda debes seguir teniendo ese escaparate, ese *showroom* físico en el *mall* para que la gente pueda ir. Los centros comerciales en México tienen una cantidad de estacionamientos importante que se puede aprovechar”, indicó Francisco Muñoz.

Durante su participación, Eduardo Guemez, expresó que ante el éxito y aceleración que tiene el e-commerce, el mercado inmobiliario verá una reconversión de espacios en los próximos años. Asimismo, señaló que México está comenzado dicha etapa, situación que en un futuro, permitirá “darle diferentes usos” a los inmuebles.

Escenario que también llevará a los centros comerciales a bajar su precio por metro cuadrado, debido a que la superficie destinada a tienda, ya no será la misma de antes.



Eduardo Guemez
CIO at Walton Street
Capital Mexico

Ante el éxito y aceleración que tiene el e-commerce, el mercado inmobiliario verá una reconversión de espacios en los próximos años.

Dark store

De acuerdo con Statista GmbH, esta tendencia, surgida a raíz del aumento del e-commerce, alcanzará, en 2023 en México 34 millones de ingresos por ventas, cifra que también se elevará en otros países latinoamericanos como Chile, Colombia y Perú.

En este contexto, el concepto de *dark store* se ha popularizado como una solución dentro de la industria logística para poder llegar a las audiencias digitales.

“Liverpool y Elektra son los mejores ejemplos, estas empresas ya planean llevar a la práctica esta idea. Cómo van a ser, no lo sabemos; pero van a aprovechar el espacio con el que ya cuentan, utilizándolo como bodega, vendiendo más en línea y así, realizando entregas más rápidas”, comentó el Director General Global Logistics Consulting.

Ante la pregunta expresa de Guillermo Almazo, sobre dónde estará de ahora en adelante la demanda, Rafael Arias, señaló que de acuerdo a análisis realizados por Prologis en Estados Unidos, para los siguientes cinco años se espera un aumento en la demanda de espacios logísticos de entre 270 y 370 millones de metros cuadrados al año.

Finalmente, en cuanto al crecimiento de los Cedis y plantas de manufactura, Francisco Muñoz expresó que el país debe crecer más en logística, sin embargo, hay mercados fuertes en los que predomina mayormente la manufactura, ejemplo de ellos son los sectores automotriz, aeroespacial, médico, entre otros.



REINICIO Y RECONVERSIÓN DEL MERCADO

Mucho se ha hablado sobre el futuro de los distintos mercados del Real Estate a partir de los efectos de la pandemia por Covid-19 durante 2020; pero, ¿qué es lo que realmente podría suceder? Esta fue la pregunta eje de la última mesa de discusión en la que participaron Eduardo Gomez, CIO en Walton Street Capital México; Gonzalo Montaña Estrada, Presidente de MAC Arquitectos Consultores; Guillermo Yasutake, Director de Desarrollo y Nuevos Negocios en Grupo Presidente; Javier Llaca García, Director de Operaciones y Adquisiciones de Fibra Monterrey; y Pedro Azcué, CEO de JLL México.

Oficinas

Durante su primera intervención, Javier Llaca destacó que aunque el home office ha tomado gran importancia, su adopción aún no puede considerarse generalizada, ya que esta ha sucedido de manera obligada por el confinamiento. No obstante, aseguró que el sector de Oficinas ha sido uno de los más afectados por la coyuntura.

“Hemos visto muchas empresas reduciendo, desocupando o subalquilando sus espacios como respuesta inmediata a la situación. Pero en la medida en que la gente se vacune y los contagios disminuyan, las empresas se darán cuenta de que el regreso a la oficina es una necesidad”. Llaca agregó que difícilmente las compañías logran transmitir su espíritu o identidad a distancia. Por eso, aunque el home office llegó para quedarse no desplazará los espacios de oficina.

Difícilmente las compañías logran transmitir su espíritu o identidad a distancia. Por eso, aunque el home office llegó para quedarse no desplazará los espacios de oficina.
Javier Llaca



Javier Llaca García
Director de Operaciones y Adquisiciones
de Fibra Monterrey

Industrial

El mercado industrial ha sido uno de los más resilientes durante la emergencia sanitaria. Javier Llaca indicó que han podido observar mucha demanda de empresas asiáticas que buscan ingresar al mercado mexicano. Del mismo modo, las compañías multinacionales ya establecidas en el país avanzan con sus planes de expansión. No obstante, el especialista expuso que hay una necesidad fundamental de capitalizar al sector, ya que existen muchas empresas que no tienen acceso al capital institucional y que requieren vehículos financieros para seguir desarrollando y hacer frente a la alta demanda de espacios industriales.

Llaca destacó que desde el punto de vista de los inversionistas existen oportunidades muy atractivas de portafolios de desarrolladores locales en ciudades como Juárez, Querétaro, San Luis Potosí, Monterrey, Tijuana y Guadalajara.

Por otro lado, Pedro Azcué resaltó que los ingresos del sector industrial a nivel nacional incrementaron 50% para México y 54% a nivel América. Asimismo, explicó que si bien existe mucha actividad, algunas ciudades no experimentaron el mismo comportamiento debido a temas como la inseguridad. En ese sentido, Llaca expresó que lo referente a la reforma energética es un riesgo para el sector, y de manejarse erróneamente, podría inhibir el interés de inversión.

En cuanto a las principales regiones del sector, el especialista conjeturó que Guadalajara podría recuperarse más rápido debido al tamaño y dinámica de su mercado. En contraste, la Ciudad de México tomará un lapso mayor a causa de su dimensión y al compartimiento lento que mostraba previo a la pandemia. "No vamos a ver una colocación importante en la absorción en lo que queda de este año; pero sin duda ya se ve un panorama menos incierto", apuntó.

Eduardo Guemez, coincidió en que las condiciones preexistentes en el mercado de la CDMX, como el sobreinventario y el aumento de rentas, son un factor determinante para su recuperación postpandemia. Asimismo, enfatizó que el home office no tendrá como consecuencia una desocupación tan dramática como algunos calculan. Sin embargo, el impacto de la pandemia se verá económicamente en la reducción de la planta laboral que tuvieron que realizar algunas compañías para sobrevivir.

Por su parte, Pedro Azcué compartió que como propietarios de edificios de oficinas han podido mantener sus ingresos gracias a negociaciones y reestructuraciones, así como al crecimiento de clientes como los enfocados en e-commerce.



Eduardo Guemez
CIO at Walton Street
Capital Mexico

Hay una necesidad fundamental de capitalizar al sector, ya que existen muchas empresas que no tienen acceso al capital institucional y que requieren vehículos financieros para seguir desarrollando y hacer frente a la alta demanda de espacios industriales.



Guillermo Yasutake Director de Desarrollo y Nuevos Negocios en Grupo Presidente

Hotelería

Dos grandes aprendizajes que dejó 2020 para el sector hotelero fueron adaptabilidad y resiliencia, expresó Guillermo Yasutake. La mayoría de los actores del sector están enfocados en sobrevivir el impacto de la pandemia. El 2020 implicó un rezago de 30 años y una debacle de por lo menos 70% en llegadas internacionales de turistas, lo que dejó a la industria en niveles como los registrados en 1990, dijo. También estimó que regresar a las cifras de 2019, uno de los años más prolíficos para el turismo en México, podría tomar entre cinco y seis años.

Uno de los mercados que han sufrido mayor impacto es el de hoteles urbanos. "Prácticamente la cuenta corporativa desapareció y seguirá seca todo este 2021 hasta que no se genere el efecto rebaño de vacunación en México", afirmó. El gran problema de los hoteles en zonas urbanas es que usualmente están vinculados a marcas internacionales por lo que no pueden mezclarse diferentes usos de suelo.

Por otro lado, los resorts son los hoteles que muestran un comportamiento más dinámico y que se recuperarán de manera más acelerada, calculó Yasutake. Por su parte, Eduardo Gomez añadió que en ese sector se han limitado los niveles de ocupación debido a las medidas sanitarias y no necesariamente por la demanda, que ya comienza a repuntar.

Los resorts son los hoteles que muestran un comportamiento más dinámico y que se recuperarán de manera más acelerada, calculó Yasutake.

En cuanto a la adaptabilidad, Guillermo Yasutake mencionó: "Tuvimos que reinventar nuestros procesos de comercialización entrando a lo digital. No me refiero a las OTAs, sino a todas las redes sociales como Instagram, Tik Tok que tienen el poder de comercializar de manera diferente".

En este sentido, señaló que es importante atender las tendencias. Algo que observan es el interés de los viajeros por visitar destinos en donde obtengan una experiencia de conexión con el lugar y la oferta local. Además de viajes significativos en donde puedan reconectar con sus seres queridos. Un producto que ha incrementado el interés de los viajeros son los llamados *glampings*, en donde el concepto de hospedaje es más minimalista y enfocado en el contacto con la naturaleza.

Retail

Gonzalo Montaña explicó que actualmente los retailers están identificando en dónde está el mayor impacto. Resaltó que el retail es uno de los géneros de desarrollo inmobiliario más complejos ya que intervienen tres entes fundamentales: el usuario, el retailer y el developer.

Desde la perspectiva de los usuarios se observa gran interés por regresar a los centros comerciales, dijo. Mientras que desde el punto de vista de los retailers, hay incertidumbre y algunos casos de caídas dramáticas. Y para los desarrolladores inmobiliarios, la baja en las rentas y las renegociaciones ha afectado su estructura de capital.



Los cines son uno de los ejemplos más drásticos. Empresas como Cinépolis han anunciado el cierre de casi 6 mil salas y han pasado de tener una renta fija a solicitar rentas variables, las cuales, se traducen a cero para los desarrolladores en cuanto a valuaciones para créditos. Asimismo, estas empresas ocupan espacios que han sido diseñados específicamente para ellas, por lo que es inaccesible la reconversión o cambiar de inquilinos ya que toda la industria se encuentra en las mismas condiciones.

“Vemos claramente que el concepto de ancla está en extinción [...] y las tiendas departamentales presentan una caída relevante no sólo en México sino en el resto del mundo”, comunicó Montaña. Algunas como Liverpool han aumentado sus ventas en línea en porcentajes muy altos, por ello, ahora consideran destinar sólo una parte de sus espacios a tienda y utilizar el otro como centros de distribución.

Finalmente, en la parte de los desarrolladores, se ve una tendencia clara a tener espacios más abiertos y ventilados que implican un nuevo concepto para los centros comerciales. En donde además de la experiencia de compras, podrán ser puntos de recreación, principalmente en ciudades secundarias, manifestó el experto.



Gonzalo Montaña Estrada
 Presidente de MAC Arquitectos
 Consultores

Reconfiguraciones en los mercados

Los niveles de desocupación en algunos sectores ha desembocado en una posible tendencia prevista por actores involucrados en la industria de Real Estate: la reconversión de espacios. No obstante, esto es mucho más complejo y menos rentable de lo que podría estimarse, destacó Pedro Azcué.

“Reconvertir un edificio de oficinas a departamentos con todo lo que implica de ingeniería, sobre todo para las instalaciones sanitarias. Con esto, el costo es un 40% mayor y si no lo vas a amortizar, no lo vas a recuperar”, dijo Javier Llaca.

Montaño compartió que han estudiado la oferta de tres hoteles para reconvertirlos en departamentos. Sin embargo, aunque el precio del inmueble sea bajo, el monto de inversión requerido para modificarlo no es rentable.

Asimismo, Guillermo Yasutake externó que como Grupo Presidente, cuentan con una línea de *senior living* enfocada en residencias para adultos mayores que consideran sería un buen proyecto de reconversión. No obstante, señaló que los precios de los inmuebles aún no están lo suficientemente en *distress* como para representar un buen negocio.

Montaño destacó que antes de pensar en una reestructuración habría que considerar el reposicionamiento, como lo han hecho algunos inmuebles en Estados Unidos, en los que espacios destinados originalmente a tiendas, son ahora centros de distribución que sirven como puntos de última milla.



Pedro Azcué
CEO de JLL México

Proyecciones a futuro

Pedro Azcué recordó que la solidez de los sectores de desarrollo inmobiliario se encuentran en una dinámica de cambio, por lo que su nivel de riesgo dependerá del contexto. Es decir, que aunque algunos segmentos como oficinas u hoteles se han visto fuertemente afectados por la pandemia de Covid-19, esto no descarta que en algunos años retomen posiciones muy fuertes y resilientes dentro del mercado.

Por lo pronto, los especialistas ven para el sector industrial un importante desarrollo que se beneficiará de acuerdos comerciales internacionales y del interés de empresas extranjeras en invertir en el país.

Para el caso de oficinas, prevén una reducción de espacios y una forma de trabajo híbrida entre lo presencial y lo remoto que podría generar nuevos esquemas de renta y ocupación de espacios.

Para el tema de hoteles, Yasutake proyecta el surgimiento de nuevos nichos de mercado. Uno de ellos tiene que ver con el interés de las generaciones millennial y centennial en aspectos de sustentabilidad, que tomará un peso importante en la industria. Del mismo modo, las personas que trabajan remotamente y han migrado a ciudades con alternativas de vivienda más conveniente, serán los próximos viajeros de negocio cuando deban regresar a las grandes zonas urbanas.

Por último, Montaño consideró que dos tipos de centros comerciales serán los más consolidados: los macro centros comerciales que tienen cobertura regional y los de entre 10 y 15 mil metros cuadrados que cuentan con *grocery anchor*. [●]

GRAN REPORTE DE VERTICALIZACIÓN 2021 VERSIÓN MÉXICO

Por: 4S Real Estate

El mercado habitacional vertical durante los últimos años ha crecido de forma sostenida como una alternativa ante la poca disponibilidad de suelo y la densidad de las ciudades. Dicha tendencia se mantiene pese a la situación tan complicada que se vive con la crisis sanitaria causada por el SARS-CoV-2, que ha afectado a todos los sectores económicos, incluido el inmobiliario.

4S Real Estate, siendo pionero en Latinoamérica en el desarrollo de metodologías para el entendimiento de la demanda, presenta el Gran Reporte de Verticalización 2021 que recopila los principales indicadores para comprender el panorama de la vivienda vertical en México al cierre de 2020.

En el país las unidades de los proyectos verticales activos que se ofertan (sin considerar la vivienda de interés social), rebasan las 139,000 unidades de los 5,040,055 de hogares que se reportan en el último censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Siendo el mercado de la Ciudad de México el que cuenta con la mayor oferta, con un total de 41,614 unidades, seguida por el mercado de Guadalajara y Monterrey que se encuentran por arriba de las 17,000 unidades. A estos se le suman Querétaro con más de 10,000, Tulum con 6,343 y Playa del Carmen con 6,867 unidades habitacionales.

En cuanto a la distribución por segmento 61,152 unidades son Residencial Plus, 40,635 Residencial, 25,583 Premium, 9216 Medio y 2,968 Premium Plus. Observándose que la mayor concentración de proyectos se ubican en un mercado alto (Residencial, Plus y Premium que abarca propiedades desde 2.2 millones de pesos (mdp) hasta encima de los 18 mdp.

Por otra parte, los inventarios en la mayoría de las ciudades están dirigidos principalmente a los segmentos Residencial y Residencial Plus; no obstante, las urbes con una fuerte orientación turística como Puerto Vallarta o aquellas que se ubican en la Riviera Maya, tienen como principal componente la oferta Residencial Plus y Premium.

Respecto a los precios promedio por m², las tres principales ciudades que presentaron caída durante 2020 en comparación con 2019 fueron: León con -16%, Ciudad de México -13% y Cancún con -10%. Mientras que el mercado local presentó un comportamiento variado, pero las ciudades con mercado turístico tuvieron una tendencia general en alza de precios.

Al comparar las ventas por segmento del año anterior respecto al 2019 se observa un incremento en la proporción de ventas concretadas en el segmento Medio y principalmente Residencial, frecuentemente a costa de los segmentos superiores, en particular Residencial Plus.

Sin embargo, salvo Puebla, Guadalajara, San Luis Potosí, Puerto Vallarta y Culiacán, todas las ciudades tienen menos del 10% de inventario en el segmento medio y Ciudad de México, Tulum, Playa del Carmen, Tijuana, Mérida, Hermosillo y Veracruz no cuentan con inventario de dicho segmento.

Asimismo, de acuerdo al nivel socioeconómico (NSE) nacional el 15% de la población corresponde al nivel 'C', 12% al 'C+' y únicamente el 7% es 'A/B'. Por lo tanto, existe una pirámide invertida entre la oferta y la demanda, puesto que el 63% del inventario se concentra en segmentos altos, cuando existe el requerimiento de más unidades en los segmentos Medio y Residencial.



En el país las unidades de los proyectos verticales activos que se ofertan (sin considerar la vivienda de interés social), rebasan las 139,000 unidades.

¿POR QUÉ SE ESTÁ VERTICALIZANDO MÉXICO?

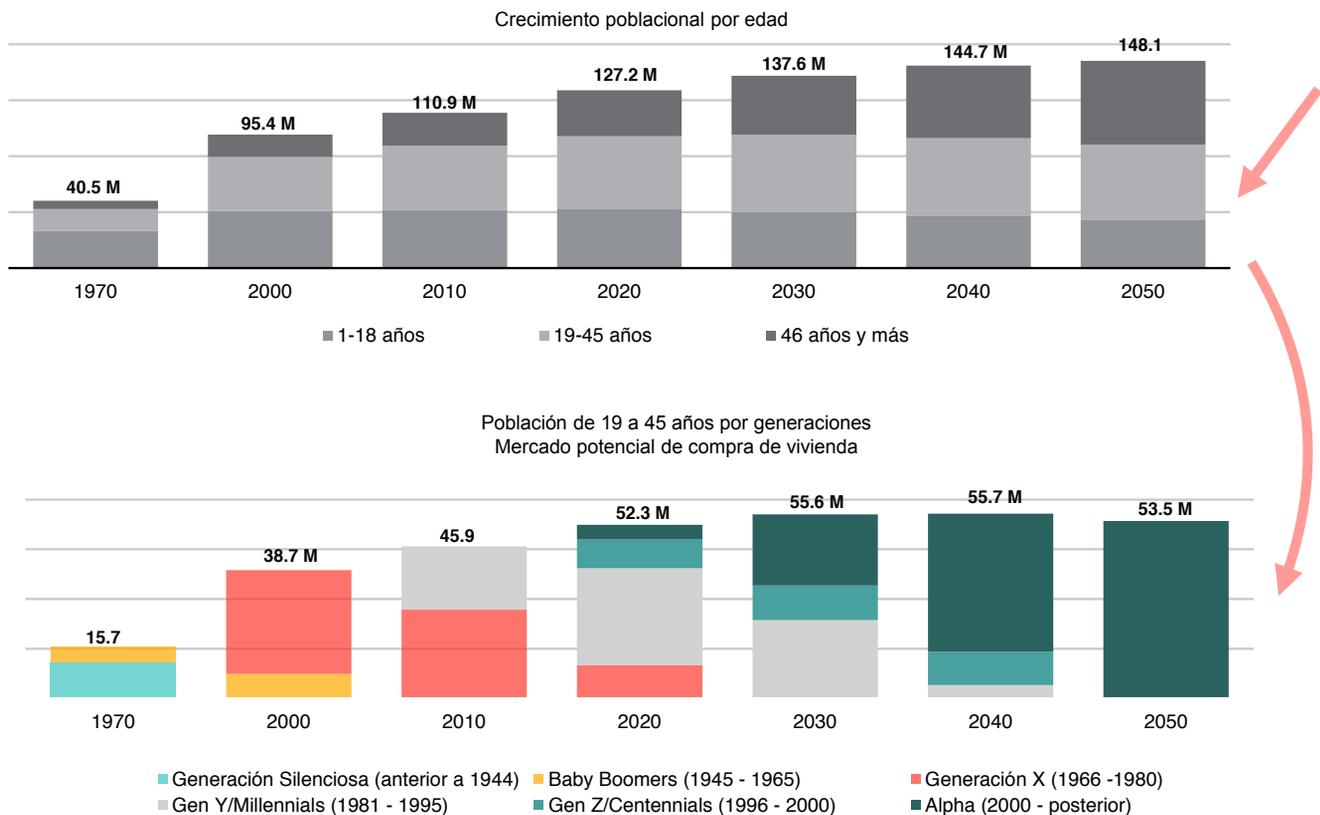
CAMBIO GENERACIONAL

De acuerdo a datos del INEGI y la CONAPO, durante 2020 el 56% del mercado potencial de compra de vivienda corresponde a la generación Millennial y solo el 25% a la Z, Alpha y posteriores (Alpha+). Sin embargo, se proyecta que para 2030 esta proporción se invertirá con 43% de Millennials y 57% de Alphas+. Además, según señala las Naciones Unidas el número promedio de hijos que tiene cada mujer ha ido a la baja. En particular para México, en los últimos 30 años, ha disminuido de 3.5 a 2.1 hijos. Ante este cambio en la configuración familiar, las nuevas generaciones cada vez necesitan menos espacio y están dispuestos a sacrificarlo por factores que consideran más prioritarios.

