INMOBILIARE LATAM
25 AÑOS
No. 145 / 2024

GRAN TELCHAC

LA JOYA DE LA NUEVA RIVIERA DE MÉXICO

REB+ SUMMIT MONTERREY

LA RELACIÓN ENTRE EL RETAIL Y LA VIVIENDA

IMPORTANCIA DE IMPLEMENTAR PRÁCTICAS ASG EN EL RETAIL

EVOLUCIÓN DEL RETAIL EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

00145
7 254534196507
AÑO 24 - NÚMERO 145
REVISTA INMOBILIARE PRECIO MÉXICO $120.00 M.N.

We strive to uncover opportunities others miss.

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

Portfolio consisting of 236 industrial and 17 retail/office properties located throughout Mexico[1]

Highly experienced professionals with deep market and technical expertise. A trusted business partner focused on providing integrated and personalized real estate solutions. Contact us today to learn how FIBRA Macquarie can deliver real results for you.

Find out more at **fibramacquarie.com**

Contact

Industrial Leasing Inquiries
800 700 8900
industrial.leasing@fibramacquarie.com

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

1. As of 2022.

Before acting on any information, you should consider the appropriateness of it having regard to your particular objectives, financial situation and needs and you should seek independent advice. No information set out above constitutes advice, an advertisement, an Invitation, an offer or a solicitation, to buy or sell any financial product or security or to engage in any investment activity, or an offer of any banking or financial service. Some products and/or services mentioned above may not be suitable for you and may not be available in all jurisdictions. Other than Macquarie Bank Limited ABN 46 008 583 542 ("Macquarie Bank"), any Macquarie Group entity noted in this document is not an authorised deposit-taking institution for the purposes of the Banking Act 1959 (Commonwealth of Australia). The obligations of these other Macquarie Group entities do not represent deposits or other liabilities of Macquarie Bank. Macquarie Bank does not guarantee or otherwise provide assurance in respect of the obligations of these other Macquarie Group entities. In addition, if this document relates to an investment, (a) the investor is subject to investment risk including possible delays in repayment and loss of income and principal invested and (b) none of Macquarie Bank or any other Macquarie Group entity guarantees any particular rate of return on or the performance of the investment, nor do they guarantee repayment of capital in respect of the investment.

Menos Verde, Por Menos Verdes.

BJCC Legacy Arena | Alabama, EE. UU. | Arquitectos: Populous | **Vidrio Solarban® 72** | **Acuity™**

Encuentra una claridad superior en la gama de vidrios de baja emisividad Solarban® Acuity™

Te presentamos el vidrio con bajo contenido en hierro **Acuity™**, el cual es **65% menos verde** que el vidrio Claro convecional. La nueva gama de vidrios **Solarban® Acuity™** de **Vitro Vidrio Arquitectónico** ofrece un aspecto realmente claro, aportando la fidelidad de color que necesitas para convertirlo en la pieza protagónica de tus proyectos con un rendimiento extraordinario y a un costo asequible.

El vidrio **Solarban® Acuity™** ofrece una estética discreta, altamente clara y de baja emisividad.

SOLARBAN® *Acuity™ Series*
Vidrio de Baja Emisividad Low-e y Control Solar

ESCANEA EL CÓDIGO
CONOCE MÁS DE NUESTROS
VIDRIOS SOLARBAN® ACUITY™

Vitro®
Vidrio Arquitectónico

/VitroArquitectonico /vitro.arquitectonico /vitro-vidrio-arquitectonico | www.vitroarquitectonico.com | arquitectonico@vitro.com

CERO EMISIONES

exni

Expo Negocios Inmobiliarios

30 y 31 de **octubre 2024**

Hotel **Camino Real** Polanco

exni.mx +52 5555 147914

2 días de

+70 Speakers Internacionales	+60 Stands Comerciales	+30 Talleres Exni
+3000 Asistentes	+2 Hospitality Lounges	+Networking Cocktails

comercial@inmobiliare.com

Después de cuatro años desde el impacto de la pandemia de Covid-19 en México, el retail, uno de los sectores más afectados, ha encontrado en este año el mejor escenario para su reactivación y dinamismo, especialmente en proyectos de mediano y gran tamaño.

Según datos de la consultora SiiLA, se proyecta la entrega de más de 600,000 metros cuadrados de área bruta rentable (ABR) de retail para el periodo 2024-2026, concentrándose principalmente en la zona conurbada del Valle de México y Monterrey, Nuevo León.

En esta edición, diversas compañías comparten su visión y reflexiones sobre lo que deparará la segunda mitad de 2024 para el retail.

Además, en la portada destacamos a Gran Telchac, un proyecto de Grupo GEA ubicado en la Nueva Riviera de México.

MÓNICA HERRERA PEÑA
monica.herrera@inmobiliare.com

DIRECTORIO

Publisher & CEO
Guillermo Almazo Garza
guillermo@inmobiliare.com

Editor in Chief
Erico García García
erico@inmobiliare.com

Founder Partner
Emiliano García García
emiliano@inmobiliare.com

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

Tiraje certificado por
Romay Hermida y Cia., SC.
Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector Folio: 00819-RHY

Utilizamos papel certificado Forest Stewardship Council®
Bosques para todos para siempre.

Papel con certificado FSC

Coordinadora General Editorial
Mónica Herrera Peña
monica.herrera@inmobiliare.com

Coordinadora Web
Rubi Tapia Ramírez
rubi.tapia@inmobiliare.com

Redactores
Juan Rangel
juan.rangel@inmobiliare.com
Ricardo De Jesús Ángeles
ricardo.dejesus@inmobiliare.com

Social Media Manager
Iván Geovanni Lemus Chico
ivan.lemus@inmobiliare.com

Creador de contenido
Brenda García Butrón
brenda.butron@inmobiliare.com

Dirección Diseño Editorial
Vincent Velasco
vincent.velasco@inmobiliare.com

Coordinadora General de Diseño
Alondra Jaimes Santiago
alondra.jaimes@inmobiliare.com

Equipo de Diseño
Dafne Villagomez Castillo
dafne.villagomez@inmobiliare.com
Eduardo Daniel García Negrete
eduardo.garcia@inmobiliare.com
Nancy Durán Luna
nancy.duran@inmobiliare.com

Fotografía
Federico de Jesús Sánchez

Dirección de Arte
Manuel Cózar Torres
Marcela Landgrave
Atelier Inspira

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

Alianzas Institucionales
Verónica Arias
veronica.arias@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

B2B media
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 145 año 24 Publicación bimestral agosto-septiembre 2024. 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.

CONTACTO
contacto@inmobiliare.com
México +52 5555 147914
USA +1 (305) 833 5372
www.b2bmedia.mx

Naturgy

Desde **calderas centralizadas**
hasta **generación eléctrica,**
brindamos a nuestros clientes
soluciones energéticas
que se adaptan a sus necesidades.

Contrata gas natural para tus proyectos.

Visita **naturgy.com.mx**
/residencial/desarrolladoras-inmobiliarias

CONTENIDO

7 **NOTICIAS**

14 **DATA**
Tendencias de compras digitales en México 2023

16 **LÍDERES**
Líderes en diseño de interiores

18 **LO QUE DEBES SABER**
La relación entre el retail y la vivienda

COLABORADOR INMOBILIARE

22 Crece la tendencia de ***Drive Thru*** en ciudades fronterizas

26 **Metamorfosis urbana:** ¿es la reconversión el futuro del mercado inmobiliario?

30 **Nearshoring** impulsa el desarrollo de centros de distribución, atenderán demanda de la industria Retail

34 **Fortaleciendo el nearshoring:** La nueva oficina de Gensler en Monterrey

COLABORACIONES

42 Colony mejora **la experiencia de oficinas** para conectar más empresas

46 **Electromovilidad en México:** Infraestructura de carga en el sector inmobiliario

48 **Estrategias integrales** de Inverti Real Estate

EN ESTA EDICIÓN

52 **Retailtainment:** adaptar el entretenimiento a los centros comerciales

56 Importancia de **implementar prácticas ASG** en el retail

60 **EN PORTADA**
Gran Telchac, la Joya de La Nueva Riviera de México

COLABORACIONES

66 **Sector de la construcción** se revoluciona con la ayuda de LCI México

70 **Torre Legend:** Transformando el Skyline de Guadalajara

73 **INMOBILIARE RECOMIENDA**

COLABORACIONES

74 **Elite Last Mile:** Transformando el mercado de parques industriales de última milla en México

78 **Vitro** se convierte en el primer socio comercial de los Pittsburgh Steelers en México

ALIADOS

82 **Panorama industrial** de los principales mercados de México

89 **INMOBILIARE RECOMIENDA**

ALIADOS

90 **Sector Inmobiliario** se ve beneficiado por la demanda de espacios de la industria Retail

93 **INMOBILIARE RECOMIENDA**

ALIADOS

94 **Evolución del retail** en los últimos 10 años 2014 - 2024

100 **EXPERTOS INMOBILIARE**
¿Qué eventos tienen hoy el mayor impacto en el sector inmobiliario?
Por: Rafael Berumen

RESEÑA

102 **REBS MONTERREY:** Evento inmobiliario más importante de la frontera norte de México

122 **AGENDA**

TU PRÓXIMO BUSINESS PARK

ENTREGA INMEDIATA ENERO 2025

UBICACIÓN PRIVILEGIADA
Anillo Periférico Poniente
Mérida, Yucatán

BODEGAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES

Tipo A	8 Unidades	500 m2
Tipo B	18 Unidades	250 m2
Tipo C	10 Unidades	760 m2

COLUMNAS DE ACERO
ALTURA LIBRE 9.2 M

15 CM

ESPACIAMIENTO
15X15 M, ENTRE COLUMNAS
(ENTRE EJES)

NEXA LM

Bterra DESARROLLOS

VENTAS@BTERRA.MX
(999) 649-1263

NOTICIAS

VINTE LOGRA MÁS DE 13 MIL VIVIENDAS CERTIFICADAS CON EDGE

Vinte informó que al cierre de 2023 superó su meta de viviendas certificadas EDGE, que llegaron a 13 mil 627; cabe señalar que al cierre del año pasado, certificó tres mil 624, de las cuales 480 son Advanced.

La desarrolladora indicó que todas las unidades representan un ahorro anual de 9,467 toneladas de dióxido de carbono (CO_2), lo que equivale a 431,000 árboles, y a 755,000 metros cúbicos (m^3) de agua.

MÁS DE 10 MILLONES DE TURISTAS INTERNACIONALES LLEGAN A MÉXICO

De enero a mayo de 2024, la Secretaría de Turismo (Sectur) registró la llegada de 10 millones 160 mil turistas internacionales vía aérea a México, lo que representa un incremento del 5.5% comparado con el mismo periodo de 2023, superando también las llegadas de enero-mayo de 2019 con un 19.8% más.

Los principales viajeros provienen de Estados Unidos, Canadá y Colombia, con ocho millones 43 mil turistas, esto es un 7.5% más respecto al mismo periodo de 2023.

GOOGLE LLEGARÁ A QUERÉTARO CON UN CENTRO DE DATOS

Google instalará su primer Data Center en Querétaro y en México, es el tercero en América Latina, después de Chile y Brasil, así lo anunció Mauricio Kuri González, gobernador del estado, en compañía de Marco Antonio Del Prete Tercero, secretario de Desarrollo Sustentable.