CRECIMIENTO POBLACIONAL EN MÉXICO

DINÁMICA DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL POR GENERACIÓN

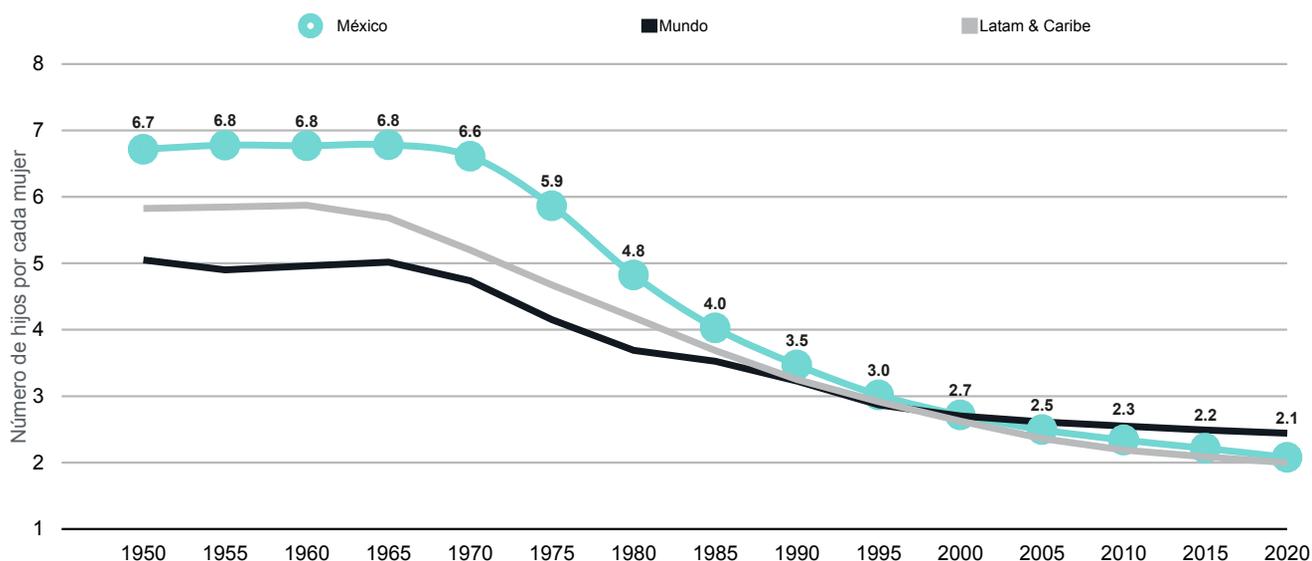
El mercado potencial de compra de vivienda se encuentra en la edad de 19 a 45 años, donde se realiza la compra de primera vivienda, para los próximos años este mercado estará compuesto por los Millennials, Generación Z y Alpha.



CAMBIOS DEMOGRÁFICOS DEL MERCADO DE VIVIENDA

NÚMERO DE HIJOS POR MUJER 1950 - 2020

El mercado potencial de compra de vivienda se encuentra en la edad de 19 a 35 años, donde se realiza la compra de primera vivienda, para los próximos años este mercado estará compuesto por los Millennials, Generación Z y Alpha.



DISMINUCIÓN DE DISTANCIAS

Todos odian estar atrapados en un embotellamiento de tráfico, sentimiento que no ha cambiado en las nuevas generaciones, quienes están dispuestos a transformar sus condiciones de vida. De acuerdo con estudios realizados por 4S Real Estate, más del 60% de los prospectos que dan prioridad a comprar un departamento en lugar de una casa, lo hacen por motivos de movilidad, para estar más cerca de sus puestos de trabajo y contar con áreas verdes, servicios, escuelas, etc., sin tener que trasladarse en automóvil. Además, quienes viven más cerca de las zonas centrales de la mancha urbana, tienen una percepción de mayor seguridad, además que agradecen utilizar menos el transporte público que, desgraciadamente, es deficiente en la mayoría de los países de Latinoamérica.

COSTO AMPLIAR MANCHA URBANA

En los últimos 30 años la dinámica de edificación ha consistido en proveer vivienda horizontal en la periferia de la zona metropolitana, traduciéndose en una creciente mancha urbana que tiene impacto tanto en la calidad de vida de los habitantes como en la eficiencia y desarrollo de la ciudad; ya que implica altos costos en infraestructura para incrementar las vías de comunicación y dotar de movilidad, transporte y servicios a las nuevas colonias. Además, las viviendas que se encuentran en la periferia en lugar de incrementar su valor con el tiempo lo mantienen igual, o inclusive disminuye. Mientras que en la vivienda vertical que se ubica dentro de la mancha urbana, la relación anual renta/valor de la propiedad (que es la cantidad de años en los que se recuperaría el valor de la propiedad si esta se rentara), es claramente mayor.

LA VIVIENDA VERTICAL

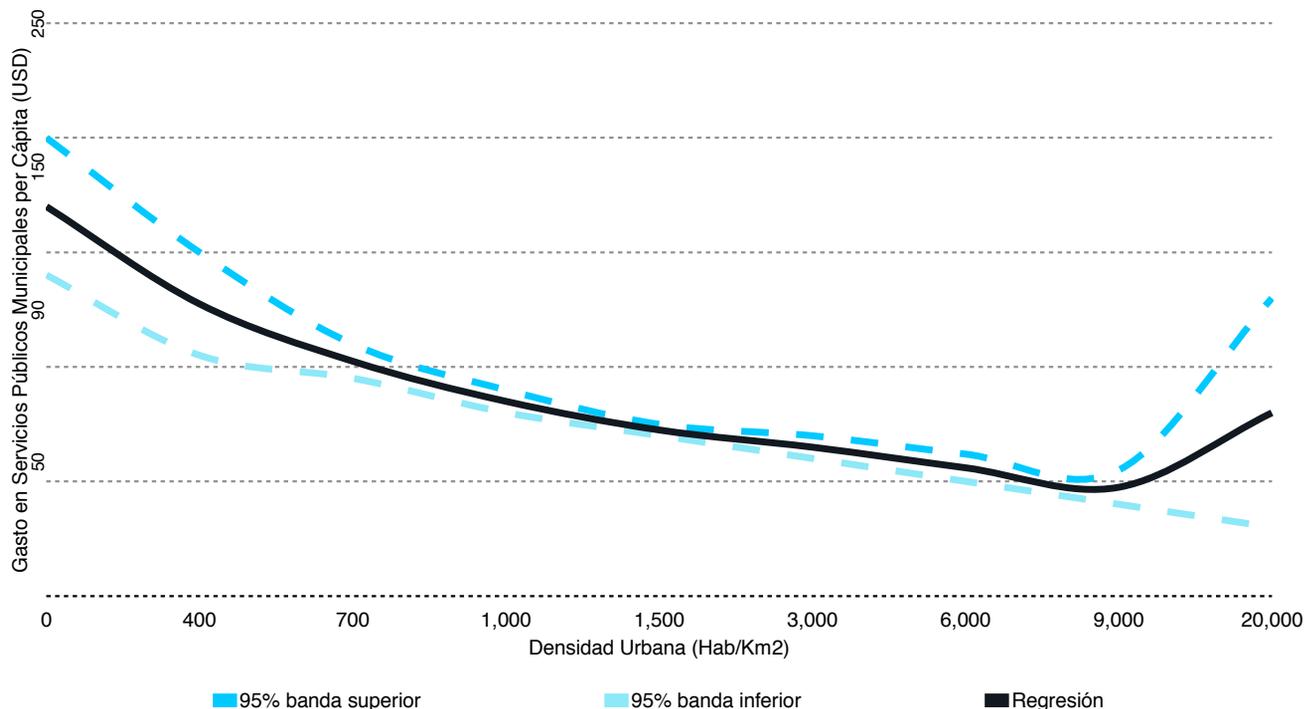
GASTO EN SERVICIOS EN FUNCIÓN DE LA DENSIDAD

El gasto en servicios públicos per cápita disminuye con la densidad de las ciudades

Densidad urbana en municipios selectos

Municipio	Densidad de Población Urbana (pob/km2)
Brasil	
São Paulo	11,047
Rio de Janeiro	10,928
Belém	8,984
Brasilia	3544
Chile	
Santiago	8,681
Valparaíso	6,686
Viña del Mar	6,025
Concepción	4,871
Ecuador	
Guayaquil	7,082
Cuenca	4,395
Quito	4,059
Ambato	3,340
México	
Benito Juárez (CDMX)	13,221
Guadalajara	10,445
Puebla	8,983
Monterrey	7,678

Cobertura de Servicios Municipales de Alta Calidad per Cápita por Densidad Urbana.



Fuente: Libertun de Duren, N. (2017). La carga de la vivienda de interés social: comparación entre hogares de la periferia y del centro en ciudades de Brasil, Colombia y México. Banco Interamericano de Desarrollo

CAMBIOS EN LA DEMANDA

Con base en los estudios de mercado de 4S Real Estate de 2015 a 2020 se identifica que las preferencias de los compradores de vivienda han evolucionado, inclinándose claramente hacia la vivienda vertical como principal opción de compra, pasando de un 19 a 57%. Dicho crecimiento exponencial se atribuye a tres principales factores:

1. Mayor proporción de comprador Millennial vs Generación X, siendo la generación que tiene a edad más temprana independencia del hogar familiar, además de postergación de la decisión de matrimonio y estilo de vida más dinámico con enfoque global.
2. Valoración creciente a atributos de cercanía a servicios, centros de trabajo y lugares de entretenimiento, priorizando el tiempo de traslados frente a la mayor cantidad de metraje.
3. Mayor interés en amenidades y usos mixtos que sean afines al estilo de vida.

COSTO DE LA TIERRA PARA DESARROLLADORES

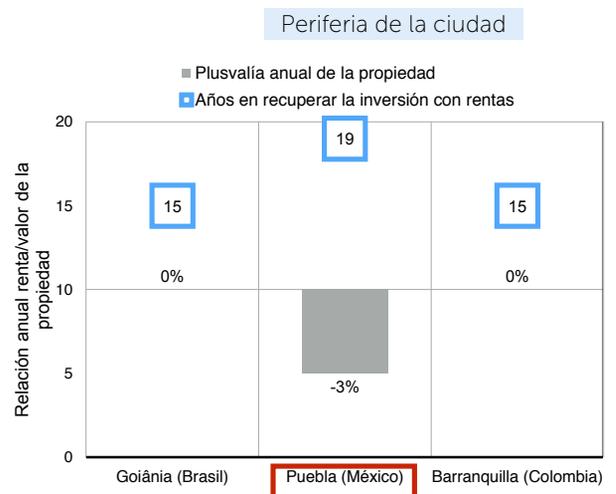
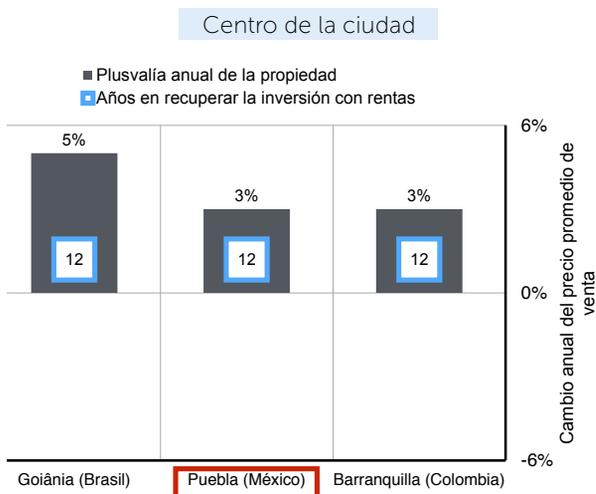
La urbanización y la plusvalización son preponderantes en el costo la tierra. Por ello, al promover una mayor densificación en la mancha urbana se permite hacer uso de la infraestructura existente y mejorarla, de tal manera que los costos sean más eficientes y no recaigan en el consumidor.

LA VIVIENDA SOCIAL EN LATINOAMÉRICA

LA PERIFERIA DE LAS CIUDADES

Dependiendo de la dinámica de la ciudad, es posible que las propiedades en la periferia no solo no ganen plusvalía, sino incluso pudieran perderla. Además, el tiempo que se necesita para recuperar la inversión mediante rentas aumenta en la periferia. Por ejemplo, en la periferia de Puebla vemos que tomaría 19 años en recuperar el valor de la propiedad con rentas, y dicha propiedad tendría una pérdida anual de 3% en su valor.

Las viviendas en las periferias son activos que no incrementan su valor, o que inclusive lo disminuyen



Fuente: Libertun de Duren, N. (2017). La carga de la vivienda de interés social: comparación entre hogares de la periferia y del centro en ciudades de Brasil, Colombia y México. Banco Interamericano de Desarrollo

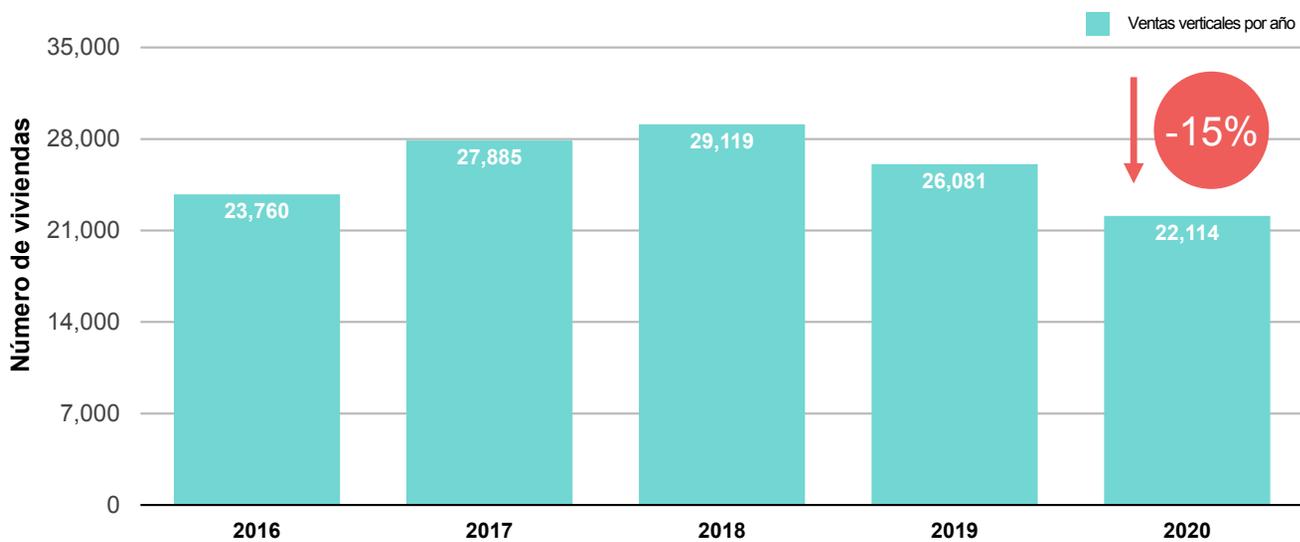
DINÁMICA GENERAL

CICLO DE MERCADO Y VISIÓN DE LA DEMANDA

DINÁMICA DE VENTAS DE VIVIENDA VERTICAL A NIVEL NACIONAL

VENTAS ANUALES DE PRODUCTO VERTICAL 2016 - 2020

Las ventas de productos verticales a nivel nacional consideran aquellas unidades de los segmentos Medio, Residencial, Residencial Plus, Premium y Premium Plus.