“Esta nueva región de nube de Google Cloud permitirá a las organizaciones mexicanas de todos tamaños, públicas y privadas acceder con una baja latencia y alto rendimiento a soluciones de análisis de datos para tomar mejores decisiones de negocio”.

TOYOTA INVIERTE EN UN CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXAS

Con una inversión de 531 millones de dólares, la empresa Toyota expandió su presencia en Estados Unidos a través de un centro de manufactura automotriz en su planta de San Antonio, Texas, donde se producirán transmisiones para vehículos.

Esta nueva fábrica tiene una extensión de 500 mil pies cuadrados y, de acuerdo con Susann Kuzanas, presidenta de Toyota Texas, se crearán hasta 400 nuevos empleos.

.

TARZA ANUNCIA EXPANSIÓN AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Terza, empresa líder en la producción y comercialización de pasto sintético en México, anuncia su expansión al mercado estadounidense, para esto ha invertido aproximadamente 10 millones de dólares en los últimos 2 años para modernizar e incrementar la capacidad de su planta productiva. Este proyecto culmina con el lanzamiento de una nueva familia de pastos sintéticos con la que la compañía expandirá su red de distribución entrando ahora a Estados Unidos.

HYATT ANUNCIA LA EXPANSIÓN DE SU DREAMS BAHIA MITA SURF & SPA RESORT

Hyatt Hotels Corporation anunció la expansión de Dreams Bahia Mita Surf & Spa Resort, el cual contempla nuevas suites, experiencias culinarias, amenidades y atracciones, que complementan la oferta familiar del resort.

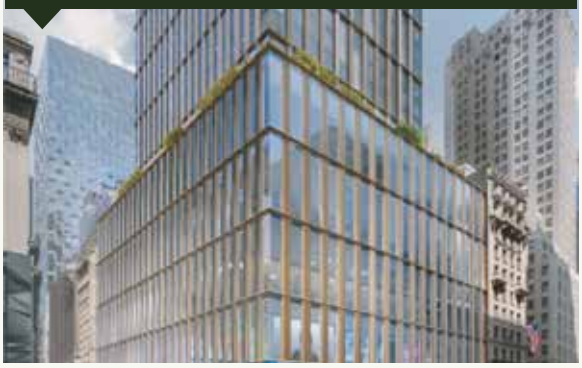
La ampliación del complejo incluye un nuevo parque acuático de 1,727 metros cuadrados, que incluye un barco pirata con una piscina climatizada y una zona de chapoteadero, tres toboganes de agua, dos piscinas climatizadas adicionales, dos tinas de hidromasaje, por mencionar.

HOT SALE 2024 ROMPE RÉCORD EN SUS VENTAS

La Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) informó que la edición 2024 del Hot Sale registró ventas por 34 mil 539 millones de pesos, lo que representa un incremento del 15.3% con respecto al 2023.

El ticket promedio fue de dos mil 391 pesos, ligeramente superior a lo registrado en la edición de 2023, cuando fue de dos mil 629 pesos. Asimismo, el reporte señaló que cuatro de cada 10 compradores utilizaron tarjetas de crédito o débito, pero también pagos en efectivo contra entrega.

INGKA INVESTMENTS INVIERTE EN NUEVA YORK



Ingka Investments, la división de inversiones de Ingka Group, propietaria de la mayoría de las tiendas IKEA en todo el mundo, realizó una inversión inmobiliaria en la Quinta Avenida de la ciudad de Nueva York, se trata de una propiedad en 570 Fifth Avenue.

“Invertir en Fifth Avenue va más allá de simplemente aumentar nuestra presencia; se trata de cambiar la forma en que nos relacionamos con los consumidores y de participar en la creación de economías y comunidades empresariales sólidas y sostenibles”, dijo Peter van der Poel, director general de Ingka Investments.

BYD LLEGA A TURQUÍA, INVIERTE EN UNA PLANTA DE PRODUCCIÓN

BYD invertirá mil millones de dólares para instalar una planta de producción en Turquía, con una capacidad de fabricación de 150 mil vehículos al año.

El proyecto de la fabricante automotriz comprende la instalación de una planta de producción de automóviles híbridos eléctricos y recargables con una capacidad anual de 150 mil vehículos.

NIKE LLEGA A COLOMBIA CON SU CONCEPTO "RISE"

Nike ha inaugurado su tienda "Rise" en el Centro Comercial Mall Plaza de Cali, Colombia. Este concepto, que debutó en China en 2020, se centra en la conexión con la comunidad local, la cultura y el entorno de la ciudad.

La sucursal cuenta con una superficie de 567 metros cuadrados, Nike Rise Cali tiene como objetivo transformar la experiencia de compra para los amantes del deporte y el estilo de vida.

EUROPA CONTARÁ CON UN TÚNEL SUBMARINO

En Europa se está construyendo un túnel ferroviario y vial submarino que unirá Alemania y Dinamarca. El denominado Fehmarnbelt, atravesará un tramo de 18 kilómetros (aproximadamente 11,2 millas) del mar Báltico; Femern A/S, Rambøll, Arup y TEC son quienes participan en la construcción de este proyecto.

CHINA ESTABLECE UN NUEVO RÉCORD MUNDIAL CON UN PUENTE

China acaba de inaugurar el nuevo túnel y puente marítimo Shenzhen-Zhongshan Link, ubicado en la provincia de Guangdong. Por su extensión, la construcción aparentemente rompe 10 récords mundiales, se extiende a lo largo de 24 kilómetros (15 millas) y conecta dos ciudades que llevan su nombre, que están en orillas opuestas del estuario del río de la Perla.

Asimismo, los conductores de los ocho carriles pueden alcanzar una velocidad de hasta 100 km/h (62 mph), es decir, reduce el tiempo de traslado, que normalmente es un viaje de dos horas a solo 30 minutos.

SAO ARCHITEKTI TRANSFORMA UN CEMENTERIO EN UN PARQUE

El estudio SAO Architekti transformó un cementerio en Aš, República Checa en un parque público; el ahora Parque de las Memorias combina nuevos elementos con un recorrido arqueológico que revela antiguas tumbas, las ruinas de una antigua capilla y bodegas históricas reconvertidas en espacios de eventos.

vesta

Elevating Standards

La infraestructura, diseño, ubicación estratégica y disponibilidad de nuestras naves y parques industriales son la solución ideal para el nearshoring en México.