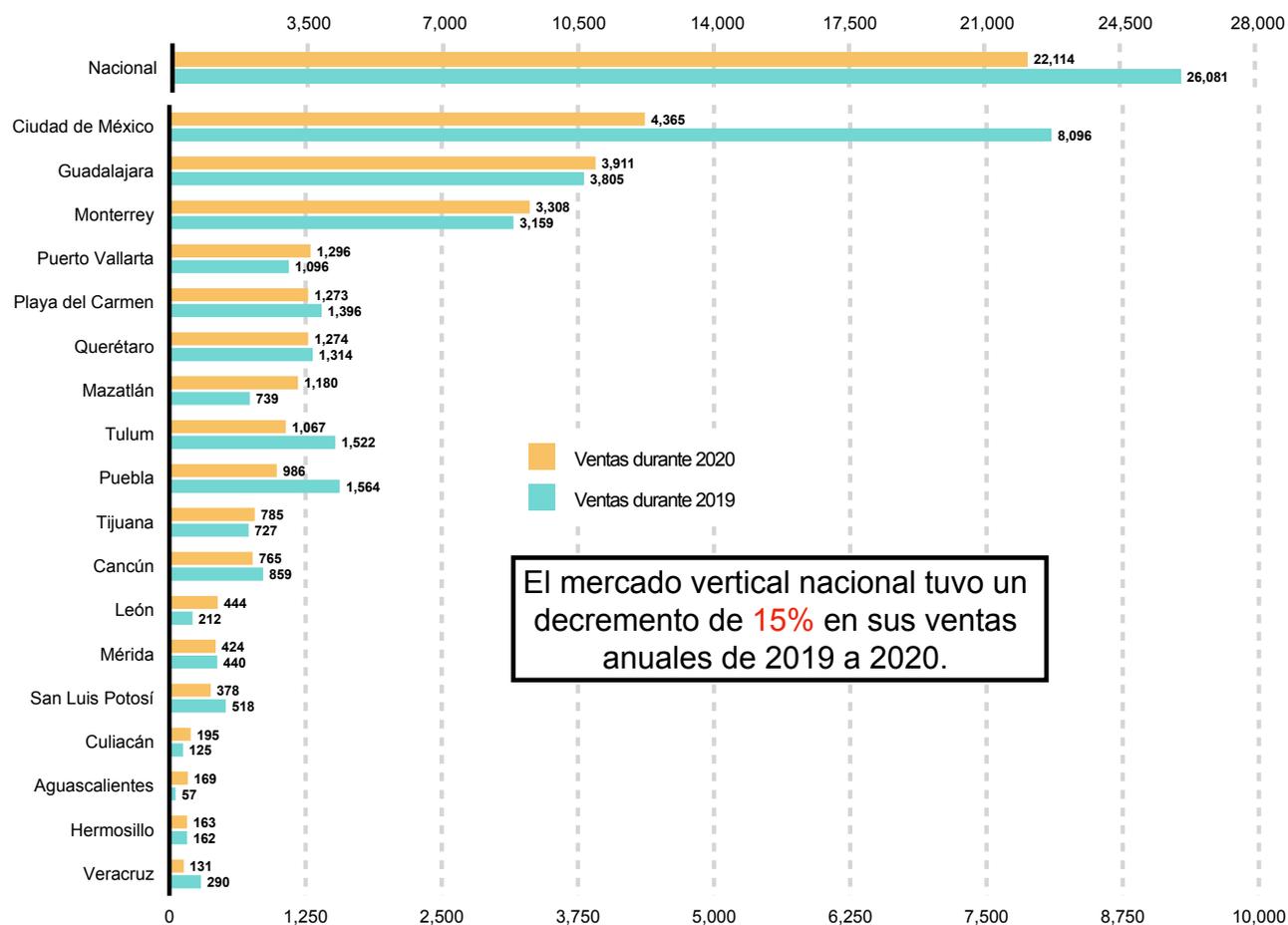
Fuente: Libertun de Duren, N. (2017). La carga de la vivienda de interés social: comparación entre hogares de la periferia y del centro en ciudades de Brasil, Colombia y México. Banco Interamericano de Desarrollo

COMPARATIVA DE VENTAS ACUMULADAS AL CIERRE DE 2019 - 2020

CIUDADES ORDENADAS POR VENTAS 2019

Un claro indicador del dinamismo de un mercado inmobiliario es la cantidad de unidades vendidas durante el año, en este caso, departamentos. Con el fin de brindar un panorama de la evolución del mercado en las diversas ciudades analizadas, presentamos el total de unidades colocadas durante los años 2019 y 2020 para los segmentos Medio en adelante.

Aquí podemos ver que el mercado vertical a nivel nacional bajo sus ventas en 15% de 2019 a 2020. Sin embargo, ciudades como Monterrey y Guadalajara presentaron crecimientos en sus ventas de 5% y 3% respectivamente, mientras que Cd. de México tuvo una contracción de 46%. Ciudades como Puebla y Tulum tuvieron un decremento de 37% y 30% respectivamente, mientras León aumentó sus ventas más de un 109% de 2019 a 2020.



DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR SEGMENTO 2019 VS 2020

CIUDADES ORDENADAS POR VENTAS 2020

	Distribución de Ventas por Segmento en 2019					Distribución de Ventas por Segmento en 2020				
	Medio	Residencial	Residencial Plus	Premium	Premium Plus	Medio	Residencial	Residencial Plus	Premium	Premium Plus
Ciudad de México	3%	30%	34%	28%	3%	1%	34%	41%	20%	4%
Guadalajara	9%	37%	49%	6%	-	7%	39%	43%	12%	-
Monterrey	9%	36%	45%	6%	4%	8%	45%	39%	7%	2%
Puerto Vallarta	2%	13%	48%	33%	4%	15%	5%	53%	24%	3%
Playa del Carmen	19%	25%	39%	17%	-	20%	29%	36%	14%	-
Querétaro	12%	35%	48%	4%	-	22%	53%	23%	2%	-
Mazatlán	2%	38%	55%	5%	-	5%	39%	52%	4%	0%
Tulum	-	13%	74%	13%	-	-	22%	57%	21%	-
Puebla	36%	40%	23%	1%	-	35%	39%	25%	2%	-
Tijuana	6%	13%	76%	5%	-	2%	10%	83%	5%	-
Cancún	21%	38%	15%	16%	10%	5%	43%	22%	21%	8%
León	0%	39%	42%	19%	-	23%	46%	24%	6%	-
Mérida	0%	40%	52%	8%	-	-	53%	44%	3%	-
San Luis Potosí	3%	33%	63%	1%	-	15%	29%	53%	3%	-
Culiacán	24%	5%	71%	-	-	12%	33%	54%	0%	0%
Aguascalientes	4%	46%	51%	-	-	9%	51%	40%	0%	0%
Hermosillo	0%	10%	90%	-	-	-	18%	82%	-	-
Veracruz	4%	61%	27%	8%	-	1%	47%	51%	2%	-
Total	8.00%	31.00%	44.00%	15.00%	2.00%	9%	36%	42%	12%	1%

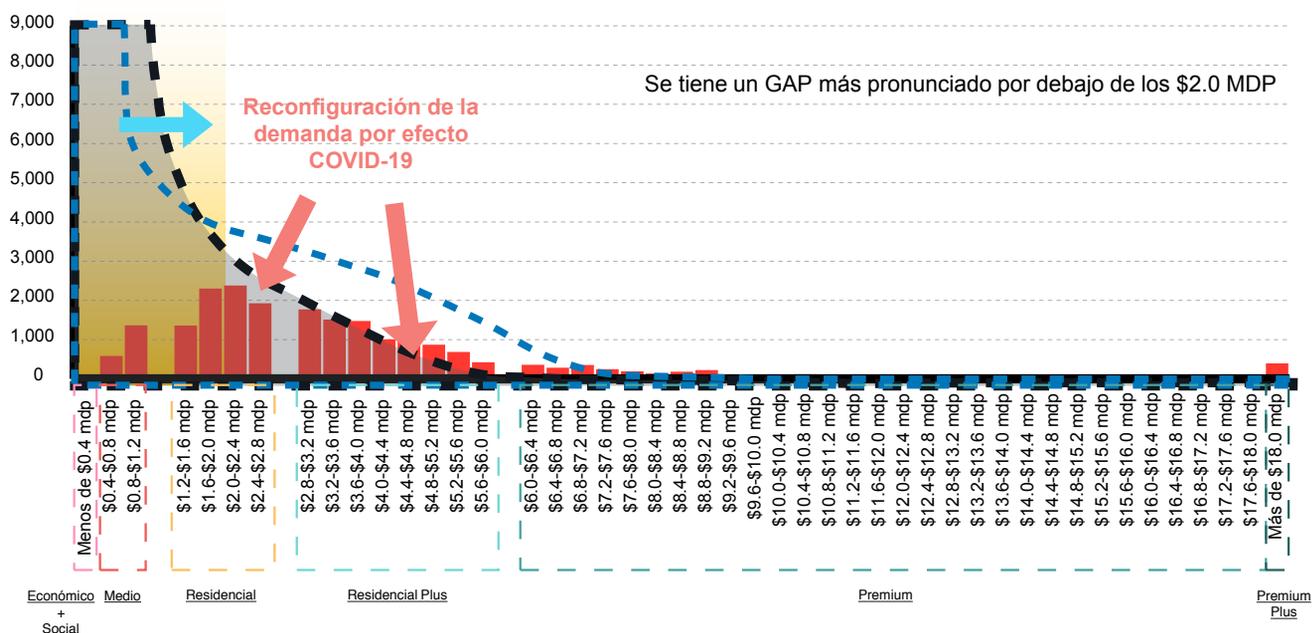
A causa de la pandemia COVID-19, el año 2020 fue atípico para todos los sectores económicos a nivel mundial, y esto se mantiene para el real estate.

Si comparamos las ventas por segmento de 2020 respecto a 2019, podemos ver que en general hubo un incremento en la proporción de ventas que se concretaron en los segmentos Medio y principalmente Residencial, frecuentemente a costa de los segmentos superiores, en particular Residencial Plus. Se puede ver un comportamiento similar para Premium Plus en aquellas ciudades que cuentan con oferta en ese segmento, donde su disminución en ventas se vió reflejada como una ganancia en Premium o incluso en Residencial Plus.

DEMANDA DE VIVIENDA VS VENTAS VERTICALES A NIVEL NACIONAL

DEMANDA VS VENTAS NACIONALES DURANTE 2020

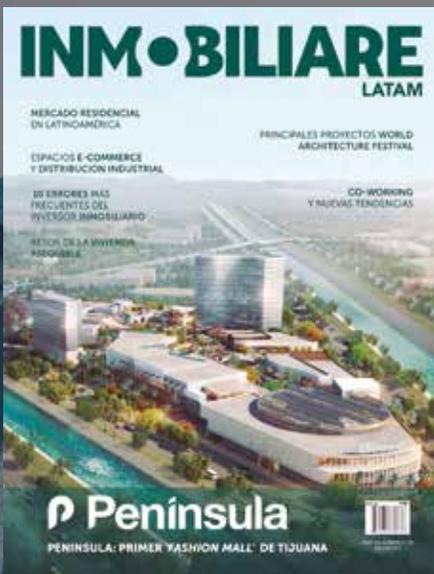
Este año 2020 fue sumamente inusual debido a la pandemia COVID-19. Estuvimos más de 8 meses en aislamiento, hubo un decremento económico, y la demanda de vivienda respondió a estos factores. En esta gráfica podemos ver cómo la demanda de vivienda vertical se contrajo por encima de \$1.6 mdp, lo cual redujo el GAP de vivienda y provocó que prácticamente desapareciera por encima de \$4.0 mdp. Sin embargo, la necesidad de vivienda no desaparece, sino que se reconfigura, como se puede apreciar en la expansión de demanda por debajo de \$1.6 mdp. Si comparamos con las ventas de producto vertical durante 2020, resulta evidente que esta reconfiguración de la demanda acentuó el déficit de vivienda para los segmentos Económico, Medio y la franja inferior de Residencial.



INM•BILIARE

SUSCRÍBETE

LA REVISTA MÁS PRESTIGIOSA
DE LOS **NEGOCIOS INMOBILIARIOS**



Realiza tu depósito en:

Banco: HSBC

Cuenta: 4038277406

Sucursal: 1920

Clabe: 021180040382774065

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

T: +52 55 55147914

suscripciones@inmobiliare.com

Costos por año:

\$650.00

+ I.V.A

INM•BILIARE

ABSORCIÓN PROMEDIO DE UNIDADES POR PROYECTO POR SEGMENTO

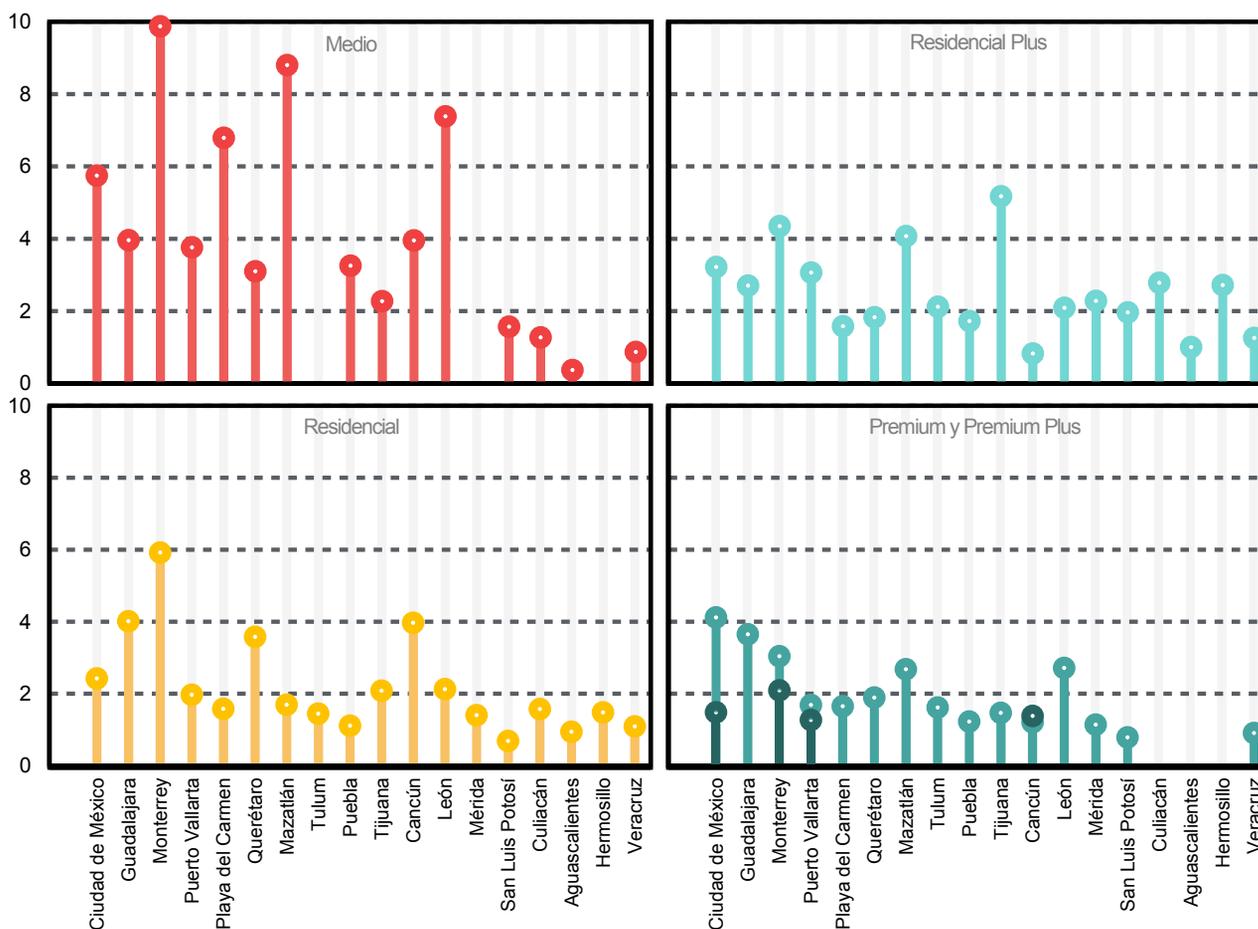
CIUDADES ORDENADAS POR VENTAS 2020

Una de las medidas del éxito de un proyecto inmobiliario es su ritmo de ventas, el cuál se representa con el parámetro de absorción promedio que nos indica cuántas unidades mensuales coloca el proyecto en promedio durante su tiempo en el mercado. Podemos extender esta rúbrica hacia las ciudades analizadas en este reporte.

Aquí presentamos la absorción promedio por proyecto durante 2020 de cada segmento para las 18 ciudades estudiadas. En general la absorción promedio por proyecto disminuye a medida que subimos del segmento Residencial hasta Premium Plus. La absorción promedio del segmento Medio es relativamente baja en todas las ciudades dado que el segmento está sub-ofertado.

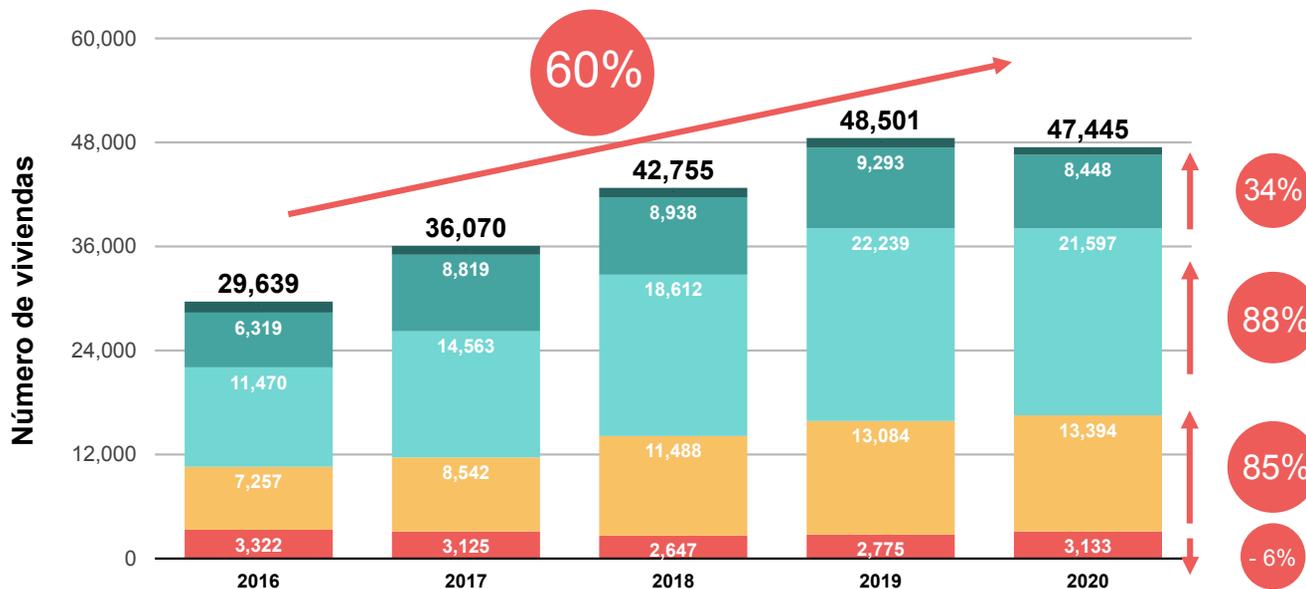
*Información primaria generada por 4S Real Estate y su red de oficinas regionales. Los datos están actualizados al cuarto trimestre 2020. Participación de segmentos calculado por número de unidades totales dentro de un proyecto del segmento.

- Medio (0.5 mdp a 1.1mdp)
- Residencial (1.2mdp a 2.7mdp)
- Residencial Plus (2.8 mdp a 6 mdp)
- Premium (6 mdp a 18 mdp)
- Premium Plus (+18 mdp)



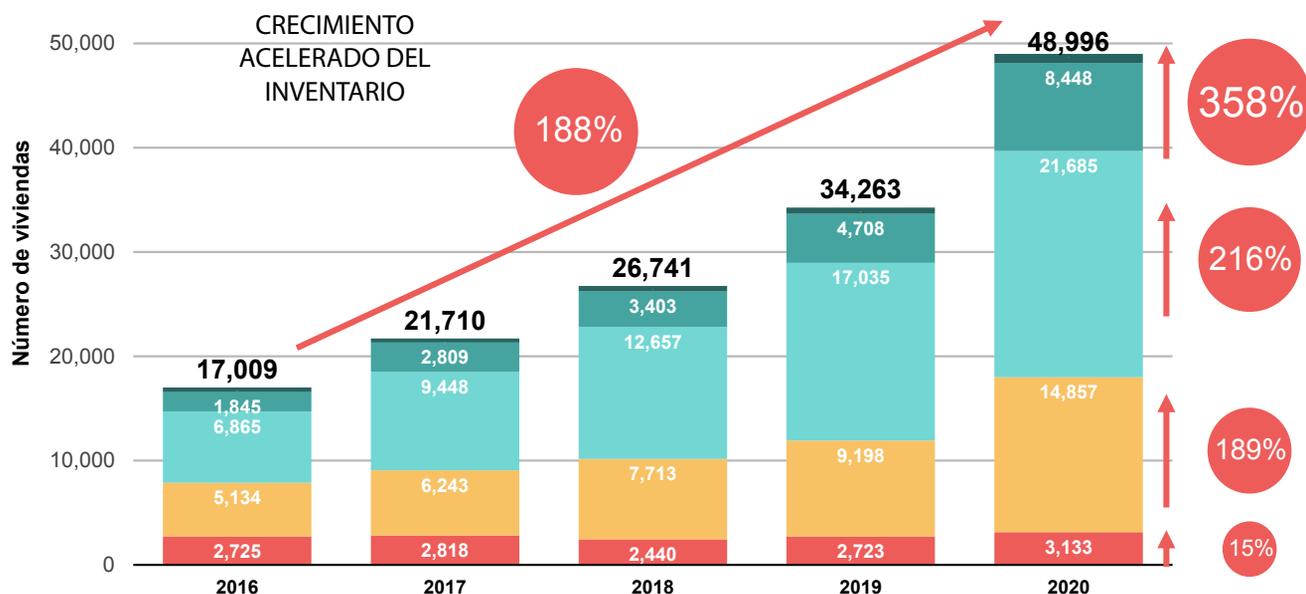
DINÁMICA DEL INVENTARIO DE VIVIENDA VERTICAL A NIVEL NACIONAL 2016-2020 INCLUYENDO LA ZM DE CIUDAD DE MÉXICO

Al incluir a la Ciudad de México, vemos que mientras el inventario del segmento Medio ha decrecido un 6% de 2016 a 2020, los segmentos Residencial y Residencial Plus han incrementado su inventario en 85% y 88% respectivamente.



DINÁMICA DEL INVENTARIO DE VIVIENDA VERTICAL A NIVEL NACIONAL 2016-2020 INCLUYENDO LA ZM DE CIUDAD DE MÉXICO

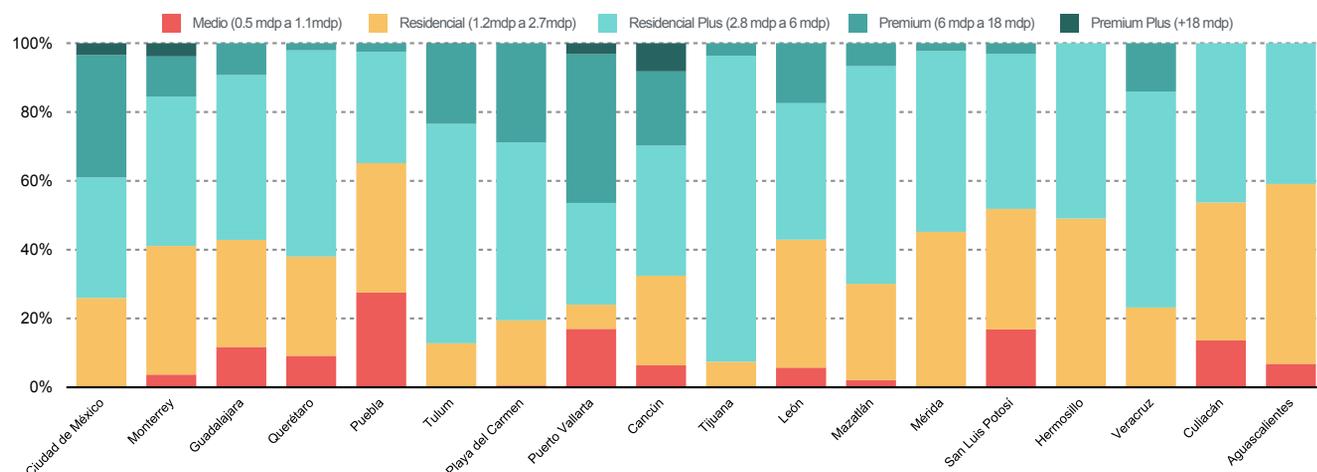
Mientras que el inventario del segmento Medio sólo ha crecido un 15% de 2016 a 2020, los segmentos Residencial Plus y Premium han crecido su inventario en 216% y 358% respectivamente.



DISTRIBUCIÓN DEL INVENTARIO DISPONIBLE POR SEGMENTO

CIUDADES ORDENADAS POR UNIDADES DISPONIBLES

Cada ciudad presenta una composición distinta de su inventario disponible. Podemos ver que la mayoría de las ciudades tiene la mayor porción de su inventario en los segmentos Residencial y Residencial Plus, a excepción de ciudades con una fuerte orientación turística como Puerto Vallarta y aquellas que pertenecen a la Riviera Maya, las cuales tienen su principal componente de oferta en los segmentos Residencial Plus y Premium. Así mismo, vemos que salvo Puebla, Guadalajara, San Luis Potosí, Puerto Vallarta y Culiacán, todas las ciudades cuentan con menos del 10% de inventario en el segmento Medio, e incluso 6 de ellas no tienen inventario en ese segmento. A grandes rasgos podemos ver que la pirámide invertida de inventario, ya que en lugar de existir más unidades disponibles en los segmentos Medio y Residencial, el 63% del inventario total se concentra en los segmentos Residencial Plus, Premium y Premium Plus.



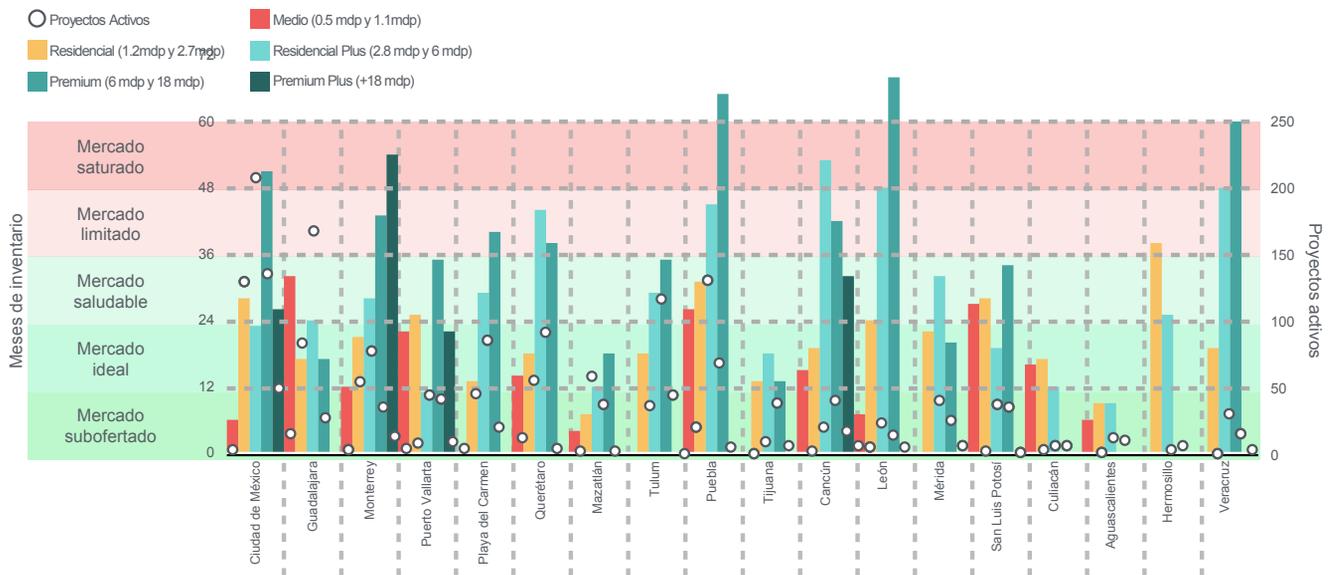
*Información primaria generada por 4S Real Estate y su red de oficinas regionales. Los datos están actualizados al cuarto trimestre 2020. Participación de segmentos calculada por número de unidades totales dentro de un proyecto del segmento.

MESES DE INVENTARIO Y PROYECTOS ACTIVOS POR SEGMENTO

CIUDADES ORDENADAS POR VENTAS 2020

Una de las medidas de qué tan dinámico es un proyecto inmobiliario es la cantidad de meses que le quedan de inventario para cada segmento, los cuales representan la relación que existe entre el inventario restante del segmento y las ventas que tuvo durante el año 2020. Esta rúbrica puede extenderse a las ciudades analizadas en este reporte para tener un panorama de la situación de sus mercados. Mostramos también la cantidad de proyectos activos por segmento para cada ciudad.

Al tomar en cuenta ambos parámetros podemos ver que, por ejemplo, a pesar que Guadalajara tiene buen ritmo de colocación en Residencial Plus, las ventas están pulverizadas entre 168 proyectos activos, mientras que Monterrey presenta casi los mismos meses de inventario en Res. Plus pero con sólo 78 proyectos en comercialización. En el caso de Puebla, podemos apreciar que si bien su segmento Residencial tiene una absorción saludable, sus ventas se distribuyen entre 131 proyectos, mientras que su segmento Residencial Plus ya se encuentra limitado en absorción. En general el segmento Medio está subofertado.



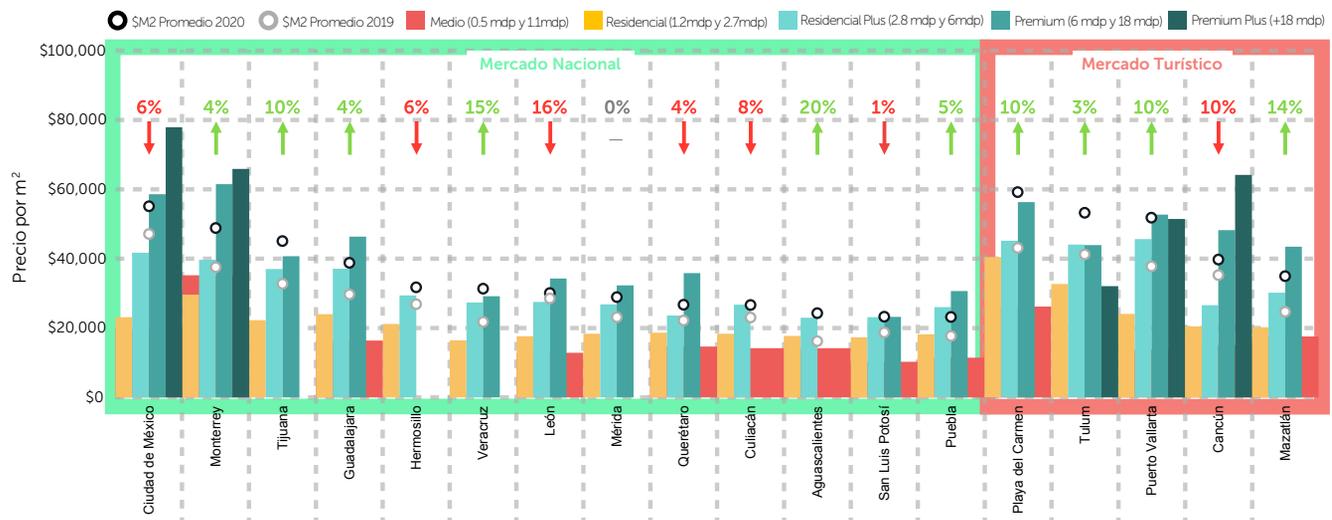
*Información primaria generada por 4S Real Estate y su red de oficinas regionales. Los datos están actualizados al cuarto trimestre 2020. Meses de inventario restantes por segmento calculados con metodología propia de 4S Real Estate.

PRECIO POR METRO CUADRADO PROMEDIO POR SEGMENTO

CIUDADES ORDENADAS POR PRECIO PROMEDIO POR M²

Más que el precio de venta, un mejor indicador de la consolidación de la vivienda vertical en una ciudad es su precio por m² promedio. A medida que el sector de vivienda vertical toma fuerza en una zona, el precio por m² promedio de los proyectos en desarrollo debe incrementar. Es por esto que los proyectos nuevos pueden salir a la venta con precios por m² por encima los precios iniciales de proyectos que ya llevan varios meses en el mercado.

Aquí presentamos un panorama del precio por m² por segmento para cada una de las ciudades. Respecto a 2019 podemos observar algunos cambios interesantes, como Ciudad de México cayendo a un \$M² promedio cercano a Monterrey, así como León que a pesar de incrementar sus ventas en 109% cayó al 7mo lugar en \$M² promedio. El mercado turístico vio una tendencia general a la alza en precio por M², mientras que el mercado local presentó un comportamiento más variado.



SOCIEDAD DEL ROMBO EN MÉXICO

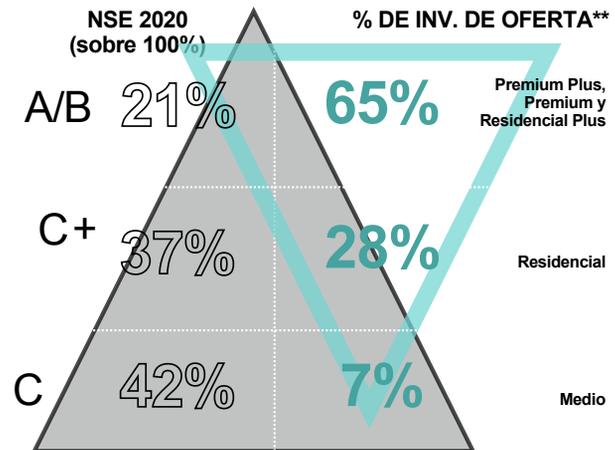
¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?

NIVEL NACIONAL

**EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE DE NSE
2000 - 2020***

	2000	2005	2010	2020
A/B	7%	8%	7%	9%
C+	13%	14%	14%	16%
C	17%	19%	17%	18%

¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?



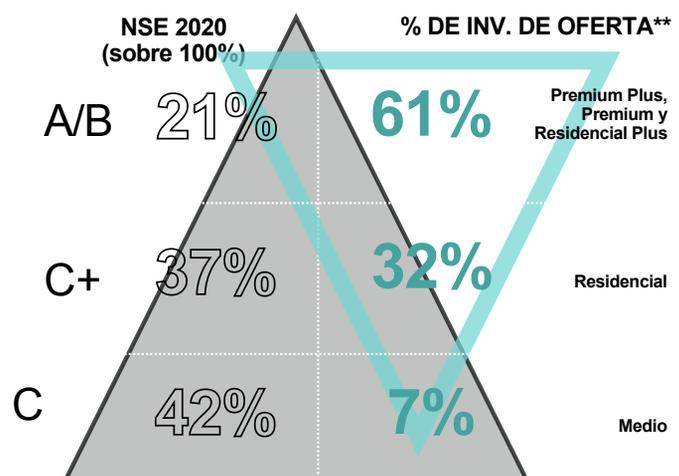
ZONAS METROPOLITANAS DE MÁS DE 3 MILLONES DE HABITANTES

Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla

**EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE DE NSE
2000 - 2020***

	2020 Hogares	NSE
A/B	936,023	9%
C+	1,636,193	16%
C	1,818,415	18%

¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?



* El nivel socioeconómico nacional considera ciudades y áreas metropolitanas con 100,000 habitantes o más. Fuente: AMAI

** Se consideran las ciudades analizadas por 4S Real Estate y su red de oficinas.

Inventario actualizado al cuarto trimestre de 2020 por 4S y su red de oficinas regionales

El nuevo Portal B2B que cuenta con la más completa información de **Proyectos de construcción en desarrollo, Directorio de Proveedores y Noticias en México, Colombia, Centro América y el Caribe.**

División Proyectos



Usted podrá conocer antes que nadie cuáles son los próximos **Proyectos de Construcción** que se están desarrollando actualmente en sectores como Hotelería, Residencial, Centros Comerciales, Oficinas, Usos Mixtos, Aeroportuarios, Hospitalarios, etc., y ponerse en contacto con los encargados del desarrollo de dichos proyectos para ofrecer sus productos y servicios.

Es un buscador especializado de **Proveedores de productos y servicios** relacionados con la construcción y el equipamiento, el cual le permitirá a usted ser visto por la comunidad y poder ser contactado directamente para cerrar negocios millonarios.

División Proveedores



Portal de **Noticias** en constante actualización dónde podrán encontrar información de los más recientes avances del mundo de la construcción. De igual manera, es un espacio abierto para que usted pueda compartir información actualizada de los nuevos productos y servicios con que cuente su empresa.

División Noticias



Conózcanos y aproveche ahora...
¡La oportunidad de cerrar millonarios negocios!

www.conectandonegocios.com
info@conectandonegocios.com

 +52 998 845 9337

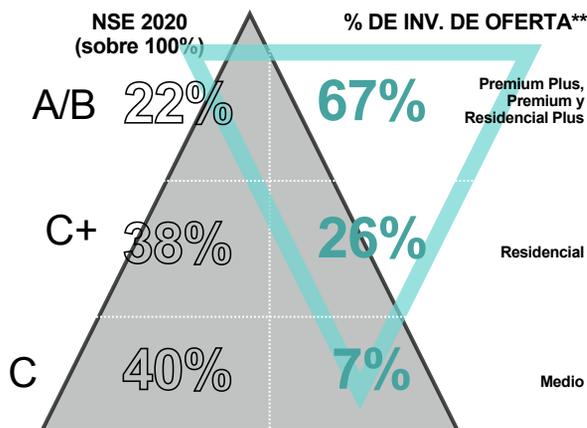
¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?

Zonas metropolitanas de 1.5 a 3 millones de habitantes Tijuana, León y Querétaro

**EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE DE NSE
2000 - 2020***

2020		
	Hogares	NSE
A/B	162,667	10%
C+	286,751	18%
C	299,955	19%

¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?



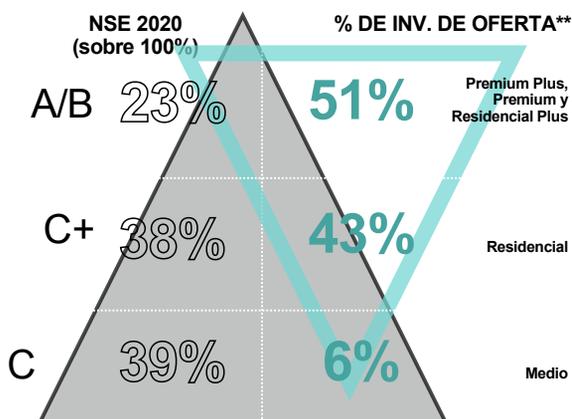
ZONAS METROPOLITANAS Y CIUDADES DE 1.5 MILLONES DE HABITANTES O MENOS

Mérida, San Luis Potosí, Aguascalientes, Culiacán y Hermosillo

**EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE DE NSE
2000 - 2020***

2020		
	Hogares	NSE
A/B	188,046	12%
C+	309,488	19%
C	312,645	19%

¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?