T.+52 (55) 5950 0070

@oficialvesta

Vesta Industrial Real Estate

www.vesta.com.mx

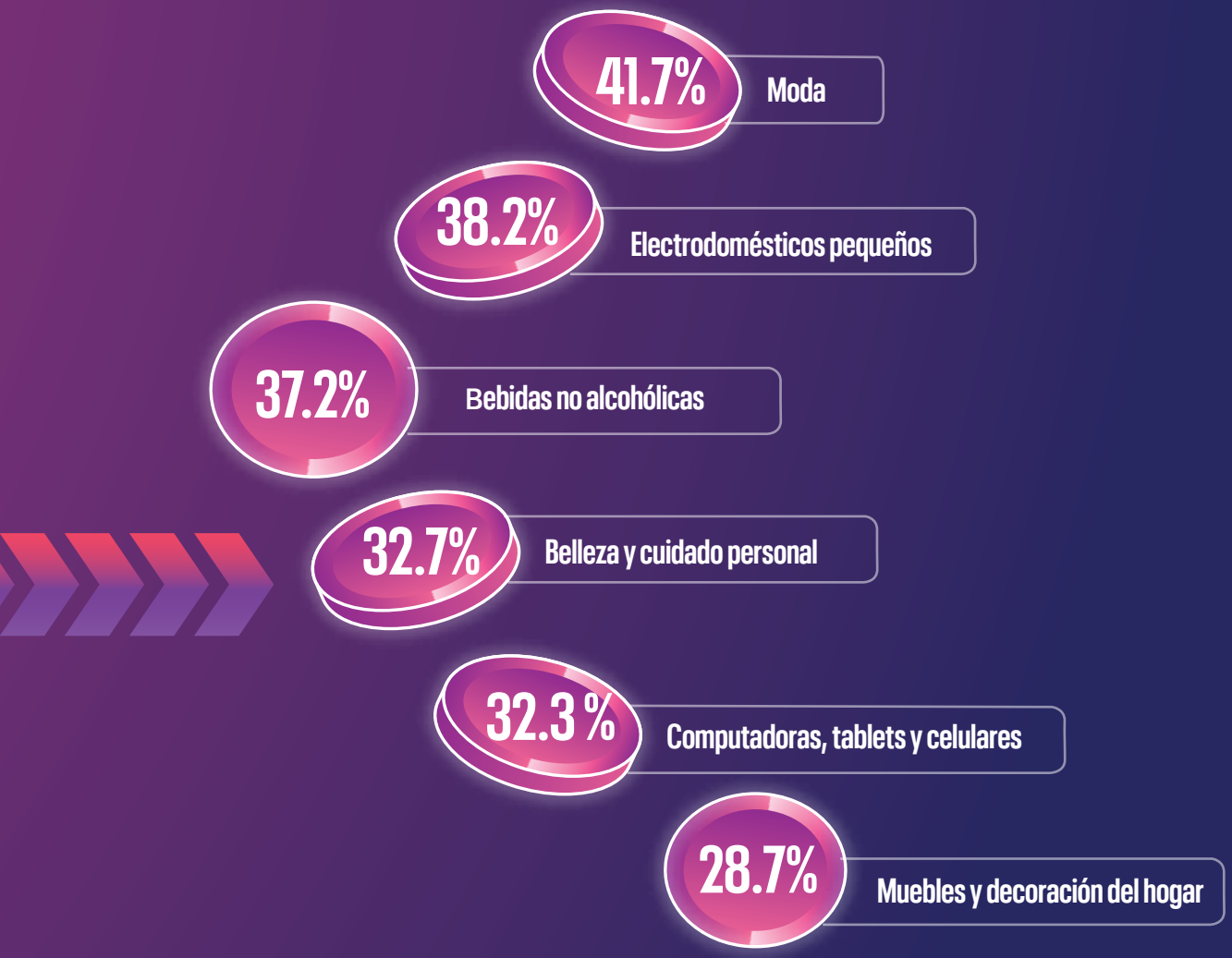
DATA

TENDENCIAS DE COMPRAS DIGITALES EN MÉXICO 2023

Las ventas online retail alcanzaron **658.3 mmd**

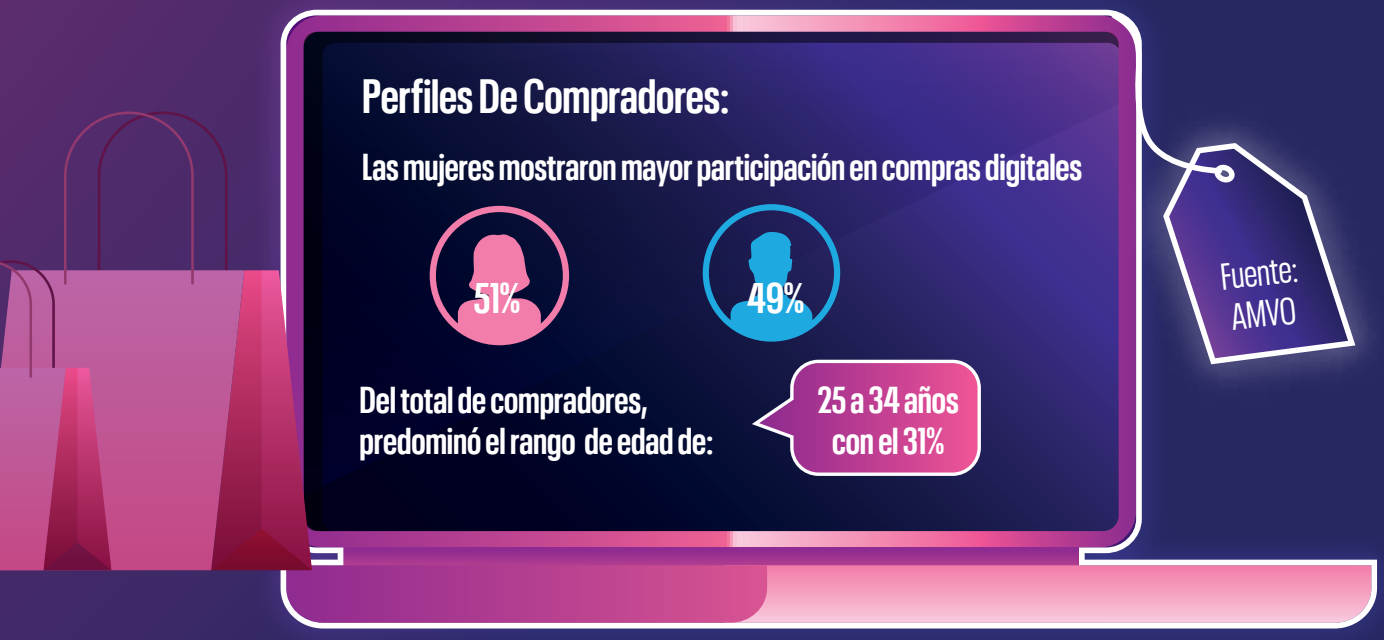
El valor de mercado de las ventas mostró un crecimiento del:

24.6%



Por Ricardo De Jesús Ángeles
ricardo.dejesus@inmobiliare.com

Diseño: Dafne Villagomez
dafne.villagomez@inmobiliare.com



LÍDERES EN DISEÑO DE INTERIORES

MANUEL TORRES DESIGN

Con más de 20 años de experiencia, el estudio MTD cuenta con 30 profesionales ubicados en tres sedes principales: Barcelona, Sevilla (España) y Ciudad de México (México). A la fecha han participado en más de 300 proyectos, equivalentes a más de un millón de metros cuadrados construidos. Meritxell Coscollola es la CEO de la empresa y Esther Márquez es Creative Project Manager.

Página Web

KELLY WEARSTLER

Es una diseñadora estadounidense que fundó su propia empresa que lleva su nombre, Kelly Wearstler, que ha participado en el diseño de residencias, hoteles, comercios, diseños de productos de estilo de vida, entre otros. Santa Monica Proper Hotel, Austin Proper Hotel, San Francisco Proper Hotel, Four Seasons Anguilla, BG Restaurant en Bergdorf Goodman, Viceroy Hotels and Residences, Westfield Century City, son algunos de sus proyectos más representativos.

Facebook

STUDIO MUNGE

Es la nueva versión de los 20 años de experiencia del diseñador italo-canadiense Alessandro Munge creando espacios extraordinarios. Su filosofía de diseño es crear experiencias de diseño lujosas que son cálidas y atemporales, pero sorprendentes y dramáticas. “Nuestro enfoque único combina las necesidades comerciales de nuestros clientes con soluciones de diseño incomparables que producirán interiores emotivos, funcionales, conscientes del ser humano y bellamente diseñados”.

Facebook

DIMORESTUDIO

Fue fundado en Milán en 2023 por Britt Moran y Emiliano Salci para ser un estudio de arquitectura y diseño global enfocado a proyectos residenciales, comerciales y hoteleros, además de producir diseños de mobiliario, textiles e iluminación

Página Web

ARMANI/ CASA

Refleja la elegancia sofisticada y discreta, sinónimo de la marca Armani, con énfasis en líneas limpias, paletas neutras y materiales refinados que son integrados no solo en la moda, sino también en el diseño de interiores.

Página Web

LA RELACIÓN ENTRE EL RETAIL Y LA VIVIENDA

POR JORGE COMBE, CEO DE DD360

El retail y la vivienda, dos sectores aparentemente distantes, están íntimamente conectados, mediante una red que los relaciona y que impulsa el crecimiento de las comunidades. Existen diversas facetas de esta relación dinámica, desde el impacto en el desarrollo urbano, las tendencias del mercado y la calidad de vida de las personas.

Hay que considerar que el retail es un motor del desarrollo urbano, lo que implica una atracción de residentes y nuevos negocios, ya que se ofrecen opciones de compra, entretenimiento y servicios lo que a su vez estimula positivamente la demanda de vivienda. Otro aspecto a considerar es la modernización o actualización de las colonias, esto abarca una mejora en los servicios e incluso una mayor seguridad. La oportunidad de empleo para los residentes de la zona es sustancial, se crean oportunidades en los sectores de la construcción, logística, transporte, personal operativo de las tiendas y más, lo que genera un impulso social y económico relevante.

Abordando el tema económico, el desempeño del retail podría reflejar estabilidad económica de la zona, lo que a su vez indicaría una mayor demanda de vivienda e impulsaría los precios de las propiedades regresando al principio básico de la oferta y la demanda. En torno a este debate, la presencia de un retail atractivo en un vecindario puede aumentar el valor de las propiedades circundantes, lo que beneficia a los propietarios de viviendas, lo importante es mantener el rango promedio, asegurándose por expertos y no cometer abusos generando una burbuja o especulación innecesaria.

Las preferencias de vivienda han ido evolucionando, hoy es posible observar en el mercado mexicano diversos tipos o tendencias en materia de vivienda. Uno que cobija a ambos sectores es el de Usos Mixtos. En ese punto, los desarrolladores han encontrado una gran área de oportunidad para generar espacios acorde a la demanda, sin embargo el gran reto que aún existe y permanecerá, es la disponibilidad de tierra así como la densidad de las edificaciones fuera de avenidas principales.

Es importante mantener la resiliencia y la escucha continua del mercado, así como el conocimiento de las necesidades, esto llevará a tener una adaptación eficiente, sobresalir y colocar de manera exitosa un portafolio inmobiliario, en todo momento apalancándose de tecnología.

Uno de los principales objetivos o premisas es ver al retail como complemento de la experiencia residencial, es decir, brindar acceso a servicios y comodidades que beneficien el día a día, desde la proximidad a tiendas minoristas, restaurantes, centros de entretenimiento, son elementos que suman y mejoran la calidad de vida de los residentes. Además, la creación de centros comerciales e incluso las mismas zonas aledañas, se convierten en espacios comunitarios o locales donde se fomenta la interacción y esparcimiento de los habitantes.

Hablando de los desafíos y oportunidades entre ambas industrias, sin duda, una de las principales, es la competencia por la disponibilidad de espacios, ya que su demanda podría generar un conflicto entre ambos sectores encareciendo aún más la poca tierra disponible. Es viable y ya existen soluciones que albergan lo mejor de los dos mundos, solo hay que alinear voluntades y cooperar entre el sector público y privado para conseguirlo.

En temas de medio ambiente, el retail con un desarrollo excesivo provoca un aumento en la congestión vehicular, contaminación y el consumo de recursos. De igual forma los hábitos de compra de manera electrónica presentan retos interesantes para el retail, sin embargo, todo es viable si se realiza con planeación y pensando en la sustentabilidad y funcionalidad de cada sector.

Si bien, la visión hacia el futuro para la correcta convivencia entre ambas industrias se encuentra en la verticalización en conjunto con los Usos Mixtos, al combinar vivienda, tiendas y espacios comerciales; se continuarán creando comunidades más sanas, con esparcimiento y que podrían subsanar en lo consecuente el déficit de vivienda actual que existe en algunas zonas del país, por ejemplo la CDMX.

En específico, el retail tiene que continuar abordando las experiencias de compra personalizadas y con una oferta de valor que subsane la exigencia del consumidor, utilizando tecnología y análisis de datos para anticiparse y satisfacer la demanda de los consumidores. Esto debe de ir de la mano con la sostenibilidad energética, el cuidado al medio ambiente es algo que se privilegiará y los inmuebles actuales o ya edificados tienen que adoptar nuevas medidas que cuiden los recursos naturales.

La relación entre el retail y los bienes raíces habitacionales es compleja y multifacética, con un impacto significativo en el desarrollo urbano, las tendencias del mercado y la calidad de vida de la sociedad. Al comprender esta interdependencia, los desarrolladores inmobiliarios, los planificadores urbanos y los líderes empresariales pueden tomar decisiones informadas que promuevan el bienestar de las comunidades llevándolas a la prosperidad.

Es importante destacar que esta relación está en constante evolución, adaptándose a las nuevas tecnologías, las tendencias existentes y las preocupaciones ambientales. La clave para el éxito radica en encontrar un equilibrio entre las necesidades del retail y las aspiraciones de en materia de vivienda, creando entornos que beneficien tanto a los residentes como a los negocios.

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

HOLCIM

ECOCycle®

CONSTRUYE LO NUEVO A PARTIR DE LO VIEJO

Reciclando edificaciones en nuevos materiales para la construcción

CRECE LA TENDENCIA DE *DRIVE THRU* EN CIUDADES FRONTERIZAS

POR: DANIEL AMÉZQUITA, ANALISTA DE RETAIL EN DATOZ

EL GRAND NATIONAL BANK DE ST. LOUIS, UBICADO EN MISURI, FUE EL PRIMER ESTABLECIMIENTO EN IMPLEMENTAR *DRIVE THRU*.

Las tendencias de consumo en México y el mundo están dirigidas a priorizar la inmediatez de los servicios y las alternativas más cómodas, incluído el contactless. Esto fue reforzado por la pandemia de Covid-19, ya que, la "sana distancia" también influyó en la forma de relacionarse en términos de empleo, consumo, diversión, entre otros.

En este sentido, la división restaurantera del segmento retail ha visto conveniente la instalación de *Drive Thru*, ya que, cumple con las tendencias requeridas: inmediatez, comodidad y contactless. Este tipo de locales comerciales son utilizados principalmente por grandes empresas de comida rápida en México, sin embargo, paulatinamente otro tipo de comercios están adoptando este equipamiento.

Los *Drive Thru* son locales comerciales que cuentan con un equipamiento especial para atender una línea de autos que deben pasar por un punto para realizar el pedido de productos, ya sea, de manera personal o mediante una pantalla interactiva; en un segundo punto, esta línea de autos realiza el pago y finalmente recibe su orden de compra.

La instalación de este tipo de local comercial tiene ciertos retos, puesto que es importante el tamaño y la ubicación para poder atender al flujo vehicular. A continuación revisaremos el origen de los *Drive Thru*, la dinámica de este tipo de locales comerciales en el segmento retail en México, los retos y beneficios de estos.