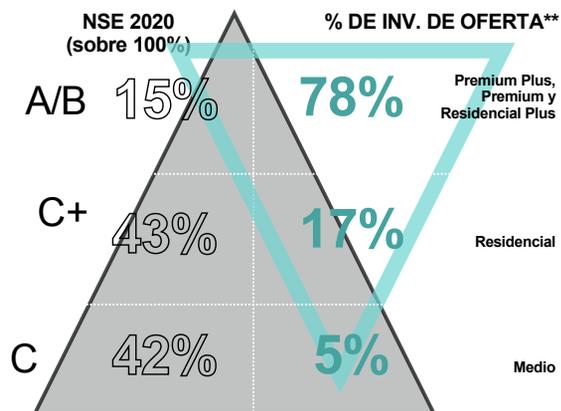
ZONAS METROPOLITANAS Y CIUDADES TURÍSTICAS

Cancún, Veracruz, Mazatlán, Puerto Vallarta, Playa del Carmen y Tulum

**EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE DE NSE
2000 - 2020***

2020		
	Hogares	NSE
A/B	71,876	7%
C+	199,707	21%
C	195,166	20%

¿CÓMO SE COMPORTA LA OFERTA DISPONIBLE?



* El nivel socioeconómico nacional considera ciudades y áreas metropolitanas con 100,000 habitantes o más. Fuente: AMAL

** Se consideran las ciudades analizadas por 4S Real Estate y su red de oficinas.

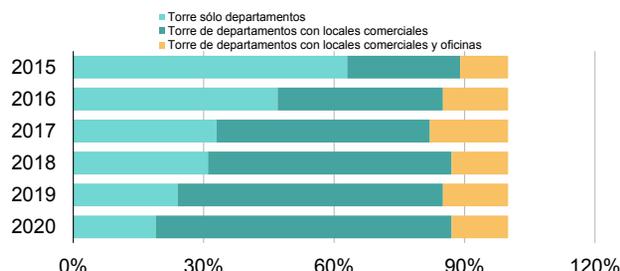
Inventario actualizado al cuarto trimestre de 2020 por 4S y su red de oficinas regionales

EVOLUCIÓN EN LA PREFERENCIA DE LA DEMANDA

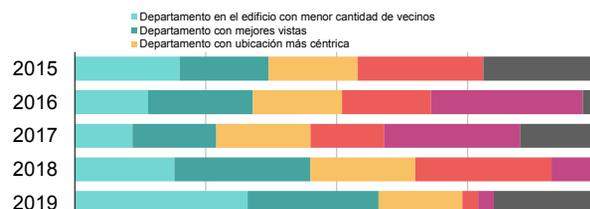
Con base en estudios de demanda hechos por 4S donde de forma cuantitativa se mide la disposición de las personas que estén buscando una vivienda para comprar se encuentra que existe una evolución en el hábito de búsqueda de un inmueble ya que a partir del año 2015 existe un incremento en la preferencia de búsqueda de un departamento y no solamente de una casa.

También se encuentra una evolución en la preferencia del tipo de proyecto en donde les gustaría adquirir un departamento debido a que a partir del año 2017 la preferencia de comprar un departamento en un proyecto de usos mixtos comienza a ser mayor. Asimismo se aprecia una preferencia acentuada de las personas por vivir en un departamento que se encuentre en un proyecto que les brinde privacidad, ofrezca vistas atractivas a la ciudad y que se encuentre cercano a comercios y servicios de primera necesidad, además de amenidades que se apeguen a su estilo de vida.

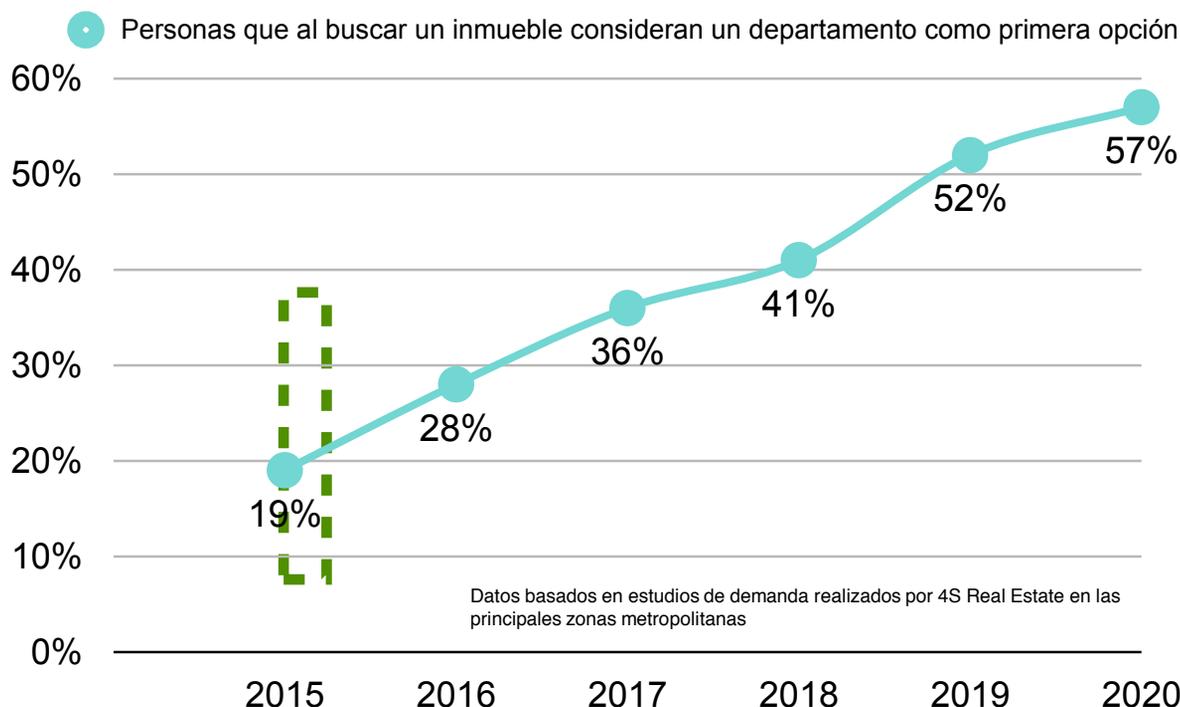
Opciones de torres de departamentos donde las personas preferirían comprar



Opciones de proyecto consideradas como atractivas para comprar ahí



Porcentaje de personas que buscan un inmueble y consideran un departamento como primera opción de compra.



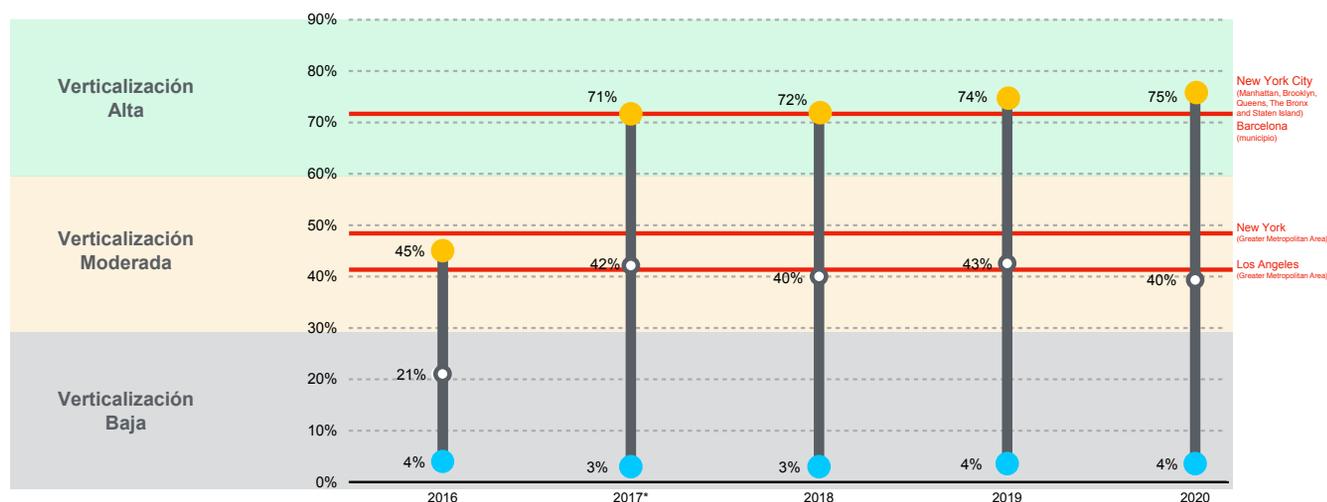
VERTICALIZACIÓN EN MÉXICO

EVOLUCIÓN DE LA VERTICALIZACIÓN 2016-2020

Aquí presentamos cómo ha variado el índice de verticalización a nivel nacional de 2016 a la fecha. Vemos que el índice promedio de 2017 a 2020 se ha mantenido oscilando entre 40% y 43%, lo que nos representa una verticalización moderada. Sin embargo, aunque esto nos representa un panorama general, también debemos considerar el rango que toma el índice, con un máximo de alrededor de 70% que corresponde a ciertas zonas altamente verticalizadas de la Ciudad de México y mínimos de 3-4% para zonas muy horizontales en ciudades más pequeñas del interior de la república donde existe oferta de vivienda vertical nueva.

Como puntos de referencia vemos los 5 principales boroughs conurbados de la ciudad de Nueva York y el municipio de Barcelona con una verticalización de 72%, y en contraste observamos que para la misma ciudad de Nueva York el índice promedio disminuye a 49% si incluimos la zona metropolitana extendida (NYC Greater Metropolitan Area).

Medio, Residencial, Residencial Plus, Premium, Premium Plus.



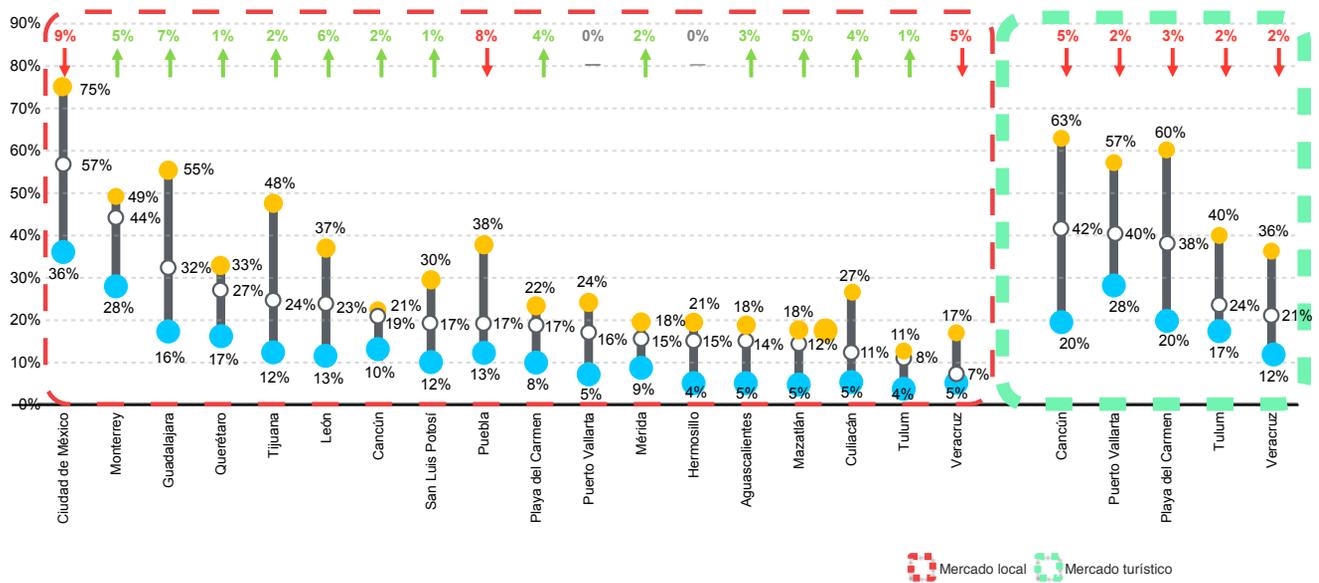
Fuente: Libertun de Duren, N. (2017). La carga de la vivienda de interés social: comparación entre hogares de la periferia y del centro en ciudades de Brasil, Colombia y México Banco Interamericano de Desarrollo

ÍNDICE DE VERTICALIZACIÓN DE LA DEMANDA

CIUDADES ORDENADAS POR ÍNDICE DE VERTICALIZACIÓN PROMEDIO

4S Real Estate ha sido pionero en Latinoamérica en el desarrollo de metodologías para el entendimiento de la demanda. Esta capacidad estratégica permite tener la capacidad para identificar necesidades desatendidas en el mercado.

Como parte del análisis de la demanda vertical, 4S Real Estate creó el índice de verticalización de la demanda. Este índice mide la disposición del público de los segmentos A, B, C+ por considerar la posibilidad de adquirir vivienda vertical. Presentamos los hallazgos sobre dicho índice para las mismas 18 ciudades empleadas en la muestra, destacando el mínimo, máximo y promedio del índice para cada una de ellas.

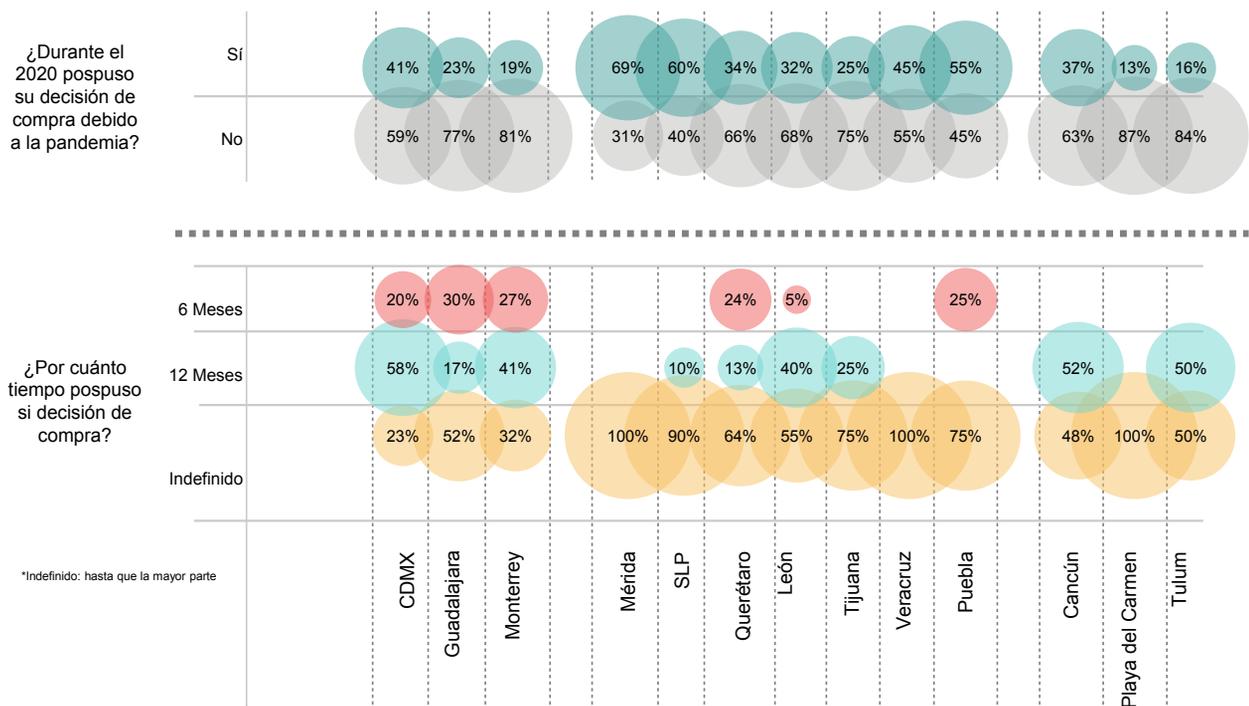


*Información primaria generada por 4S Real Estate y su red de oficinas regionales. El índice se calcula elaborando estudios cuantitativos representativos en cada una de las ciudades.

EVOLUCIÓN EN LA PREFERENCIA DE LA DEMANDA

CAMBIOS EN LA ADQUISICIÓN DE VIVIENDA VERTICAL OCASIONADO POR LA PANDEMIA POR COVID-19

Debido a la contingencia provocada por la Covid-19 se detecta que algunas personas en búsqueda de una vivienda decidieron posponer su decisión de compra, principalmente en ciudades como Mérida, San Luis Potosí, Ciudad de México y Puebla, entre otras. El tiempo pospuesto para retomar la decisión de compra puede llegar a ser de hasta 12 meses o incluso de forma indefinida hasta que la vacuna sea distribuida para vacunar a la población.

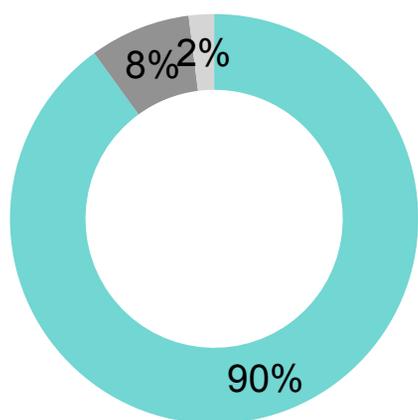


EVOLUCIÓN EN LA PREFERENCIA DE LA DEMANDA

PRESUPUESTO, TAMAÑO EN M², VISITAS Y SOCIALIZACIÓN

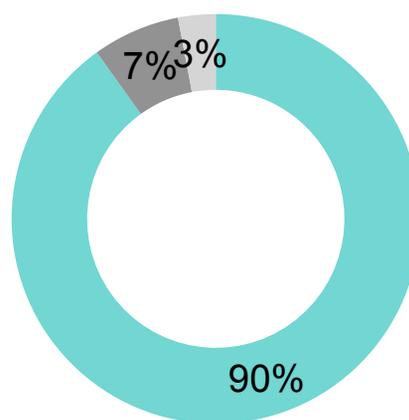
No se detecta una variación en el presupuesto considerado para la compra del inmueble antes y durante la contingencia sanitaria, asimismo se muestra una preferencia similar en cuanto a los M² buscados. Previa a la pandemia se encuentra que las personas solían recibir visitas hasta 4 veces al mes y principalmente se reunían en la sala.

El presupuesto de compra que consideraba para su inmueble antes de la contingencia, ¿sigue siendo el mismo?



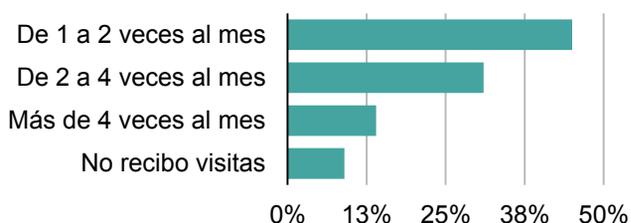
- Sí, sigue siendo el mismo
- No, disminuyó
- No, aumentó

El tamaño (m²) que consideraba para su inmueble antes de la contingencia, ¿sigue siendo el mismo?

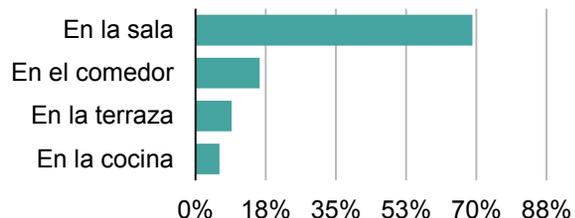


- Sí, sigue siendo el mismo
- No, disminuyó
- No, aumentó

Previo a la contingencia, ¿Con qué frecuencia recibía usted visitas en su residencia?



¿En qué parte de su vivienda recibía a las visitas?



EVOLUCIÓN EN LA PREFERENCIA DE LA DEMANDA

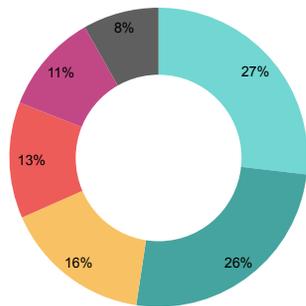
UBICACIÓN VS ÁREA TOTAL, PRIORIDAD DE ELEMENTOS EN UN DEPARTAMENTO

Un departamento necesariamente tiene menos área que una casa. Se valora más la ubicación sobre una mayor área total.

Un área de home office inadecuado es el mayor punto de dolor. No obstante en conjunto la ubicación es lo de mayor importancia. Pese a que la restricción de proximidad supondría una disminución en el interés en las amenidades, se mantiene como un principal factor de interés para la compra.

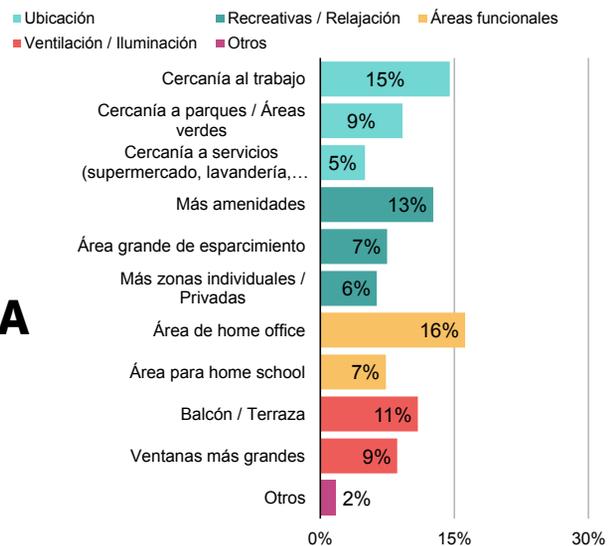
La importancia de la terraza y balcón sugieren retos importantes dado las limitaciones en presupuesto de los prospectos.

¿Cuál sería la razón principal del por qué prefiere comprar un departamento y no una casa?



- Ubicación más cerca del trabajo
- Por las amenidades
- Encontrarme una ubicación más céntrica
- Más cercana a parques / Áreas verdes
- Ubicación más cercana a servicios sin uso de auto (caminable / menos auto / transporte público)
- Busca una zona con mayor plusvalía a donde vive

Con base en su experiencia en la cuarentena
¿Qué elementos está buscando en el departamento que desea comprar?

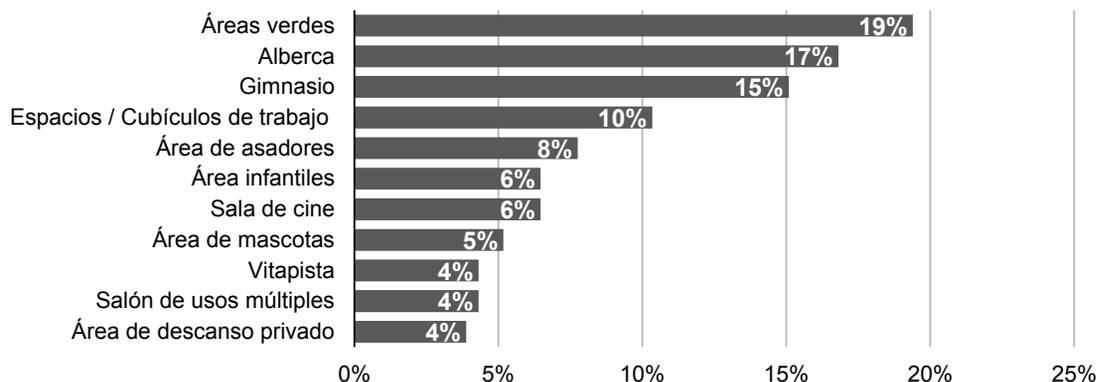


ENFOQUE = MENOR DISTANCIA / MEJOR MOVILIDAD

EVOLUCIÓN EN LA PREFERENCIA DE LA DEMANDA

PREFERENCIA DE AMENIDADES

Con base en su experiencia en la cuarentena
¿Qué amenidades requiere que tenga el edificio donde compre su departamento?



TENDENCIAS. HACIA DÓNDE VAMOS

VIVIENDA VERTICAL ASEQUIBLE

El pirámide de vivienda vertical en México está invertida. Más del 60% de las unidades disponibles se encuentran en los niveles A/B, mientras que menos del 8% están orientadas a población de segmentos C o inferiores. Dado que no hay producto asequible cerca de los centros urbanos, los trabajadores de segmentos medios y bajos se ven obligados a adquirir producto de menor calidad en las afueras de la mancha urbana sacrificando horas al día en largo traslados para llegar a los centros de trabajo. Al ofrecer producto asequible de buena calidad cerca de los lugares de trabajo, la población trabajadora podrá disminuir gastos de transporte y disfrutar de mayor tiempo de calidad con la familia.

REGENERACIÓN DE ESPACIOS

Actualmente, en algunas zonas cercanas a los centros urbanos existe la percepción de ser viejas e inseguras, debido a que a medida que crecen las ciudades la población se ha visto obligada a migrar hacia las franjas exteriores. Para lograr re-densificar los núcleos urbanos, no basta con proporcionar vivienda asequible; también es indispensable regenerar los espacios circundantes como áreas verdes, parques y plazas públicas para dar una sensación de renovación. Asimismo, es necesario rehabilitar el equipamiento como banquetas y alumbrado público para convertir los centros urbanos en áreas caminables que no solo den prioridad al peatón sobre el automóvil, sino que fomenten caminar por el espacio urbano como una actividad segura y placentera.

NUEVAS REGULACIONES

Las regulaciones actuales en México y Latinoamérica no permiten una alineación entre las necesidades de mercado y lo que puede construir el desarrollador. Es importante señalar esto tiene que cambiar para que el desarrollador pueda generar productos que estén alineados a la demanda del mercado. Sin regulaciones nuevas se seguirá limitando las posibilidades de construcción en cuanto a cantidad de Unidades, tamaño, alturas, elementos de estacionamiento, entre otros; que la gran mayoría de casos hacen que el costo de las unidades sea más alto. Regulando la industria inmobiliaria de vivienda se logrará construir productos alineados a los nuevos requerimientos sociales.

COLABORACIÓN SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO

Es importante que las nuevas regulaciones de vivienda contemplen la colaboración entre el sector público y privado, porque cuando hay un trabajo en conjunto la industria de la vivienda avanza más rápido. Hoy en día existen barreras y limitantes en los temas de tramitología que demoran y perjudican el proceso de desarrollo, al igual que la corrupción. Todo esto al final se ve reflejados en costos para el consumidor, por eso trabajar en conjunto entre la industria privada y pública, hará que el mercado sea más dinámico, tenga menores costos y logre mayor certeza, lo que se verá reflejado en los precios finales.

PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO

Es importante entender que los planes de desarrollo urbano necesitan una visión a largo plazo. Hoy en día existen muchas zonas que son dignas de regeneración, que cumplen con las variables: A (abandonadas), B (a la baja en nivel socioeconómico), C (céntricas), D (deshabitadas) y E (muy bien equipadas).

Todas las ciudades latinas tienen estas franjas que se encuentran alrededor del corazón de las ciudades y que están sufriendo un fenómeno de 'deshabitación', sin embargo, tienen la posibilidad de que el valor de la tierra sea creciente a partir de la regeneración. En un principio, como no forman parte del espiral creciente del desarrollo inmobiliario, los valores de la tierra son bajos y por lo tanto el precio final del producto es accesible, alineándose a las necesidades del mercado.

Estas zonas (A, B, C, D y E) necesitan ser reguladas y aprovechadas para hacer vivienda vertical asequible, pero hay que entender que pasado un lapso de tiempo no mayor a 10 años, dichas ubicaciones generarán plusvalía hasta llegarán a un nivel de precios que ya no se ajustan a la vivienda económica, por lo que se tiene que pensar en la siguiente fase para regenerar otras zonas y continuar con precios bajos que permitan una oferta de vivienda asequible para los próximos 30 años. 

Para obtener más información, visite:
www.4srealestate.com

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

habitat EXPO

interiorismo • diseño • arquitectura

DONDE NACEN LAS IDEAS

2021



COLOQUIO



PRISMA



PROMESAS



TENDENCIAS

habitatexpo.com



20-22 DE MAYO
WTC / CDMX

WTC
CENTRO INTERNACIONAL DE
EXPOSICIONES Y CONVENCIONES
CIUDAD DE MEXICO

COMPROMISO **GBAC**
ESPACIO SEGURO PARA
HACER NEGOCIOS

Con el apoyo de:

**círculo
cuadrado**



Media partners:

Revista **arquitecta**

podio

info@habitatexpo.com

Conmutador 5604-4900 / 4629-7750

CON LA GARANTÍA
TRADEX
Exposiciones

Global Businesses Inc.

19 años de fortaleza con miras a una firme expansión

Por Federico Cerdas, CEO de Global Businesses Inc.

Las oportunidades que se presentan siempre serán señal de crecimiento y fortaleza. Momentos de incertidumbre estarán presentes en cualquier momento, pero saber sortearlos y utilizarlos a tu favor es la diferencia entre quedarse en el camino o continuar creciendo.

Esta premisa es la que hoy, ha llevado a Global Businesses Inc. a cumplir 19 años de experiencia en el sector. Compañía que pese al impacto negativo que la pandemia por Covid-19 dejó en México y a nivel mundial, continúa con paso firme y de frente a la expansión.

Global Businesses Inc. cumple 19 años de experiencia en el sector. Compañía que pese al impacto negativo que la pandemia por Covid-19 dejó en México, continúa con paso firme y de frente a la expansión.

El 2020 dejó complicaciones para algunos segmentos de la industria inmobiliaria; sin embargo, con el escenario más claro hacia este 2021, diversas tendencias y cambios en los espacios habitacionales toman cada vez mayor fuerza.

Los periodos de aislamiento llevaron a reflexionar a las personas sobre nuevas necesidades que debe cubrir una vivienda, la cual han tenido que reconvertirse en espacios funcionales para trabajar, estudiar o ejercitarse.

Por lo que como muestra de nuestro crecimiento y en el marco del aniversario de Global Businesses Inc. hemos fortalecido *Skyhaus*, marca que concentra la filosofía de negocio de Global y el brazo financiero de Cobra Development Fund.



En el marco del aniversario de Global Businesses Inc. se ha fortalecido *Skyhaus*, marca que concentra la filosofía de negocio de Global y el brazo financiero de Cobra Development Fund.



Federico Cerdas,
CEO de Global Businesses Inc.

Skyhaus: nuevos espacios para nuevas necesidades

Skyhaus como división residencial de la constructora, está enfocada en proporcionar seguridad, plusvalía, calidad y un diseño arquitectónico inteligente, mismo que con la coyuntura actual, se ha transformado.

El diseño de la vivienda cambiará, hoy en día gran parte del tiempo lo pasamos en casa, lo que permite una mejor calidad de vida y mayor convivencia familiar. Situaciones que anteriormente la dinámica de trabajo no permitía.

Espacios como terrazas, patios o balcones considerados hace algunos años un plus, actualmente son una necesidad, ya que en medio de un confinamiento las personas requieren cierto tipo de contacto con el exterior.

La integración de áreas con luz natural y privacidad, también son requerimientos que ha dejado esta nueva forma de vida y trabajo.

Por lo que Skyhaus, tomando en cuenta estas necesidades, engloba desarrollos residenciales en diferentes zonas de la Ciudad de México, diseñados por ingenieros y arquitectos especialistas para brindar estas y más comodidades en un solo lugar.

Inmuebles que además de asegurar un alto nivel de plusvalía, cuentan con servicios y vías de comunicación cercanas para evitar largos desplazamientos.

Como empresa comprometida con el desarrollo de México, Skyhaus continuará de la mano de Global Businesses Inc. expandiendo su visión e inversiones dentro del país; lo que generará entre 2,500 y 3,000 plazas de trabajo.

Mientras que de forma internacional, el objetivo es marcar este aniversario con la diversificación de la compañía en Estados Unidos, lo que refuerza aún más nuestra solidez corporativa.

A la fecha contamos con 22 proyectos activos en la capital mexicana, entre los que destacan Skyhaus Bartolache y Skyhaus Rumania, ambos en la Alcaldía Benito Juárez. [•]

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

***Nota del editor:**

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



MERCADO DE SUELO PARA INDUSTRIA Y NAVES INDUSTRIALES EN MÉXICO

Por: César Cortés, Consultor de Estudios de Mercado, Softec, Consultoría en Proyectos Inmobiliarios
ccortes@softec.com.mx

A partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN) en 1994, México ha tenido un acelerado crecimiento del mercado de parques y naves industriales.

Esta actividad supone las seis tipologías de oportunidades de negocio que pueden ser aprovechadas: Desarrollo y habilitación de suelo para uso industrial, construcción de naves sin cliente definido (especulativas), construcción de naves con cliente definido (*built to suit*), compra de naves sin inquilino (para remodelar, rentar o revender), compra de naves con rentas estabilizadas y venta de portafolios.

Este es el mercado inmobiliario que más ha crecido desde el 2010 en México y que tiene la mayor profundidad de fuentes nacionales e internacionales de capital institucional (afores, fibras, CKDs, fondos de pensiones, fondos de capital público y privado internacionales).

De acuerdo con la Norma Mexicana de Parques Industriales (NMX-R-046-SCFI-2015), un parque industrial es un terreno delimitado que cumple con los siguientes criterios:

- Cuenta con título de propiedad, permisos y diseño para la operación de plantas de manufactura o centros de distribución. Se ubica cerca de las principales rutas de comercio y de zonas urbanas para facilitar el acceso a los mercados, proveedores, mano de obra, servicios educativos, de vivienda y salud.
- Ofrece infraestructura y equipamiento para la industria, además de servicios básicos como agua, energía eléctrica, telecomunicaciones, gas natural, espuela de ferrocarril, plantas de tratamiento de agua, entre otros.
- Operan bajo un reglamento interno y tiene una administración que coordina la seguridad, el buen funcionamiento de la infraestructura, la promoción de los inmuebles y la gestión general de trámites y permisos ante autoridades.

Los parques industriales que cumplen con los estándares de esta Norma Mexicana, tienen la ventaja de ofrecer certeza a los clientes que se instalan ahí, lo que incrementa el valor de los activos y los hace más atractivos.

El negocio de los parques industriales está tanto en el desarrollo como en la operación. Por el lado del desarrollo, el inversionista-desarrollador puede capturar la plusvalía del negocio, mismo que al consolidarse genera mejores tasas de capitalización. En la operación, los inversionistas, administradoras de capital, FIBRAS y CKD's desempeñan un rol pasivo, ya que el interés radica en tasas de capitalización estables.

Los factores clave de éxito económico dependen de distintas variables. Para el caso del desarrollo y construcción de naves y bodegas se deberá contar con un YOC (*yield on cost*) superior al *Cap Rate* de mercado. Esto permite vender las naves estabilizadas con utilidad. Por su parte, en cuanto a la operación de portafolios estabilizados se deberá tener un costo de fondeo inferior al *Cap Rate* de mercado, esto permite tener un flujo de caja positivo y aprovechar momentos de venta al haber compresión de *Cap Rates* (efecto a la baja).

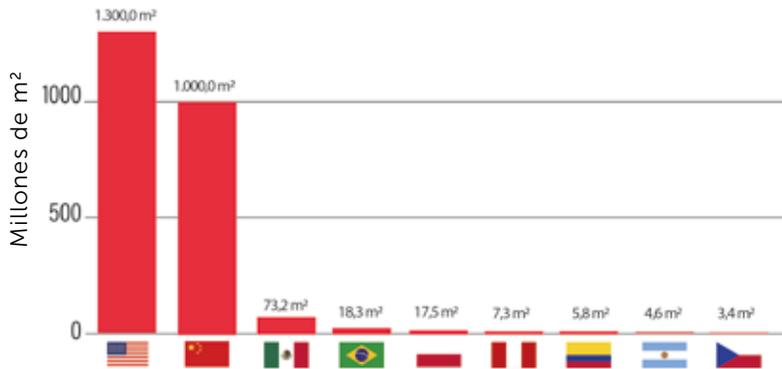
Actualmente el mercado inmobiliario industrial en México muestra una importante oportunidad para la inversión, la cual se ha venido acelerando debido a la ratificación del Tratado México-Estados Unidos-Canadá (T-MEC), a las estrategias de "near-shoring" o suministro cercano que las empresas han adoptado ante una postura más proteccionista contra China, así como al importante incremento que se ha observado en el eCommerce a raíz de la pandemia por COVID-19, pero que desde hace algunos años ya mostraba una gran tendencia a la alza.



El mercado inmobiliario industrial es el que más ha crecido desde el 2010 en México y el que tiene la mayor profundidad de fuentes nacionales e internacionales de capital institucional.

El mercado inmobiliario industrial en México se presenta como el de mayor tamaño de América Latina, con un total de 73 millones de m², ubicándose por arriba de mercados como Brasil, Perú, Argentina y Colombia; sin embargo, se estima que duplique su tamaño, ya que existe un alto potencial de desarrollo y factores económicos que hacen atractiva la inversión.