EL ORIGEN DE LOS *DRIVE THRU*

El origen de los *Drive Thru* se remonta a la década de 1930 en Estados Unidos. Esta década estuvo marcada por las consecuencias de la Gran Depresión, lo que llevó a grandes empresas automotrices como Chrysler a producir automóviles de bajo costo, haciendo posible que una gran parte de la población estadounidense pudiera tener acceso a ellos. Este aumento en el uso del automóvil provocó la necesidad de desarrollar nueva infraestructura urbana, lo que impulsó innovaciones en el consumo de productos y servicios.

El Grand National Bank de St. Louis, ubicado en Misuri, fue el primer establecimiento en implementar esta forma de consumo, llamado *Drive Thru*. La idea era sencilla: permitir a los clientes realizar transacciones bancarias sin bajarse de sus autos, ahorrándoles el tiempo de entrar a la sucursal y esperar en fila.

Este modelo de consumo se popularizó gradualmente. Red's Giant Hamburg, un restaurante ubicado en la Ruta 66, fue pionero en llevar esta dinámica al negocio restaurantero, perfeccionándose al agregar un sistema de intercomunicación para tomar pedidos antes de llegar a la ventanilla.

En México, los *Drive Thru* se popularizaron a finales de la década de los noventa, especialmente en cadenas de comida rápida como Mc Donalds. En los últimos años, su uso ha aumentado significativamente en ciudades del norte del país, extendiéndose más allá de los negocios de comida rápida para incluir cafeterías, pastelerías, farmacias, tiendas de conveniencia y servicios de pago, entre otros.

Hay una especial participación de *Drive Thru* en las ciudades fronterizas como Tijuana, ya que, este equipamiento se ha convertido en una excelente opción para el turismo de corta estancia que viaja en auto y busca satisfacer necesidades sin bajarse de sus vehículos.

EN MÉXICO, LOS *DRIVE THRU* SE POPULARIZARON A FINALES DE LA DÉCADA DE LOS NOVENTA, ESPECIALMENTE EN CADENAS DE COMIDA RÁPIDA COMO MC DONALDS.

LA DINÁMICA DE LOS *DRIVE THRU* EN EL SEGMENTO RETAIL

Según la firma de consultoría Revenue Management Solutions, el uso de los *Drive Thru* puede incrementar las ganancias hasta un 15% en comparación con los comercios que no ofrecen este servicio. Sin embargo, aún no se tienen datos precisos sobre el aumento en el costo de renta o venta al adaptar un espacio para este propósito.

Empresas como Alsea reportan un aumento del 50% en ventas para su marca Starbucks en tiendas con ese formato. Por su parte, ICONN, dueños en México de la cadena de tiendas de conveniencia 7-Eleven, tienen planeado una fuerte inversión para este formato. Asimismo, la empresa canadiense Tim Hortons, nueva en el mercado mexicano, está apostando por consolidarse con este formato ofreciendo servicio de 24 horas en algunas de sus cafeterías por medio de *Drive Thru*.

Es importante para el sector de Retail tomar en cuenta esta demanda y acondicionar espacios ya existentes, lo que representa un aumento en los costos de renta y de mantenimiento. ¿Cuánto debe aumentar la renta de un espacio comercial por tener un carril para *Drive Thru*?

En Tijuana, por ejemplo, el costo promedio de renta de un local comercial en planta baja es de aproximadamente $290 pesos por metro cuadrado al mes, de acuerdo con la muestra de Datoz, sin considerar el servicio de *Drive Thru*. No obstante, al analizar de manera preliminar el costo de este equipamiento, el precio de renta de los espacios comerciales puede aumentar hasta un 35 por ciento. Es decir, el precio promedio de renta con *Drive Thru* podría alcanzar un precio de $390 pesos por metro cuadrado al mes.

Este dato puede ayudar a mejorar la planeación en el gasto de inversión de las marcas y conocer en cuánto puede aumentar los costos si se quiere tener este formato de venta.

UBICACIÓN Y SUPERFICIE, LOS RETOS DE LOS *DRIVE THRU*

La superficie y ubicación de los *Drive Thru* supone ciertos retos para los retailers y propietarios inmobiliarios, puesto que, los locales comerciales requieren de ciertas características y equipamiento para poder ofrecer dicho servicio. Asimismo, estos locales tienen metrajes grandes que van de 800 a 250 metros cuadrados (m2), ya que deben tener espacio suficiente para la circulación de autos, en algunos casos el área puede ser menor sólo si está dentro de una infraestructura más grande como centros comerciales.

De igual forma, estos locales requieren algunas adecuaciones y equipamiento para su funcionamiento: acondicionamiento de carriles de acceso vehicular para las líneas de servicio, estacionamiento, es decir, infraestructura para el auto, ya que es la prioridad del servicio.

La ubicación es crucial para el establecimiento de locales *Drive Thru*, los cuales se sitúan principalmente sobre avenidas principales de alto flujo de vehículos, también se priorizan los locales en esquinas, estacionamientos de plazas comerciales y gasolineras.

Esto porque la ubicación del local condiciona la demanda, por ello es importante que el *Drive Thru* se sitúe en lugares de fácil acceso, vialidades principales y cercanos a zonas de gran afluencia como centros y zonas comerciales, centros de negocio, universidades, hospitales, áreas residenciales, entre otros, para garantizar la afluencia.

Con todo, en los siguientes años seguiremos viendo el auge de los *Drive Thru* en las ciudades fronterizas y con otros tipos de negocios como cafeterías, tiendas de conveniencia, etcétera, no sólo restaurantes de comida rápida.

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

METAMORFOSIS URBANA:
¿ES LA RECONVERSIÓN EL FUTURO DEL MERCADO INMOBILIARIO?

POR JOSÉ LUIS RUBÍ, MARKET RESEARCH MANAGER
COMENTARIOS DE LUIS SÁNCHEZ, DIRECTOR DE BROKERAGE COMERCIAL | CUSHMAN & WAKEFIELD MÉXICO

A raíz de la pandemia, las oficinas se vieron en la necesidad de adaptarse a distintas formas de trabajo, pero también para atender nuevas demandas que nacieron de la emergencia. El mercado de oficinas en México sufrió cambios en la forma en que dueños e inquilinos interactuaban con los edificios. Por ello, algunos inmuebles, especialmente en Ciudad de México, dieron un giro en su uso hacia un rubro totalmente distinto al que originalmente fueron concebidos.

La liberación de un alto número de metros cuadrados de oficinas ocupados por grandes corporaciones puso sobre la mesa la idea de ocupar esos sitios con fines distintos a los iniciales: espacios residenciales, de uso médico, educacional o bien de usos múltiples.

Algunos motivantes en la reconversión de edificios:

- Cambio en la demanda
- Escasez de vivienda o espacios con fines distintos al corporativo
- Sostenibilidad
- Beneficios económicos
- Transformación de áreas urbanas.

Grandes ciudades; mayor oportunidad de reconversión

La reconversión de edificios se ha presentado como una estrategia innovadora y sostenible para dar nueva vida a espacios que han quedado subutilizados o que ya no responden a las necesidades actuales del mercado. Esta práctica representa un sinfín de posibilidades para revitalizar las ciudades, impulsar la economía y generar un impacto positivo en el medio ambiente.

Las grandes urbes, como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey albergan edificios que, con el paso del tiempo, han perdido su función original. Inmuebles industriales obsoletos, oficinas vacías y centros comerciales en declive son algunos ejemplos que pueden beneficiarse de la reconversión.

Oficinas se reconvierten en hospitales

Si bien la reconversión de edificios ha tenido un auge mayor en Europa y Estados Unidos, en México se han desarrollado proyectos para transformar edificios de oficinas en hospitales. No obstante, existen planteamientos que deben ser resueltos antes de proceder con una transformación de este estilo debido a las diferencias significativas en los requisitos y estándares entre estos dos tipos de estructuras.

Los retos de volver hospital un edificio de oficinas

- **Infraestructura y servicios:** instalación de sistemas de suministro de oxígeno, de energía de respaldo, de ventilación y otros servicios médicos necesarios para la atención.

LA RECONVERSIÓN DE EDIFICIOS REPRESENTA UN SINFÍN DE POSIBILIDADES PARA REVITALIZAR LAS CIUDADES, IMPULSAR LA ECONOMÍA Y GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN EL MEDIO AMBIENTE.

- **Espacio y distribución:** reconfiguración del espacio interior para incluir salas de operaciones, de hospitalización, urgencias y áreas de apoyo.

- **Cumplimiento normativo:** cumplimiento de una serie de regulaciones y códigos de construcción específicos para la atención médica.

- **Equipamiento médico y tecnológico:** integración de equipo médico para una atención óptima y de primer nivel.

- **Acreditación y licencias:** acatamiento de estándares específicos de calidad y seguridad, así como de requisitos administrativos y regulatorios.

¿Qué espacios se han reconvertido en hospitales en Ciudad de México?

- Hospital Ángeles Universidad en Av. Universidad (antes corporativo y agencia de autos)

- Hospitales Dalinde – San Ángel Inn en Portal Norte (antes oficinas, departamentos y hotel)

De oficinas a casas, la otra tendencia en México

La demanda de vivienda en grandes centros urbanos como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey ha tenido un crecimiento sin precedentes. Esto al mismo tiempo que los requerimientos de espacios de oficina disminuye gracias a la adaptación de nuevas formas de trabajo. Estos factores abrieron la puerta a reconvertir edificios corporativos en espacios residenciales.

"La reconversión de espacios es una opción viable para espacios que han quedado atrás debido a factores como demanda, movilidad o mejores y nuevas opciones. Y debe plantearse como una alternativa que debe ser bien planteada y planificada por los retos que supone un proyecto de esta magnitud; sobre todo cuando se busca reconvertir a espacios médicos", explica Luis Sánchez, Director de Brokerage Comercial.

Evaluar las variables para una reconversión exitosa

Es importante considerar todas las variables que influyen en la reconversión de un espacio para un fin diferente al que fue concebido. Dejando de lado los costos y la inversión, es importante validar que la transición sea un beneficio no solo para el propietario, sino también a los futuros ocupantes y el entorno en que se encuentra.

En conclusión, la reconversión de edificios de oficinas en vivienda u hospitales es una alternativa que ofrece una serie de beneficios potenciales, pero también plantea desafíos y consideraciones para abordarse de manera integral y colaborativa. Al aprovechar los recursos existentes y adaptar los edificios a las necesidades de la sociedad, se podrá contribuir a la creación de entornos urbanos más sostenibles, inclusivos y resilientes.

Sabías que...

Hasta abril de 2024, en CDMX se han reconvertido un total de 100,000 m² de espacios de oficinas. Este es el equivalente a 1.5 veces el espacio total disponible de Torre Mayor, ubicada en Paseo de la Reforma.

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

HASTA ABRIL DE 2024, EN CDMX SE HAN RECONVERTIDO UN TOTAL DE 100,000 M² DE ESPACIOS DE OFICINAS.

CUSHMAN & WAKEFIELD

SOLUCIONES INTEGRALES A TUS **PROYECTOS INMOBILIARIOS**

¿Por qué contratar los servicios de un asesor inmobiliario de Cushman & Wakefield?