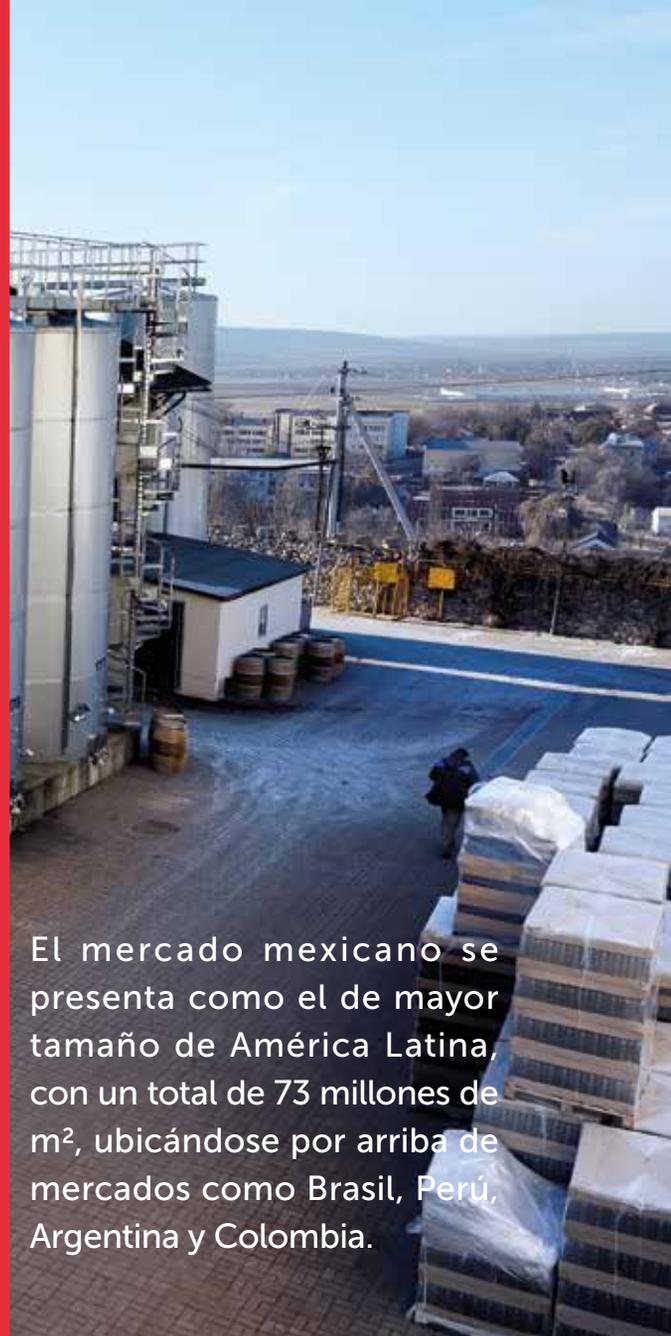
Mercados industriales (comparativo)



México ha estado agregando entre dos y cuatro millones de m² de espacio industrial por año. Esta cifra podría duplicarse o triplicarse dadas las condiciones actuales.

Para el 2020, el mercado industrial en las principales ciudades del país llegó a un inventario total de 73.2 millones de m², lo que representó un crecimiento del 3.1% respecto a lo registrado en 2019, donde el inventario total fue de 71 millones de metros cuadrados.

Por su parte, el inventario en inmuebles de Clase A pasó de 48.1 millones de m² a 50.3 millones de m², lo que representa cerca del 70% del inventario total.



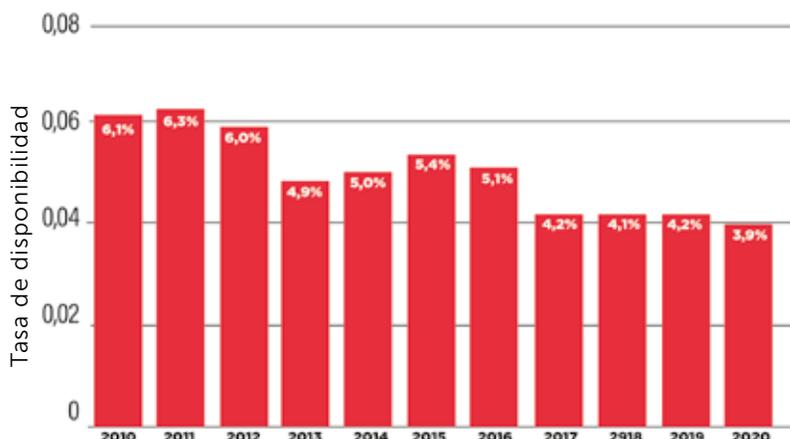
El mercado mexicano se presenta como el de mayor tamaño de América Latina, con un total de 73 millones de m², ubicándose por arriba de mercados como Brasil, Perú, Argentina y Colombia.

Evolución del inventario de m² de industria



Por otro lado, la tasa de disponibilidad ha mostrado una tendencia a la baja, pasando del 4.2% en 2019 a 3.9% en 2020, dicha tasa se mantuvo estable desde 2017.

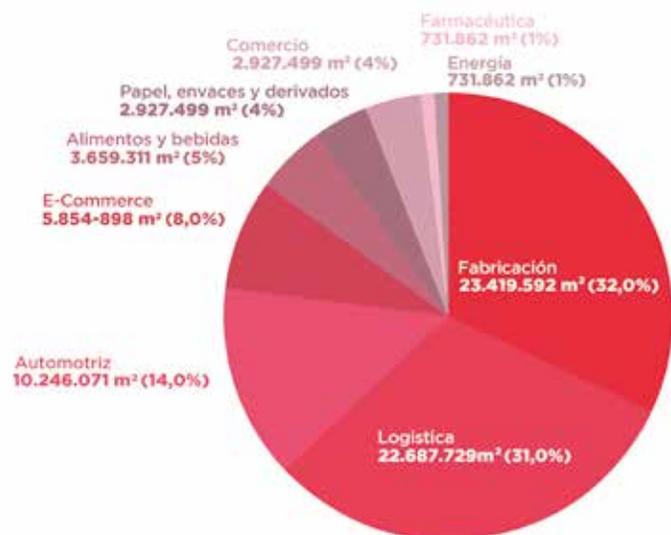
Tasa de disponibilidad promedio



La mayor demanda de espacios industriales se concentra en la fabricación y manufactura de productos, concentrando cerca del 32% del total del inventario.

Seguido se encuentran los espacios destinados a logística, los cuales representan cerca del 31% del total de m² industriales.

La industria automotriz representa 14% del total del inventario, mientras que el comercio electrónico el 8% de la demanda total de espacios industriales.



Demanda por tipo de industria

El mercado de espacios industriales en México se encuentra consolidado y se distingue por tener factores e indicadores que lo diferencian del resto de los mercados y segmentos del desarrollo inmobiliario.

El mercado inmobiliario industrial se ha caracterizado por contar con tasas de rentabilidad estables, factor que ha hecho atractiva la inversión en nuevos espacios.

Se estima que la ratificación del T-MEC traiga consigo importantes beneficios para el sector industrial en México, ya que nuestro país, cuenta con una ubicación privilegiada, siendo la interconexión entre la parte Norte y Sur del continente, a la par se observan importantes incentivos por parte de las autoridades para nuevas inversiones, factor que también hace atractivo al sector.

Por otro lado, el importante crecimiento que ha presentado el eCommerce a nivel mundial en los últimos meses, trae consigo una importante demanda de m² en la denominada "última milla", por lo que, la ubicación de espacios disponibles para el desarrollo se presenta como una de las variables más importantes en la industria, ya que se estarán demandando espacios con importante cercanía a los centros urbanos.

El mercado inmobiliario industrial se ha caracterizado por contar con tasas de rentabilidad estables, factor que ha hecho atractiva la inversión en nuevos espacios; a la par, se presenta como uno de los mercados con mejor dinamismo y como el sector que podría mostrar una mayor recuperación posterior al fenómeno de la pandemia por COVID-19.

Los principales clientes potenciales para los espacios industriales, principalmente aquellos enfocados al almacenamiento, distribución y logística han mostrado un considerable crecimiento durante la pandemia, lo que ha generado un incremento en la demanda de m² por parte de estos clientes.

A la par, el mercado demanda cada vez más espacios con mayores y mejores tecnologías, infraestructura y mejora en los procesos de automatización, ya que estas variables se presentan altamente necesarias para el buen funcionamiento, tanto de parques como de naves industriales. [i]

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

*Nota del editor:

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

El *Project Management* colabora con la resiliencia del sector industrial

Por: Arturo Bañuelos,
Director Ejecutivo de la División de Administración de Proyectos y Desarrollos de JLL México



Durante el 2020, varios sectores productivos fueron fuertemente golpeados por la crisis económica derivada de la pandemia por COVID-19. De acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) los sectores más afectados son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades empresariales y de alquiler.



Pese a este panorama, uno de los sectores productivos que logró ser más resiliente, es el sector industrial, esto se debió a tres situaciones muy puntuales que le brindaron estabilidad: el T-MEC, la guerra comercial de Estados Unidos con China y la actual pandemia por COVID-19.

En el caso del T-MEC, la ratificación con Estados Unidos y Canadá dio certidumbre a las empresas que ya están en México para seguir produciendo y continuar formando parte de la cadena de valor con los vecinos del norte.

La guerra comercial de EUA con China ha fortalecido de alguna manera a México, al ser Estados Unidos el principal comprador de diversas empresas en el país asiático, éstas tuvieron que tomar la decisión de salir de aquel país y establecerse en otros, entre ellos México.

A este hecho se le suma el ahorro en costos de logística, pese a que en México la mano de obra no es tan competitiva como en China. Este suceso le dio certidumbre y sostuvo principalmente al norte del país (Tijuana, Matamoros, Monterrey y Hermosillo), durante el 2020. Por lo tanto, se prevé que el sector industrial continuará como uno de los más fuertes en esta región.

Y finalmente, la pandemia por COVID-19 que aumentó el comercio electrónico a medida que los compradores se quedaron en casa. De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), durante el año pasado, el comercio electrónico creció 81% sumando 316 mil millones de pesos.

“Al aumentar el comercio electrónico, las empresas dedicadas al *e-commerce* y al retail requirieron modificar su logística; la búsqueda de centros de distribución alternos tomó prioridad para algunas empresas, habiendo un crecimiento de pedidos, entregas y flotas. La falta de personal y flotilla, por este rápido crecimiento, hizo que algunas compañías contrataran particulares para las entregas a domicilio. Estas empresas tuvieron que reinventarse y adelantar los planes que tenían a futuro”, menciona Gerardo Ramírez, SIOR Director Regional Industrial de JLL México.

El problema de la falta de flotilla, aunado al volumen de pedidos, ha generado la búsqueda de espacios dentro de las ciudades para convertirlos en centros de distribución (CeDis), con el objetivo de hacer la logística más urbana, añade Ramírez.

La ratificación con Estados Unidos y Canadá dio certidumbre a las empresas que ya están en México para seguir produciendo y continuar formando parte de la cadena de valor.



La transformación del sector industrial

Durante el 2021, las actividades que continuarán manteniéndose con posibilidades de crecimiento son logística, distribución y *cool storage* para alimentos y medicinas.

Adicionalmente a estas situaciones generadas recientemente en el sector, cada vez se hace más presente la tendencia de adaptar nuevos o mejores espacios de oficinas dentro de los centros de producción y distribución. Anteriormente las oficinas no eran más que un conjunto de escritorios alejados de los espacios de mayor tránsito, actualmente las empresas están invirtiendo en la reinversión de estos espacios, para dotar a sus trabajadores de mejores áreas que cubran sus necesidades.

Nosotros como *Project Managers* debemos de garantizar que la reconfiguración de los espacios logrará la integración efectiva del equipo humano con el flujo operativo. De esta manera las actividades del día a día serán realizadas de manera ágil, práctica y productiva.

En tema de espacios, las áreas comunes y comedores son los dos puntos que como en cualquier otro sector, ha sufrido modificaciones en el comportamiento de los empleados, es decir, anteriormente se buscaba tener el mayor número de personas en el menor espacio, ahora en el mayor espacio se busca tener el menor número de gente.

Asimismo, la aceleración de actividades en este sector también trae consigo retos como la falta de capacitación y actualización del personal en materia tecnológica, es decir, entre más rápido avanza la tecnología para automatizar procesos, es más necesaria la actualización de conocimientos de los colaboradores.

"Uno de los retos al que nos enfrentamos como renovadores de espacios en el sector industrial, es el tipo de personal requerido. Cada vez se necesitan empleados más preparados que entiendan las nuevas tecnologías y estén a la misma altura para saber operarlas", comenta René Morlet, Director de Proyectos Industriales de la División de Administración de Proyectos y Desarrollos.

Sin embargo, a pesar de los retos que el sector industrial enfrenta, para JLL, empresa experta en servicios inmobiliarios integrales, el sector continuará creciendo debido a que México es un país atractivo para las inversiones, su población económicamente activa representa un impulso de crecimiento y su cercanía con Estados Unidos lo favorece.

"Cerramos el 2020 con más del doble de proyectos industriales en comparación con el 2019. Este año estimamos un ritmo más acelerado que permitirá incrementar la cifra de proyectos del 2020" menciona Morlet.

Finalmente, Ramírez asegura que, durante el 2021, las actividades que continuarán manteniéndose con posibilidades de crecimiento son logística, distribución y *cool storage* para alimentos y medicinas, este último es escaso en México. Además de que se experimentará mayor cercanía de las industrias y distribución a zonas urbanas.



Para obtener más información, visite:

www.jll.com.mx

***Nota del editor:**

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



Mercado Inmobiliario Logístico.

Así será la demanda de este sector



Por: **Enrique Portillo Martínez**
Industrial Associate de
Cushman & Wakefield México

Estamos a poco de terminar el 1Q del 2021 y queremos entender la evolución que tendrá el mercado el resto del año. A principio de marzo del 2021 el *pipeline* industrial continuaba teniendo una buena racha, sin embargo, la pandemia hizo que muchos de los temas inmobiliarios se comenzaran a frenar.

Fuera de los sectores de *data centers*, salud, alimentos y consumo que tuvieron un crecimiento, muchos sectores tuvieron un golpe. Sin embargo, el logístico no se vio tan afectado como los otros, debido a su naturaleza de tener que almacenar los bienes que se venden al mercado y ser resiliente, al ser el único sector que no puede detenerse para que el dinero continúe fluyendo. De hecho, varias empresas tuvieron crecimiento debido a la evolución de sus estrategias de e-commerce.

Una tendencia que creció fue que varios productos en vez de irse a tiendas de conveniencia optaron por bodegas de e-commerce. Gracias a que el comportamiento del consumidor cambió drásticamente, al verse obligados a comprar en línea. En México esta tendencia tomó mucha fuerza, según datos de la AMVO (Asociación Mexicana de Venta Online) indican que el e-commerce creció 81% en comparación con 2019; pero seguimos estando por debajo del porcentaje de ventas en línea que tienen en este momento otros países de la OCDE.

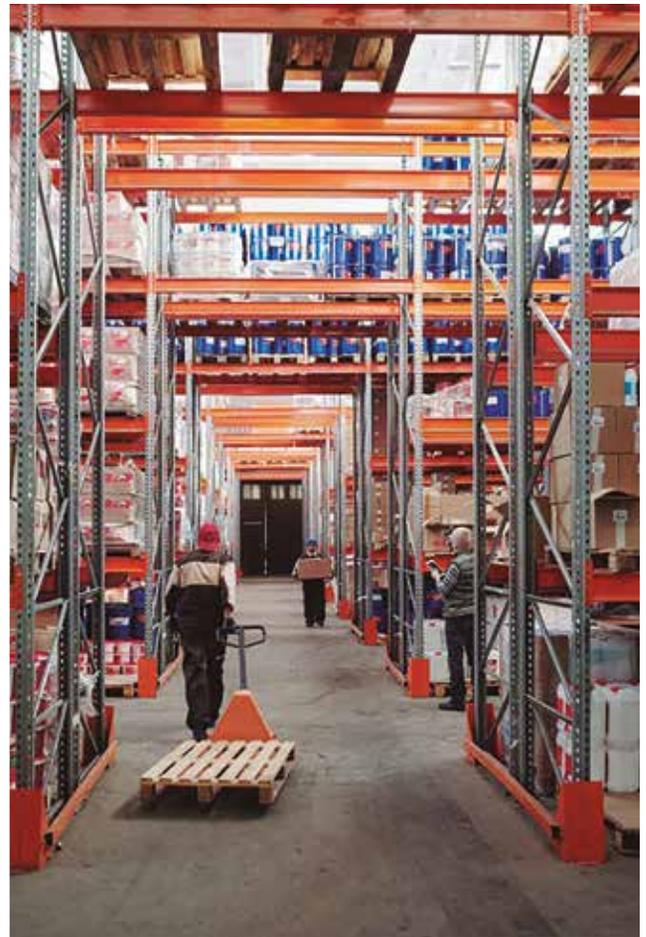


Ahora en el 2021 ya conocemos las medidas de precaución y ya hay vacunas, lo que ayuda a que se estén retomando muchas operaciones. Cabe mencionar que la disponibilidad del mercado inmobiliario (principalmente logístico) en el área metropolitana de la CDMX se encuentra en 3.4%, muy saludable para la región. Lo cual nos hace pensar que la actividad no se frenará en ningún futuro cercano. De hecho, se están construyendo 200,000 m² más de espacio de bodegas en la zona metropolitana, de los cuales mucho de este nuevo inventario ya está siendo arrendado incluso antes de finalizar su construcción.

Por ejemplo, hace dos meses estábamos con unos clientes haciendo un tour de propiedades y varias de las naves que vimos en Tepetzotlán aún no estaban terminadas, no obstante ya estaban en negociaciones avanzadas o con contratos de arrendamiento firmados.

En 2020 se incrementó el inventario industrial más de 90,000 m² y la disponibilidad apenas subió a 3.4% en el último cuarto, desde 2.9% en el primer cuarto. Esto indica que en los mercados enfocados en logística como la CDMX, la actividad se ha mantenido estable. A diferencia de otros que están mayormente enfocados en manufactura, que no tuvieron tanta consistencia. El hecho de que los productos se continúen vendiendo quiere decir que hay que seguir transportándolos de donde se producen, a un almacén y después a los clientes, logrando una gran estabilidad en el sector logístico y por ende una gran consistencia en sus niveles de ocupación industrial. [●]

Se están construyendo 200,000 m² más de espacio de bodegas en la zona metropolitana, de los cuales mucho de este nuevo inventario ya está siendo arrendado incluso antes de finalizar su construcción.



Para obtener más información, 5585258000
visite: www.cushmanwakefield.com

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

Top 5 de ciudades inteligentes en el mundo

La ciudad inteligente o *smart city* se basa en el uso de la tecnología para hacer más eficientes su funcionamiento; la infraestructura urbana debe conectar a las personas con el entorno, pero también a los habitantes entre ellos, lo anterior se hace posible mediante la implementación de sensores, tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), según la Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía (Conuee).



Smart City Aquiraz

La empresa Planet Smart City, que diseña y construye ciudades y vecindarios inteligentes, está desarrollando *Smart City Aquiraz* en Brasil. En sus 200 hectáreas albergarán a 18 mil habitantes y contará con una red de transporte público.