- La experiencia de un asesor inmobiliario te brindará mejores términos de arrendamiento logrando un ahorro de hasta el 10% en costos de alquiler.
- El tiempo de vacancia de una propiedad se puede reducir hasta 30% al contar con servicios profesionales de asesoría inmobiliaria.
- La red de Cushman & Wakefield cuenta con 400 oficinas en 60 países, dando acceso a una base de datos global

Somos tus aliados en la comercialización o localización de tu propiedad ideal, ofreciendo:

- **Representación de propietarios**
- **Representación de inquilinos**
- **Mercados de capital**
- **Valuación y consultoría**
- **Investigación de mercados**

"Como líderes globales en servicios inmobiliarios corporativos nos aseguramos de comprender las nuevas tendencias, herramientas y tecnología de última generación, maximizando oportunidades para convertirlas en negocios exitosos con una amplia red de expertos y una gama completa de servicios integrados, priorizando las necesidades y visiones de nuestros clientes".

Víctor Lachica
Presidente y Director General de Cushman & Wakefield para México y Centroamérica

Escanea el código QR
y contáctanos para más información

Contáctanos:

+ 55 85258000
contactomx@cushwake.com

@cushwakemx

Better never settles

2024 Cushman & Wakefield México. Todos los derechos reservados.

NEARSHORING IMPULSA EL DESARROLLO DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, ATENDERÁN **DEMANDA DE LA INDUSTRIA RETAIL**

POR FRANCISCO TIJERINA, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIOS DE ESCALA

LOS "*DARK STORES*" HAN EMERGIDO COMO UNA RESPUESTA DIRECTA A LA CRECIENTE DEMANDA DE ACTIVIDADES DE ÚLTIMA MILLA IMPULSADAS POR EL E-COMMERCE

Con el paso del tiempo, las estructuras que conforman nuestra sociedad van cambiando. En los últimos años, México ha experimentado un significativo aumento en el comercio electrónico, una tendencia que se ha intensificado con la pandemia global del 2020. Este fenómeno ha tenido un impacto directo en la dinámica industrial y en el desarrollo de parques industriales.

De acuerdo con un reporte de la firma CBRE sobre los centros comerciales en el país, al cierre de **2023**, el inventario de centros comerciales en México con superficies mayores a los **10,000 m², creció 0.9%** con respecto al cierre de **2022, contemplando 234 mil m²** nuevos en el año. La región Centro (82,000 m²) y la región Sureste (62,000 m²) incorporaron en conjunto 61% de la nueva oferta, cada una inauguró un centro comercial con superficie mayor a 60 mil m² rentables, según el CBRE Insight Retail.

Por último, se estima que durante el **2024** puedan ingresar al inventario **más de 500,000 metros cuadrados nuevos.** La región Centro contempla el 45% de la nueva oferta con nueve centros comerciales que actualmente se encuentran en construcción, mientras que los centros comerciales de uso mixto y *lifestyle* center concentran el **64%** de la superficie en construcción al cierre del año.

El auge del comercio electrónico ha impulsado la necesidad de infraestructuras logísticas eficientes y estratégicamente ubicadas. Los parques industriales han respondido a esta demanda, ofreciendo espacios diseñados para facilitar las operaciones de almacenamiento, distribución y cumplimiento de pedidos de empresas orientadas al e-commerce.

En particular, los "*dark stores*" han emergido como una respuesta directa a la creciente demanda de actividades de última milla impulsadas por el e-commerce. Estos almacenes logísticos cerrados al público en general permiten una distribución eficiente de productos, reduciendo los tiempos de entrega y mejorando la gestión de inventarios.

¿QUÉ TIPO DE ESPACIOS REQUIERE EL E-COMMERCE?

Los espacios industriales que requieren las empresas de comercio en línea son muy distintos a los de manufactura, por la naturaleza de sus operaciones.

Las naves con mayor demanda son los almacenes centrales con dimensiones superiores a los **2,000 metros cuadrados**, ubicados a las afueras de las urbes como Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara o Nuevo León.

Asimismo, se espera que continúe la necesidad de Centros de Distribución (Cedis) regionales con extensiones de **3,000 a 10,000 metros cuadrados**, ya que estos son los puntos de conexión entre los almacenes centrales y las instalaciones de los proveedores, suelen estar ubicados a la orilla de ciudades como San Luis Potosí, Querétaro, Puebla o León.

Asimismo, en el último par de años, hay un crecimiento particular de espacios destinados a servicios de última milla, pues son los puntos donde se separan los pedidos de acuerdo a la zona de reparto, además de servir como espacios de devoluciones.

Para el 2024, la firma **CBRE** estima que se construyan, al menos 10 proyectos de retail, con un promedio de **25,000 m² de área bruta rentable**, los cuales se entregarán en el 2025. Es decir que, en lo que resta del 2024, las marcas seguirán en la batalla por buscar espacios.

SE ESPERA QUE CONTINÚE LA NECESIDAD DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN (CEDIS) REGIONALES CON EXTENSIONES DE **3,000 A 10,000 METROS CUADRADOS.**

PARA EL 2024, LA FIRMA CBRE ESTIMA QUE SE CONSTRUYAN, AL MENOS 10 PROYECTOS DE RETAIL

¿CUÁLES SON LOS FORMATOS MÁS COMUNES DE LOS ESTABLECIMIENTOS FÍSICOS DE RETAIL?

Regional fashion mall: Centros enfocados en tendencias de moda y estilo de vida, con impacto sobre varias zonas geográficas por ausencia de oferta comercial similar y en algunos casos, pueden ofrecer marcas exclusivas y de lujo.

Fashion mall: Combinación de establecimientos ancla, dirigidos en tendencias de moda y estilo de vida. Es posible que tengan diseños modernos, orientados a una temática y con oferta de entretenimiento y, algunas veces, ofrecen marcas exclusivas y de lujo.

Power center: En Estados Unidos este formato es conocido como community center. Venta de artículos de uso común y son visitados por lo menos una vez a la semana. Tiendas ancla de supermercado se unen a inquilinos de servicios y pueden o no tener pequeños negocios y entretenimiento, como cines.

Usos mixtos: Centro que comúnmente se encuentra en los primeros niveles de desarrollos en donde su mayor componente son oficinas. En entornos urbanos, con una amplia selección de bienes y servicios.

Lifestyle center: Lugares en los que se abastecen las necesidades de comercio, entretenimiento, gastronomía, servicios y de estilo de vida. Mayormente ubicados en vecindarios residenciales de nivel adquisitivo alto.

Outlet: Compuesto de tiendas de fabricantes y de minoristas que venden artículos de marca con descuento. Estos centros típicamente no están anclados, aunque algunos negocios de marca puedan servir como "imán".

En los últimos años **ESCALA** ha participado activamente en proyectos de Retail con la cadena de Supermercados Internacionales **HEB**, con más de 20 proyectos de construcción de tiendas en diferentes partes de la República Mexicana brindando el servicio de Project Management.

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

FORTALECIENDO EL NEARSHORING: LA NUEVA OFICINA DE GENSLER EN MONTERREY

POR: GENSLER

Con la apertura de una nueva oficina en Monterrey, Gensler continúa su expansión global y aprovecha las crecientes oportunidades en el sector industrial, particularmente en el contexto del nearshoring. Este artículo explora la experiencia de Gensler en el diseño de plantas industriales de manufactura y edificios logísticos, la importancia de Monterrey como un centro industrial, y el compromiso de la firma con la sostenibilidad y las tecnologías innovadoras.

En Gensler, el valor del trabajo se enfoca en el impacto positivo en la experiencia humana. Se trata de una firma de diseño colaborativa que combina creatividad, investigación e innovación para resolver problemas complejos. Su trabajo va más allá de diseñar edificios, pues reimaginan ciudades y espacios que mejoran la vida de las personas. Fundada en 1965, Gensler cuenta con un equipo de 6,000 profesionales que colaboran con clientes en más de 100 países, guiados por la misión de crear un mundo mejor a través del diseño. Las áreas de práctica de la firma abarcan una amplia gama de industrias, incluyendo espacios de trabajo, hospitalidad, retail, logística industrial, residencial, uso mixto y planes.

PRÁCTICA INDUSTRIAL Y LOGÍSTICA DE GENSLER

El área de práctica Industrial y Logística de Gensler está dedicada a diseñar espacios que mejoran la eficiencia operativa y fomenten la innovación. El enfoque de la firma integra tecnología de punta, sostenibilidad y principios de diseño centrados en el ser humano para crear entornos que apoyen las necesidades dinámicas del sector industrial.

Entre los diferenciadores clave de Gensler se encuentran el uso de BIM (Modelado de Información de Construcción) para mejorar la visualización, coordinación y ejecución de proyectos; gemelos digitales que permiten la monitorización y optimización en tiempo real de las instalaciones; y tecnologías de realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) que proporcionan experiencias de diseño inmersivas, permitiendo a los clientes visualizar e interactuar con sus espacios antes de que sean construidos.

Gensler está comprometido en alcanzar cero emisiones de carbono en todos sus proyectos para 2030. Este acuerdo impulsa las prácticas de diseño sostenible de la firma, centrándose en la eficiencia energética, la integración de energías renovables y el uso de materiales sostenibles. Muchos de los proyectos industriales de Gensler buscan la certificación LEED, demostrando su dedicación con la responsabilidad ambiental.

"En Gensler, creemos en el poder del diseño para mejorar la experiencia humana. Nuestro trabajo en el sector industrial de Monterrey es un testimonio de esta creencia, ya que nos esforzamos por crear espacios que no solo impulsan la eficiencia operativa, sino que también fomentan la innovación", menciona Diego Rodríguez, Managing Director, Gensler Monterrey.

OPORTUNIDADES EN MONTERREY Y NUEVO LEÓN

Monterrey ha sido reconocido durante mucho tiempo como un importante centro industrial en México. La ubicación estratégica de la región cerca de la frontera con Estados Unidos, su robusta infraestructura y su mano de obra calificada convierten a la ciudad en un lugar ideal para actividades de nearshoring.

Además, la tasa de crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) del estado y sus contribuciones a la economía nacional destacan su poderío industrial. La región atrae una cantidad sustancial de Inversión Extranjera Directa (IED), particularmente en los sectores de manufactura y logística, debido a su entorno empresarial favorable y proximidad con los Estados Unidos.

De igual forma, Monterrey cuenta con una red de transporte bien desarrollada, incluyendo carreteras, ferrocarriles y aeropuertos importantes, facilitando el movimiento eficiente de bienes y materiales. La presencia de numerosos parques industriales en la región proporciona infraestructura lista para usar para las empresas que buscan establecer o expandir sus operaciones. La región también se beneficia de una clase media mexicana en crecimiento, que se encuentra entre 40 y 80 millones de personas con ingresos disponibles y necesidades crecientes de infraestructura.

La tendencia del nearshoring, impulsada por cuestiones de cruce fronterizo, tiempos de carga y competencia creciente entre proveedores extranjeros, presenta una gran oportunidad para Monterrey. Gensler, con su cartera de proyectos bien definida y su equipo de diseño local y global, está bien posicionado para capitalizar estas oportunidades. El gobierno de México ha establecido programas con áreas estratégicas de apoyo y exenciones fiscales para sectores específicos, incluyendo las profesiones creativas y de diseño.

PROYECTOS INDUSTRIALES FUTUROS

La presencia de Gensler en Monterrey posiciona a la firma para capitalizar varios proyectos industriales futuros. Entre las áreas clave de enfoque están la manufactura avanzada, diseñando instalaciones de última generación con automatización y robótica para mejorar la productividad; almacenamiento sostenible, desarrollando almacenes ecológicos que usan fuentes de energía renovable y materiales de construcción sostenibles; y centros logísticos, creando centros logísticos que optimizan las operaciones de la cadena de suministro mediante una planificación de ubicación estratégica y soluciones innovadoras.

La expansión de Gensler en Monterrey representa una respuesta estratégica a las crecientes oportunidades en el sector industrial impulsadas por las tendencias de nearshoring. Con su experiencia en diseño industrial y logístico, su compromiso con la sostenibilidad y el uso de tecnologías avanzadas, Gensler está bien equipada para apoyar el crecimiento industrial de la región. Aprovechando las ventajas estratégicas de Monterrey y alineándose con el compromiso de la firma para 2030, por lo que busca entregar proyectos impactantes que superen las expectativas de los clientes y contribuyan a un futuro sostenible.

"La ubicación estratégica y la robusta infraestructura de Monterrey lo convierten en un centro ideal para las actividades de nearshoring. En Gensler, estamos emocionados de aprovechar estas oportunidades para continuar nuestra expansión global y contribuir al crecimiento industrial de la región", detalla Diego Rodríguez.

PARQUE INDUSTRIAL LAS VENTAS: UN FARO DE INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Un ejemplo claro del impacto que Gensler genera a través del diseño para parques industriales es Inovus, el cual se encuentra ubicado en un punto estratégico en Reynosa, Tamaulipas, sobre el libramiento Monterrey - Matamoros Oriente, y a tan solo 20 minutos de la frontera con Estados Unidos. El parque industrial se erige como un referente del desarrollo industrial moderno y sostenible, además, su posición privilegiada en una ruta de transporte clave para impulsar una nueva era de crecimiento económico y bienestar comunitario en la región.

Inovus abarca una impresionante extensión de 300 hectáreas, con una zona proyectada para ampliación de 110 hectáreas. Este espacio multifuncional incluirá diversas áreas y servicios que resaltan su carácter innovador y sostenible:

- Áreas comerciales y de uso mixto: Facilidades para negocios y comercios que atienden tanto a las necesidades del parque como a las de la comunidad circundante.
- Estaciones de carga y paraderos: Infraestructura que apoya la logística y el transporte, cruciales para la actividad industrial.
- Parques lineales y regenerativos: Espacios verdes que fomentan la salud y el bienestar de los ocupantes.
- Áreas de contemplación en canales activos y ciclovías: Promueven la movilidad activa y un estilo de vida saludable.
- Recinto fiscalizado y Guardia Nacional: Garantizan la seguridad y el cumplimiento de normativas, creando un entorno seguro y eficiente para las operaciones industriales.

IMPACTO POSITIVO Y ESTÁNDAR REPLICABLE

El Parque Industrial Inovus no solo representa un avance significativo en términos de infraestructura e innovación en diseño, sino que también tiene un impacto profundo en la región de Reynosa, lo que se refleja en los siguientes aspectos clave:

Desarrollo económico y social: Al convertirse en un polo industrial, genera empleo y atrae inversiones, dinamizando la economía local y mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Mejora de la infraestructura urbana: La creación de un entorno seguro y bien planificado contribuye al desarrollo urbano ordenado y sostenible de Reynosa, elevando los estándares de infraestructura en la región.

Inspiración y modelo a seguir: El diseño innovador y sostenible de Inovus establece un nuevo estándar para el desarrollo industrial, sirviendo como un modelo replicable para otros proyectos inmobiliarios e industriales en México y el mundo. Su enfoque en la sostenibilidad, conectividad y la comunidad demuestra que es posible crear espacios industriales que también promuevan el bienestar y la calidad de vida.

VISIÓN Y FUTURO

La visión del Parque Industrial Inovus se articula en torno a tres elementos fundamentales:

Crear un destino en Tamaulipas: Más que un polo industrial, busca ser un sitio seguro que genere un impacto positivo en Reynosa. Este espacio está diseñado para ser un catalizador de desarrollo económico y social, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

Un punto de encuentro para el usuario: Concebido como un oasis en la región, el parque promueve un fuerte sentido de comunidad y conectividad eficiente. Su diseño se enfoca en el desarrollo de una ciudad inteligente que eleva la calidad de vida de sus ocupantes y visitantes, actuando como una fuente de inspiración y un punto de referencia para el desarrollo urbano en Reynosa.

Un ecosistema de sustentabilidad y bienestar: El parque Industrial implementa estrategias eficientes para la conservación de recursos y el uso de energía renovable, minimizando el impacto ambiental. Este enfoque garantiza un ambiente saludable para todos, consolidando el parque como un ejemplo de desarrollo industrial responsable y sostenible.

Inovus no sólo redefine el desarrollo industrial en Reynosa, sino que también establece un nuevo estándar de sostenibilidad y bienestar, convirtiéndose en un modelo a seguir para futuros proyectos en México y el mundo.

"El Parque Industrial Inovus se esfuerza por mejorar las condiciones laborales y promover la justicia social, a través de un diseño urbano equitativo y la creación de una comunidad inclusiva. Nuestro enfoque holístico de sostenibilidad va más allá de la eficiencia energética, incorporando componentes humanos para transformar la experiencia del conductor. Estamos redefiniendo los estándares de los espacios industriales, con un compromiso hacia la productividad, el respeto humano y la conservación del medio ambiente", comenta el Managing Director, Gensler Monterrey.

LIDERANDO LA INTEGRACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN EL DISEÑO

Gensler se ha destacado consistentemente como líder en la integración de tecnología en sus proyectos. Utilizamos diversos procesos y herramientas patentadas para ofrecer a nuestros clientes ideas distintivas, que informan e inspiran nuestros esfuerzos de diseño.

El arte del diseño se fundamenta en las capacidades humanas, que no pueden ser replicadas por máquinas o automatización. Al combinar el potencial humano con la cognición de las máquinas, es posible potenciar las habilidades y brindar lo mejor a cada uno de sus clientes alrededor del mundo.

El pensamiento computacional de última generación y las plataformas tecnológicas permiten explorar y crear diseños con una velocidad, agilidad y predictibilidad sin precedentes. Gracias a los datos, los propietarios de edificios pueden obtener un conocimiento más profundo sobre el rendimiento de sus propiedades y tomar decisiones más informadas sobre futuras inversiones. Esto puede brindar la posibilidad de extrapolar los datos de un edificio a toda una cartera de activos, guiando decisiones sobre equipos, proveedores y mejoras de capital.

Con la información de los clientes y una abundancia de recursos en línea, la compañía tiene infinitas posibilidades para combinar forma, función, necesidades humanas, inteligencia espacial y visualización de datos de maneras que permiten a los clientes visualizar resultados en tiempo real. Sin retrasos costosos, podrán tomar decisiones críticas que nos ayuden a diseñar y entregar espacios que funcionen para las personas a nivel individual, colectivo y urbano.

Gensler ha desarrollado numerosos procesos y herramientas de diseño patentadas que permiten a sus equipos evaluar rápidamente diversas estrategias de sostenibilidad y presentarlas a clientes para su consideración. Estos enfoques y tecnologías innovadoras resultan en edificaciones de mayor calidad tanto para nuestros clientes como para el planeta.

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

SUBURBIO SI NOW®

La oportunidad que cumple sueños

2,100 Ha
DESARROLLADAS

+DE 52,000
FAMILIAS FELICES

La conceptualización y creatividad de los proyectos habitacionales **(Terrenos desde 200 m2) de Grupo Si Now** se caracterizan por ser disruptivos, por la oportunidad financiera y el alto nivel de infreaestructura el cual tienen un gran impacto en la transformación de la vida de nuestros clientes.

Esta oportunidad inmobiliaria se sustenta en ubicación estratégica y de gran desarrollo económico en la ciudad; creatividad en espacios de equipamientos funcionales que ocasionan la convivencia social y el disfrute con niveles superiores de servicio, **criterios de diseño orientados al tráfico lento y grandes reservas destinadas a áreas verdes.**

gruposinow.com

La conservación de los desarrollos se garantiza mediante el sistema de administración **"Comunidad Feliz"**, una herramienta diseñada para preservar el estado de tu inversión y fomentar la plusvalía. Al utilizar "Comunidad Feliz", se maximiza el valor de la propiedad, protegiendo así tu inversión y asegurando su crecimiento a largo plazo.

Hacemos comunidades que resguardan el patrimonio cultural de México mediante la integración de espacios como **UNA ALAMEDA, UN ZÓCALO, ZONA DE SIERRA, MONTAÑA Y LA EXPERIENCIA DE VIÑEDOS TEMÁTICOS.**

Guanajuato • Querétaro • Jalisco • San Luis Potosí • Baja California Sur

Un modelo de negocio de:

GRUPO SI NOW®

COLONY
MEJORA LA EXPERIENCIA DE OFICINAS PARA CONECTAR MÁS EMPRESAS

Colony se coloca con un importante diferenciador: ofrecer un espacio donde las empresas, profesionistas y freelancers puedan conectarse de forma real

Francisco Botello, director comercial de Colony

Durante la pandemia, el home office se volvió esencial para el 69% de las firmas en México. Según estimaciones de Deloitte, este modelo de trabajo le permitió a las empresas seguir trabajando y reducir costos operativos, así como aumentar la productividad de algunos sectores.

Sin embargo, factores como el aislamiento demostraron la importancia de contar con un lugar de reunión flexible para los colaboradores, combinando el formato de oficina y teletrabajo para comodidad de empleados y compañías. Esta situación aceleró el crecimiento de oficinas como el coworking, un fenómeno a nivel mundial que marcó una revolución completa en el ámbito laboral.

En este competitivo mercado, Colony se coloca con un importante diferenciador en Ciudad de México: ir más allá en el servicio y ofrecer un espacio donde las empresas, profesionistas y freelancers puedan conectarse de forma real.

De acuerdo con Francisco Botello, director comercial de Colony, el mayor interés de la compañía es que las personas puedan ser más eficientes en sus instalaciones, aprovechando la colaboración con otras firmas. Por ello, tanto el diseño de cada sede como la atención están pensadas para fomentar la comunicación interempresarial.

"Hacemos que la gente produzca más. Más que hacer un networking, algo que ya es muy viejo, los conectamos de una forma que funcione según sus necesidades, por ejemplo, alguien de marketing con otro de publicidad; un supermercado virtual con un proveedor de bodegas", comenta Botello en entrevista para Inmobiliare.

Además, la arquitectura boutique de cada edificio invita a crear redes de convivencia en alguna de sus terrazas, cafeterías o espacios pet-friendly.

Atención personalizada y las mejores ubicaciones de CDMX

Para Colony, la ubicación es un aspecto fundamental para cada una de sus sedes. Desde su fundación en 2016, mantienen presencia en los principales corredores financieros de Ciudad de México, como Reforma, Polanco, Lomas de Chapultepec o Colonia Roma.

"Buscamos zonas con buen transporte público, eso es vital para los empleados; también edificios AAA con acabados de lujo, que sean nuevos y seguros. Sobre todo, buscamos que la gente quiera y necesite estar ahí", agrega Botello.