Esta ciudad inteligente contará con residencias de bajo costo, pero serán de alta calidad, las cuales están inspiradas en el diseño italiano, las habitaciones serán de doble altura con el fin de que se vean ampliadas y que circule mejor el aire. Entre los servicios que se incluirán están librerías, cines, áreas al aire libre, ciclovías, jardines y campos de fútbol; el ingreso a la red wi-fi será gratuito y los vecindarios estarán conectados mediante la plataforma Planet App. Las obras de estos lugares estarán terminadas para el primer semestre de 2021.



Toyota Woven City

La fabricante de automóviles Toyota está construyendo una ciudad inteligente a los pies del Monte Fuji en Japón, que llevará por nombre *Toyota Woven City*, que significa "Ciudad entrelazada", donde todo el ecosistema estará conectado e impulsado por hidrógeno.

Se planea que esta nueva ciudad en Japón sea completamente sostenible, no solo en materia de movilidad, ya que los propios edificios se edificarán a base de madera para reducir al mínimo la huella de carbono y llevarán incorporadas placas fotovoltaicas para obtener energía solar. La inteligencia artificial y la robótica estarán presentes en las viviendas para asistir a los habitantes en sus tareas cotidianas como supervisar el estado de salud de cada individuo. Las vías de *Toyota Woven City* se dividirán en tres: vehículos rápidos, combinación de vehículos menos rápidos, movilidad personal, y peatones. Aunque no se tiene certeza en qué mes comenzará su construcción, la empresa Toyota ha informado que iniciará en este 2021.

Cancún Smart Forest City

Stefano Boeri Architetti desarrolló una nueva ciudad inteligente en Cancún, México para el Grupo Karim, que lleva por nombre *Cancún Smart Forest City*. Tendrá una extensión de 557 hectáreas para alojar a 130,000 habitantes; el área metropolitana albergará 362 hectáreas de superficies vegetales y 120,000 plantas pertenecientes a 350 especies.

El diseño de la nueva ciudad forestal incluye un centro de innovación donde se localizan departamentos universitarios, organizaciones, laboratorios y empresas que se enfocan a la sostenibilidad ambiental y el futuro planeado en todo el mundo. El desarrollo cuenta con un anillo perimetral de paneles fotovoltaicos y un canal de agua conectado al mar mediante un sistema subterráneo que permite regar el proyecto de manera sostenible. La nueva ciudad parece un jardín botánico dentro de una ciudad contemporánea basada en el patrimonio tradicional local y su relación con el mundo natural y sagrado.



3

Karle Town Center

La firma holandesa de arquitectura UNStudio está desarrollando una ciudad inteligente Bangalore, India; Karle Town Center se está construyendo bajo tres pilares: salud, cultura y jardín.

Este nueva urbe contará con un teatro central, plazas, áreas comerciales elevadas y escaleras estilo anfiteatro, los cuales están diseñados para ser espacios de reunión pública a pequeña y gran escala; asimismo, tendrá parques y jardines que están diseñados por el estudio Baljon Landscape Architects. El tráfico de la ciudad se limitará a ciertas áreas, con carreteras planificadas para conducir a puntos estratégicos de entrega.

La pintura de los edificios será de color blanco y esta desarrollada por la firma holandesa y Monopol Colors, esta desarrollada para ayudar a la ciudad y que esta sea más sostenible, al reducir la necesidad de aire acondicionado y prevenir las trampas de calor urbanas. Los jardines que están ubicados en la parte superior de los recintos están planeados ubicarlos en puntos estratégicos para proporcionar protección contra el viento y sombra para la calles.



5



4

Cloud Valley

La firma de arquitectura danesa BIG y la compañía tech Terminus se encuentran diseñando una ciudad inteligente en Chongqing, China, que lleva por nombre Cloud Valley, su extensión será de 135 mil metros cuadrados en donde habrá viviendas, oficinas, espacios públicos y azoteas verdes; en cuanto a la movilidad, se planea que esta sea mediante vehículos autónomos monitoreados por inteligencia artificial.

Esta nueva ciudad funcionará a partir de sensores y dispositivos inteligentes conectados a internet, los cuales recopilarán información diversa como la calidad del aire hasta las necesidades de los propios habitantes. Las viviendas contarán con un 'ama de llaves' virtual, la cual realizará las tareas del hogar que van desde preparar un desayuno, hasta elegir la vestimenta de la persona. Se espera que esta urbe pueda operar dentro de los próximos tres años.



La arquitectura de la inmensidad: MoAE

Por Daniela González
daniela.gonzalez@inmobiliare.com

Fotos por Bowen Hou

Cuando se trata de museos y espacios culturales, el arte no se reserva únicamente para el interior, sino que puede encontrarse en las edificaciones mismas. Este es el caso del recién inaugurado MoAE: Humao Museum of Art Education, un recinto con una cautivadora arquitectura ubicado en la ciudad de Ningbo, China, un puerto al sur de Shangai.

Este edificio considerado ya como icónico en la región, fue diseñado por los arquitectos portugueses Álvaro Siza Vieira y Carlos Castanheira, reconocidos por dar vida a construcciones emblemáticas como el Pabellón en Saya Park, Corea del Sur o la renovación del barrio histórico de Chiado en Lisboa, Portugal.

El MoAE destaca en el paisaje urbano pero sin desentonar con su entorno. Al norte del desarrollo Lake Dongqian Education Forum se erige su particular figura triangular delineada con ángulos ligeramente curvados que lo diferencian de las aristas filosas de otros edificios. Su característica más destacada es que parece no tocar el suelo y ser una construcción flotante, esto se debe a que la planta baja está rodeada de muros transparentes.

El concepto de los arquitectos era crear una edificación completamente dinámica por dentro y fuera, por ello la fachada está cubierta de un material metálico que refleja las tonalidades dadas por el clima, el horario y la época del año. "Es un reflejo de la siempre cambiante luz lo que lo hace tener movimiento y transformaciones continuas", expone Castanheira.



Al museo se ingresa a través de un pasillo en rampa que conduce a un vestíbulo de 22 metros por 72 pies de altura, rodeado por una segunda rampa en forma de espiral que recorre el esqueleto del inmueble y da acceso a las diferentes salas y galerías del recinto, distribuidas en cuatro pisos posteriores. En la planta baja se encuentran algunas instalaciones y oficinas, además de un sótano que alberga los cuartos con equipo técnico. En el último piso se ubica una sala VIP, una biblioteca y una cafetería.

El juego de iluminación también es aplicado en el interior del edificio que en momentos diferentes del día distribuye la luz natural y es más o menos intensa. A esta se añaden luces de tubo suspendidas en los ejes verticales y horizontales de la construcción que dan un efecto de amplitud.

MoAE desafía la percepción visual pues engaña a quien mira la fachada y calcula un interior reducido, pues al ingresar al inmueble se encuentra una estructura interna que parece aumentar el volumen del espacio. "Un museo debe ser grande y brillante. El MoAE es un pequeño museo que es inmenso", dice Castanheira en un texto escrito para presentar el proyecto. "Apoyado en la ladera, su forma ondulada se cierne sobre el suelo. Es intrigante por su elegancia y su misterio. Nada es obvio en este edificio", agrega.

El concepto de los arquitectos era crear una edificación completamente dinámica por dentro y fuera, por ello la fachada está cubierta de un material metálico que refleja las tonalidades dadas por el clima, el horario y la época del año.

Los pasillos y accesos tienen diversas direcciones y se convierten en otra instalación de arte por sí mismas. "En el interior, la calma introspectiva de los espacios expositivos contrasta con el movimiento de los visitantes que circulan en el enorme vacío. El dinamismo se enseña a través del arte. El tamaño no importa, pero un museo debe tener un Alma Grande", señala el arquitecto.

"Se llega a la entrada pública después de pasar la forma del edificio y experimentar una compresión impuesta y absorbente, para luego ser liberado a un vasto espacio, a la altura total del edificio, donde una rampa serpenteante une todos los niveles del piso. Este ejercicio de compresión y liberación es constante durante la visita. Esta diversidad de recorridos y la interconexión de espacios hace que este pequeño edificio sea enorme por dentro. Su volumen es igualmente desafiante".

"El tamaño no importa, pero un museo debe tener un Alma Grande", Carlos Castanheira.



Este museo se enfoca en la exhibición de arte moderno y contemporáneo de China; entre sus exposiciones permanentes destacan la del escultor Liu Kaiqu, el compositor He Luting, y el pintor Luo Zhongli, principales exponentes del siglo pasado. En las salas temporales se expone una interesante variedad de estilos y técnicas artísticas que incluyen pintura, escultura, dibujo, música, diseño, caligrafía e incluso arquitectura. Además, cuenta con piezas clásicas de Francia e Italia, de artistas como Tiziano Vecellio y Filippino Lippi. Asimismo, incluye piezas de arte digital e instalaciones multimedia para cumplir con el propósito de ser un centro educativo en materia de arte.

【●】

Eventos del Real Estate

Minneapolis Home & Garden Show

Los visitantes tendrán la oportunidad de ver y experimentar las últimas tendencias del hogar y la jardinería y sus innovaciones; asimismo durante la expo se realizarán conferencias con diversos diseñadores famosos para conocer más de ellos y su proceso creativo.

28 de abril al 2 de mayo
<https://homeandgardenshow.com/>



5 DAYS ONLY
MINNEAPOLIS
**HOME
+GARDEN
SHOW**



SEMANA DEL ARTE ZONA MACO 2021

ABRIL 27 - MAYO 2
CDMX

www.zonamaco.com

Zona Maco

Para esta edición, la feria de arte se enfocará en la escena local, enfatizando la relevancia de las galerías mexicanas. A través de Zona Maco Online se llevarán a cabo conversaciones mensuales entre profesionales de arte, arquitectura y diseño, entre otras actividades.

27 de abril al 2 de mayo
<https://zonamaco.com/>

Interzum

Interzum es una plataforma líder para la producción de muebles y la industria de la construcción de interiores; en su evento digital se mostrarán las tendencias actuales, últimas innovaciones de productos, conferencias, así como la oportunidad de un networking.

4-7 de mayo
<http://www.interzum.com/>



interzum

Eventos del Real Estate



Buildex Alberta

Buildex es la feria de construcción y renovación del hogar, se celebra anualmente y está dirigida a arquitectos, ingenieros, contratistas y decoradores. Las conferencias que se brindarán por parte de los ponentes serán temas de innovación sobre la edificación y sus tendencias.

4 y 5 de mayo
<https://www.buildexalberta.com/en/home.html>

DOMOTEX Digital Day

Durante tres días, se darán a conocer las nuevas tendencias de muebles y estilo de vida; los expositores presentarán sus productos e innovaciones. Debido a la pandemia del Covid-19, Deutsche Messe AG ha decidido que DOMOTEX 2021 se lleve a cabo de manera digital.

19-21 de mayo
<https://www.domotex.de/en/>



SIMA

Evento inmobiliario realizado en España que está dirigido al público y profesional inmobiliario; durante los tres días se expondrán diferentes opciones de vivienda, por lo que este espacio está orientado a aquellas personas que buscan adquirir su primera o segunda casa e invertir en un inmueble vacacional; además habrá servicios relacionados o asesoramiento profesional de este tema.

27-30 de mayo
<https://simaexpo.com/>



5 #InmobiliareRecomienda LIBROS



Cómo invertir en inmuebles con éxito: la guía definitiva de la inversión inmobiliaria o bienes raíces

El libro plasma el conocimiento que el autor dispone sobre el apasionado mundo de los bienes raíces, incluyendo ejemplos prácticos de casos reales que ayudan a entender cómo la teoría se aplica en la práctica. Dividido en cinco bloques se abordan los fundamentos de la economía y la inversión inmobiliaria.

Sergio Irazo, Edición Kindle, 2021

El diccionario de los bienes raíces

El texto fue pensado para aquellos emprendedores inmobiliarios actuales que buscan entender algunos términos no especulativos, ya sean legales o tributarios, entre otros. El contenido es de fácil entendimiento y detalla los conceptos desde la 'A' a la 'Z', otorgando valor agregado a los profesionales del 2021.

Duvet Arisai Gomez Hernandez, Edición Kindle, 2021



El abc de los bienes raíces

Es una obra ideal para quien desea convertirse a largo plazo, que revela cómo invertir el salario en ingresos pasivos y en ingresos derivados de un portafolios de inversión en propiedades. Además, ofrece pistas de cómo uno se puede convertir en un inversionista destacado tomando como base que cuando más rápido se mueva tu dinero, más altas serán tus ganancias y menor el riesgo.

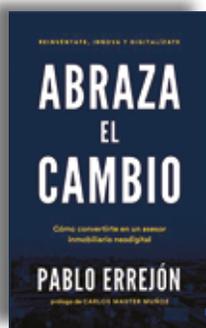
Miguel De La Cruz, Edición Kindle, 2021



Abraza el cambio: Cómo convertirte en un asesor inmobiliario neodigital

En este libro, el autor propone una transformación del asesor tradicional, mediante un cambio de mentalidad, para así, abrir la mente a las infinitas oportunidades de innovación dentro del mundo post pandemia.

Pablo Errejón, Edición Kindle, 2021



El sector inmobiliario comercial para novatos: invertir en inmuebles comerciales a pesar de la caída económica del mercado inmobiliario

Con este libro los lectores podrán adquirir información útil para dar los primeros pasos en un mundo tan complicado como son las inversiones. Ofreciendo las bases para manejar e invertir en los inmuebles comerciales, de forma que se genere un flujo constante de ingresos pasivos y activos, lo que puede ser un camino seguro hacia la libertad financiera.

Lucas V. , Edición Kindle, 2021





ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS, A.C.

PARQUES INDUSTRIALES, MÁS QUE UN NEGOCIO INMOBILIARIO, PIEZA CLAVE DEL DESARROLLO Y BIENESTAR NACIONAL

*Impulsan desarrollo integral de ciudades,
regiones y del país entero.*

Los Parques Industriales son por definición, un medio con todas las facilidades para atraer empresas que generan empleo y desarrollo.

Así lo han demostrado a lo largo de una evolución paralela a las revoluciones industriales, siendo la más reciente, la Industria 4.0.

Para impulsarlos, la AMPIP colabora estrechamente con los sectores público y privado, así como con la academia y la sociedad civil.

www.ampip.org.mx

El Foro de los Desarrolladores Industriales de México©

informacion@ampip.org.mx

[@AMPIP](https://twitter.com/AMPIP)

[#SomosAmpip](https://www.facebook.com/SomosAmpip)



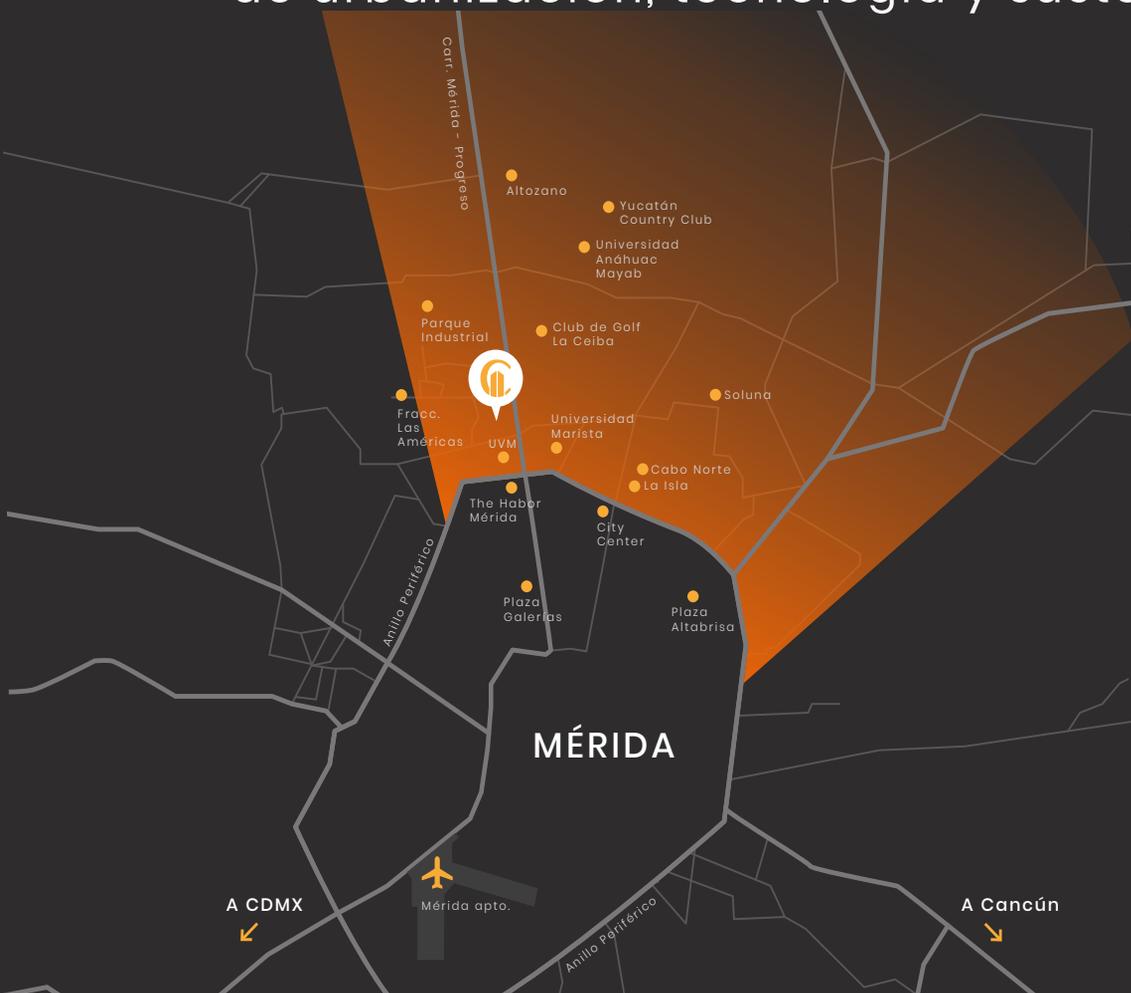
CÁPITOL^{DU}

DISTRITO URBANO

Mérida está en su mejor momento Invierte en la ciudad más segura

Plan maestro de 31 macrolotes.

Oportunidades de inversión para usos habitacionales, comerciales, servicios y corporativos, dotados de infraestructura 100% terminada y amenidades que se diseñan bajo los más exigentes parámetros de urbanización, tecnología y sustentabilidad.



Un proyecto de



Bterra
DESARROLLOS

Bterra.mx

ventas@bterra.mx

999.941.0200

WWW.CAPITOLDU.COM.MX

A man in a blue suit is sitting on a grey couch in a modern office setting. He is smiling and has his hands clasped. The background shows a large window with a grid pattern and a view of a city.

Colliers

Accelerating success.

Maximizamos el potencial de la propiedad para acelerar el **éxito** de nuestros clientes y nuestra gente.

La integridad es esencial para Colliers y la confianza que desarrollamos internamente, marca el tono de las relaciones que construimos externamente.