Estas ubicaciones se complementan con un servicio premium, el cual incluye atención personalizada y amenidades como café ilimitado, un snack diario para cada trabajador e incluso scooters para moverse en la ciudad, lo que asegura una estancia cómoda y productiva.

Por su parte, Colony House, su modelo para ejecutivos de alto nivel, se complementa con servicio de mesero, restaurante y mayor exclusividad, por lo que solo los miembros, e invitados de este concepto de lujo, pueden acceder.

Actualmente, la firma cuenta con 12 sedes y se encuentra en expansión hacia el sur de la ciudad, con el objetivo de ofrecer la experiencia Colony y Colony House en zonas como San Ángel o Insurgentes Sur.

Oficinas y planes a la medida hasta para mil personas

Colony tiene muy claro que el sector de oficinas avanza hacia la flexibilidad, que las empresas deben vender lo que las personas quieren comprar. "Cada vez son más los negocios hechos a la medida. En el mercado del coworking, la gente pide contratos más cortos, ya no quiere un contrato de cinco años, a veces hasta un año se les hace mucho. Tenemos que adaptarnos", indica Botello.

Además, el directivo asegura que la personalización de espacios es un aspecto fundamental para permitir a los trabajadores lograr el máximo rendimiento, dependiendo de sus necesidades.

"Los clientes ya no están dispuestos a esperar un mes para que les entreguen una oficina a su medida. Nosotros no cobramos por adecuarla como se requiere y tenemos un equipo de arquitectura y obra interno que nos permite actuar rápido, incluso quitar o poner un muro en un fin de semana".

Finalmente, Botello comparte que están preparados para recibir equipos desde uno hasta mil integrantes en un espacio adecuado para su operación en sus 12 edificios de Ciudad de México, con planes de expansión futura a los corredores financieros de otras entidades, como Monterrey o Querétaro.

"Ya tenemos edificios en otros estados que estamos negociando, todavía no es un hecho, pero lo más probable es que salgamos este año".

COLONY

Reforma 560

Prado Norte

Moliere

¡CONTÁCTANOS!

¿TU OFICINA TE REPRESENTA?

COLONYSPACES

COLONYSPACESMX

TEL: 5636996662

WWW.COLONYSPACES.MX

ELECTROMOVILIDAD EN MÉXICO: INFRAESTRUCTURA DE CARGA EN EL SECTOR INMOBILIARIO

Luis Fernando Brizuela Castillo
CEO de EZ4Motion

La adopción de vehículos eléctricos e híbridos en el país está en aumento desde hace varios años, hecho que es impulsado por la conciencia ambiental y las políticas de sostenibilidad. Sin embargo, el crecimiento de la electromovilidad aún tiene varios retos que enfrentar, entre ellos, la disponibilidad de infraestructura de carga, especialmente en entornos residenciales, hoteleros y de usos mixtos.

De acuerdo con la recién fundada Electro Movilidad Asociación (EMA), es necesario fomentar la instalación de infraestructura de recarga para acelerar la adopción de la electromovilidad. Lo anterior, debido a que sólo 4.7% del total de vehículos ligeros o particulares que se venden al año, corresponden a autos eléctricos, híbridos e híbridos conectables, según datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA).

En este contexto, Luis Fernando Brizuela Castillo, CEO de EZ4Motion, menciona que debido a la falta de infraestructura, los usuarios prefieren evitar la compra de estos vehículos ya que no existen zonas de recarga en otras ciudades, de forma que su uso queda limitado.

"Recientemente ofrecí una conferencia en Tijuana y el tema más destacado fue este. Sin embargo, para hacer frente a este desafío es importante la participación de los gobiernos estatales y la iniciativa privada. En Baja California, por ejemplo, estamos trabajando para impulsar la creación de electrolineras para que los usuarios cambien sus vehículos a híbridos enchufables o eléctricos, lo que les daría un ahorro aproximado del 50% del combustible que utilizan actualmente".

Explica que en menos de una década, en México será obligatorio que cada uno de los inmuebles residenciales, hoteleros y de usos mixtos, cuenten con zonas de recarga para autos eléctricos. De ahí la importancia de que cada uno de los jugadores del sector, comiencen a tomar acciones en sus proyectos.

"Para 2030 el 50% del parque vehicular será híbrido y para el 2040, ya estamos hablando de un 100 por ciento. Este suceso va a cambiar por completo las inversiones inmobiliarias, ya que los desarrollos que no contemplen puntos de carga en su diseño, quedarán descartados", menciona en entrevista para Inmobiliare.

Cabe destacar que hasta 2022, 58% del parque vehicular híbrido se concentraba en la CDMX, Estados de México, Nuevo León y Jalisco, destinos en los que también se encuentran la mayoría de las 1,146 estaciones de carga eléctricas públicas y privadas existentes en todo el territorio nacional.

EZ4Motion y su visión enfocada a la electromovilidad sustentable

Asimismo, comenta que los inmuebles que cuenten con este tipo de servicios tendrán una mayor plusvalía y serán más fáciles de comercializar. Si bien, el costo final puede aumentar, se trata de proyectos dirigidos a un público muy específico, el cuál de este momento, ya se encuentra buscando espacios con estas amenidades.

"Es un tema relativamente nuevo y un muy buen negocio para el sector inmobiliario, ya que como desarrollador le ofreces al usuario la posibilidad de tener un área de cargadores en el fraccionamiento, sin la necesidad de que él tenga que buscar a los proveedores y pague la instalación".

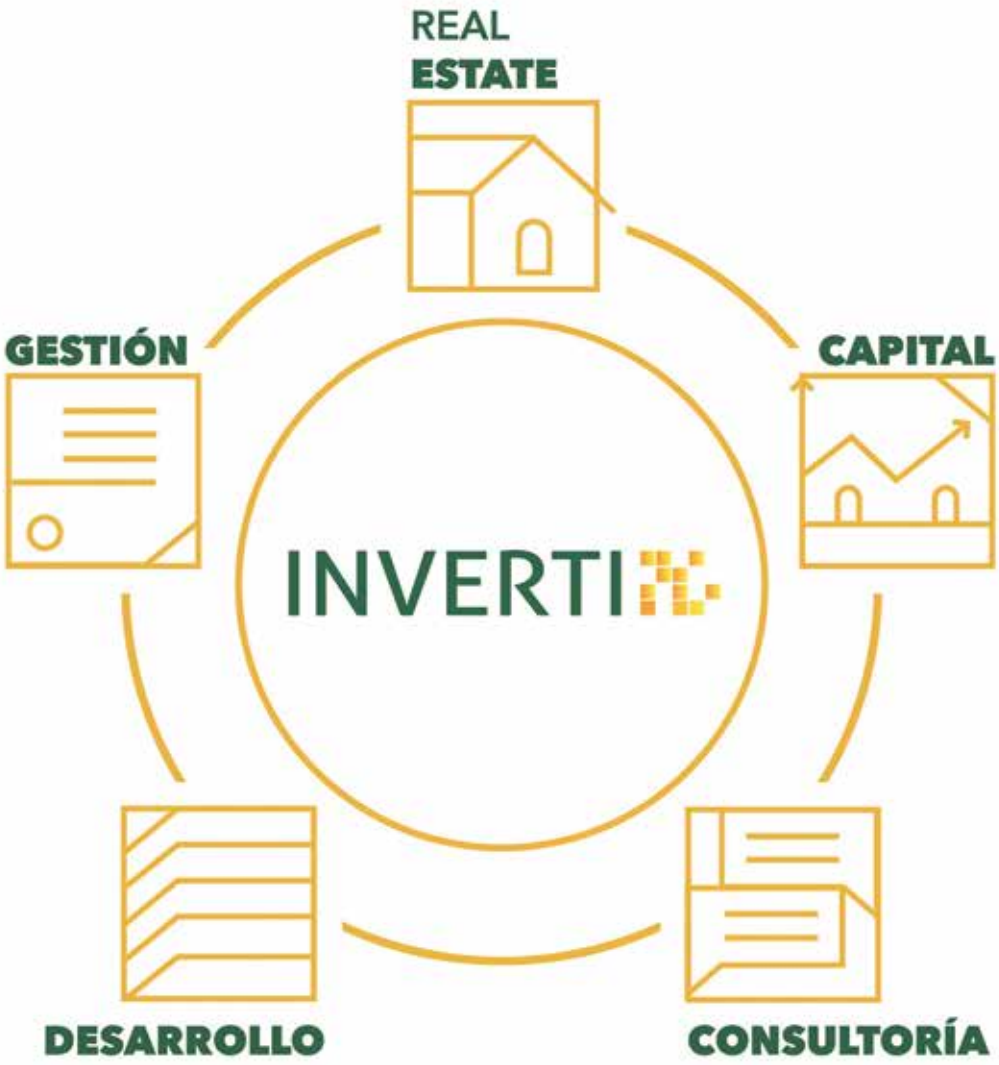
Con el objetivo de ofrecer estrategias de electromovilidad y tras más de tres décadas en el sector de la construcción y el eléctrico, Fernando Brizuela lanzó al mercado EZ4Motion, una empresa enfocada en brindar soluciones completas para la carga de vehículos eléctricos, contribuyendo así a la movilidad sostenible en México y América Latina.

EZ4Motion brinda soluciones para la carga de vehículos eléctricos, contribuyendo así a la movilidad sostenible en México y América Latina.

La compañía trabaja de la mano con sectores privados y gubernamentales para fortalecer la infraestructura de carga, facilitando el acceso a vehículos eléctricos para una variedad de usuarios.

Actualmente, se encuentran trabajando con diversas empresas dedicadas a la logística y distribución de última milla, así como grupos desarrolladores de software para la administración de energía.

"En EZ4Motion, estamos tratando de ir más allá. En el tema de los cargadores, estamos trabajando de la mano de la ingeniería para la fabricación de cargadores en México. Además de una alianza, también para la fabricación de vehículos ligeros y de transporte", finaliza Luis Fernando Brizuela Castillo, CEO de EZ4Motion.



ESTRATEGIAS INTEGRALES DE INVERTI REAL ESTATE

Hugo Tostado, Socio de Inverti Real Estate, detalla que la compañía cuenta con una estrategia integral denominada "Modelo 360", donde se otorga un apoyo completo al cliente, desde el diseño hasta la comercialización del proyecto, pasando por los procesos de tramitología y permisos, estudios de mercado, etcétera.

"Nuestra participación comienza varios meses antes de que dé inicio como tal el proyecto, con el diseño de amenidades y producto, así como con estudios del comportamiento de la competencia directa e indirecta, así como del mercado en general. Nuestro enfoque va más allá de los vendedores o el producto. Nuestro enfoque estratégico es mucho más integral", explica.

En el caso específico de Real Estate, la empresa ofrece asesoría especializada y comercialización para los desarrolladores más importantes del estado y el país, y asesoría para inversionistas. Misma que en conjunto con Capital y Desarrollo, han dado paso a diversos proyectos ubicados en regiones como Zapopan, Puerto Vallarta y Punta Mita en Nayarit.

"Para la comercialización, hemos creado una metodología con dos equipos: uno de ventas y otro de operaciones con un enfoque en seguimiento y análisis de datos", Hugo Tostado, Socio de Inverti Real Estate

De acuerdo con Hugo Tostado, la elección y evaluación de proyectos se basa en garantizar que el producto a desarrollar se ajuste a la demanda actual del mercado, además de coincidir con las necesidades y expectativas de los clientes. "La alineación del perfil del desarrollador con la visión de Inverti es esencial. Si hay una visión diferente a la nuestra, la colaboración se vuelve complicada y puede que no avancemos en el proyecto".

En esta misma línea, Santiago Silva, CFO de Inverti, comenta que esa alineación entre ambas partes, no solo facilita los procesos, también asegura el éxito financiero de los proyectos, ya que logran que cada uno de los desarrollos en los que trabajan estén equilibrados en términos comerciales, legales, fiscales, de rentabilidad y atención al mercado.

En cuanto a la comercialización, Inverti cuenta con un plan enfocado a distintos canales de comercialización, entre los que destacan los brokers inmobiliarios, quienes pueden formar parte de "Círculo Inverti", un programa en el que ofrecen capacitación, comisiones especiales, eventos, entre otras cosas.

"En cada uno de los lanzamientos vemos a los brokers como *partners* de Inverti y en cada evento hacemos una selección, aunque lleguen 200 con nosotros, al final, se seleccionan 30, 40 o 50 que cumplen con el perfil".

Asimismo, con cada uno de los proyectos que se encuentra en esta fase, se realiza un lanzamiento en redes sociales y con la base de clientes e inversionistas ya establecidos de Inverti.

"El orden puede cambiar, normalmente salimos primero con *Friends and Family* e inversionistas, en segundo lugar, con brokers para que se corra la voz y pueda funcionar a través de Círculo Inverti, y en tercer lugar, salimos al público general".

Capital humano y herramientas tecnológicas para mejorar procesos

Uno de los factores más relevantes para Inverti es la profesionalización y optimización de procesos, razón por la que cada una de las áreas: Consultoría, Gestión, Desarrollo, Capital y Real Estate, cuentan con personal profesional y altamente experimentado, lo que da confianza y tranquilidad al cliente e inversionista.

Hugo Tostado
Socio de Inverti Real Estate

"Para la comercialización, hemos creado una metodología con dos equipos en cada proyecto: uno de ventas, que es el equipo más o menos tradicional, aunque con algo más de métricas; y un equipo de operaciones, que es un espejo del primero pero con un enfoque completo en seguimiento de procesos y análisis de datos. Cabe destacar que en el equipo de operaciones, hay perfiles completamente distintos a los que tendría una inmobiliaria tradicional, en este equipo tenemos ingenieros, actuarios, matemáticos e ingenieros en ciencias de datos que ayudan en las ventas a darle orden, estructura y reportes", explica Hugo Tostado.

Asimismo, trabajan con diversas herramientas y plataformas digitales que hacen de los procesos comerciales y administrativos, más efectivos. La más importante es una plataforma inmobiliaria integral enfocada solo en el sector inmobiliario que se llama Adryo.

Trabajan con diversas herramientas y plataformas digitales que hacen los procesos más efectivos.

Dichas plataformas son capaces de medir, desde el volumen y capacidad de venta de cada uno de los asesores involucrados en el proyecto, hasta las tendencias y preferencias de los compradores.

"Tenemos un área de análisis de datos con un equipo que analizan toda la competencia del mercado (...) nos metemos mucho al tema matemático de análisis de data, de venta y competencias, son aspectos que nos diferencias de otras inmobiliarias y comercializadoras".

Santiago Silva, explica que para medir el éxito financiero de los proyectos, también es de vital importancia contar con el apoyo de la tecnología, por lo que cuentan con distintos softwares para medir la rentabilidad de los proyectos, entre otras cosas. Además de otras herramientas digitales que los mantienen en constante comunicación con clientes e inversionistas.

"El uso de tecnología es primordial para nosotros. Tan solo en la parte de la comunicación que tenemos con los clientes y nuestros inversionistas, tenemos una relación bastante cercana y directa, cada uno de los departamentos tiene un área de atención a clientes que siempre da una respuesta inmediata y dirigida", menciona.

Expansión geográfica, la visión de Inverti en 2024-2025

A la fecha, Inverti se encuentra trabajando en diversos proyectos ubicados en el estado. Sin mencionar que para lo que resta del 2024 prevén el lanzamiento de entre cinco y seis nuevos desarrollos en Guadalajara, Puerto Vallarta y Ciudad de México.

Para el resto del 2024 prevén el lanzamiento de entre cinco y seis nuevos desarrollos en Guadalajara, Puerto Vallarta y Ciudad de México.

"Estaremos lanzando seis proyectos nuevos a comercializar que suman ventas por arriba de los tres mil millones de pesos. Muchos de ellos tienen fases secundarias en las que nos estaremos llevando cerca de cuatro o cinco años para sus siguientes fases".

Santiago Silva
CFO de Inverti

En cuanto a la expansión hacía otros mercados, los directivos explican que cada año buscan incorporar un promedio de cuatro proyectos a su portafolio, aunque la mayoría están localizados en Jalisco, entre 2024 y 2025 la compañía planea incursionar en destinos como Ciudad de México y Tulum, así como Los Cabos.

Entre 2024 y 2025 la compañía planea incursionar en destinos como Ciudad de México y Tulum, así como Los Cabos.

"Los planes son seguir creciendo y abrir pronto una oficina formal en Vallarta para buscar más proyectos en toda esa zona de playa. En Tulum también hay posibilidad de abrir una oficina pero aún está en revisión".

Cabe destacar que el proyecto en Tulum, Quintana Roo, aún se encuentra en proceso de revisión y estudios de mercado correspondientes, sin embargo, el socio de Inverti Real Estate, detalla que si bien, el destino ha tenido altas y bajas, en este momento es estable, por lo que es una excelente oportunidad para la expansión de la compañía y proporcionar servicios en la Riviera Maya.

"Al igual que Tulum, Los Cabos son destinos de playa bastante atractivos para la inversión, sobre todo para el público extranjero, pero aún es un mercado que estamos analizando, la idea es que en un futuro, tal vez 2025, podamos abrir y comercializar ahí", finaliza.

SUSCRÍBETE*

INMOBILIARE

25 AÑOS

LA REVISTA MÁS PRESTIGIOSA DE LOS NEGOCIOS INMOBILIARIOS

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

Costos por año:

$650.00

***Limitado solo a CDMX**

T: +52 55 55147914
suscripciones@inmobiliare.com

Realiza tu depósito en:
Banco: HSBC
Cuenta: 4038277406
Sucursal: 1920
Clabe: 021180040382774065
Beneficiario: Editorial Mexicana de Impresos, S.A de C.V.

EN ESTA EDICIÓN

RETAILTAINMENT:

ADAPTAR EL ENTRETENIMIENTO A LOS CENTROS COMERCIALES

POR: JUAN RANGEL
juan.rangel@inmobiliare.com

Actualmente los negocios buscan sobresalir de la competencia y para ello, aplican diferentes estrategias que les permiten tener mayor flexibilidad, mejor interacción con el público y mejorar su experiencia.

Aunque el e-commerce permitió a los retailers seguir con sus operaciones durante la pandemia por Covid-19, el sector continúa buscando cómo atraer a más visitantes a los puntos de venta físicos. Por ello, los centros comerciales entendieron que para crecer tras el encierro, necesitan mantener a las personas durante más tiempo y que regresen a realizar más compras.

En este contexto, es importante conocer el retailtainment, concepto acuñado por el sociólogo estadounidense George Ritzer, el cual mezcla retail y entretenimiento (entertainment) para hacer más atractivas las plazas comerciales y agregar atracciones más allá de las compras, ofreciendo espectáculos, espacios lúdicos y de convivencia, así como otras amenidades.

"El retailtainment necesita aprovechar el uso del sonido, ambiente, emoción y la actividad para conseguir que los clientes se interesen por la mercancía y tengan ganas de comprar", considera Ritzer.

Retailtainment mezcla retail y entretenimiento para hacer más atractivas las plazas comerciales y agregar atracciones más allá de las compras.

Para Soft Play, desarrolladora de infraestructura de entretenimiento, estas amenidades pueden ser tan sencillas como una mesa para colorear, o algo más complejo como eventos festivos especiales, cafeterías, quioscos de pedidos en línea, dispositivos de realidad virtual o juegos infantiles.

“Los consumidores actuales prefieren gastar su dinero en experiencias más que en pertenencias. La felicidad que se obtiene al comprar cosas es efímera, pero el entretenimiento puede crear recuerdos duraderos”.

Un ejemplo de esto fue la colocación del “Trono de Hierro”, atracción gratuita de Plaza Mitikah en Ciudad de México para celebrar el estreno de la segunda temporada de la serie “La casa del dragón” en HBO.

Retailtainment puede ser desde una cafetería, áreas de juego para niños o mesas de soporte en tienda para dar atención sobre los productos.

¿Cómo beneficiar al consumidor con el retailtainment?

Un detalle importante para Soft Play es que el retailtainment no sólo sirve para crear recuerdos divertidos, sino que también puede beneficiar al consumidor de otras maneras.

"Algunas formas ofrecen comodidad a los consumidores. Una cafetería permite combinar un almuerzo mientras realiza sus compras. También se pueden añadir estaciones de carga de teléfonos, tecnología de escaneo para crear listas de deseos y quioscos con pantalla táctil para pedir artículos no disponibles en esa tienda".

Algunas plazas incluyen áreas de entretenimiento para niños, como zonas de juego. Además, hay espacios cerrados y seguros que ofrecen a los padres un tiempo para realizar compras mientras los menores se mantienen ocupados.

También es importante mencionar las formas retailtainment enfocadas a reparación, actualización o asesoría de productos propios, como es el caso del Genius Bar, servicio que ofrecen los Apple Store para dar soporte a sus consumidores, lo que se traduce en una nueva visita a la sucursal de venta.

"Las tiendas pueden ofrecer mesas de ayuda donde los clientes puedan hacer preguntas sobre sus productos. Otra forma de hacerlo son las clases y los eventos in situ. Las clases pueden educar al cliente y promover los productos de la tienda. El retailtainment es una gran ventaja para los establecimientos minoristas que lo utilizan. El uso exitoso atraerá a los clientes por la experiencia y los mantendrá entretenidos y satisfechos, pues tendrán ganas de comprar y volver".

Otras actividades destacables son la incorporación de cines, acuarios, simuladores de paracaidismo, minigolf, pistas de patinaje, boliche, centros fitness y gimnasio o los populares escape rooms, los cuales permitieron un 58% de recuperación de visitantes pospandemia en España, según el Estudio de Mercado 2022 de EscapeUP.

Claves para entender y detonar el retailtainment

Maurien Martínez Bacca, profesora de Customer Experience Management en Instituto de la Economía Digital de ESIC y directora de IZO Insights & Marketing, especificó en su artículo "Algo más que entretenimiento", que el retailtainment en contextos de consumo, es "sorprendentemente eficaz" para diferenciar tiendas físicas del e-commerce.

La catedrática agrega que muchas tiendas quieren incluir el factor lúdico a la experiencia de compra, pero pocas logran ir más allá del concepto de shopping.

"Uno de los principales errores es considerar como objetivo que el cliente se divierta en la tienda. Diseñar acciones con un objetivo claro y medible, como puede ser el tráfico, el ticket medio, la prescripción o la frecuencia de compra, es fundamental".

Por ello, detalla que hay factores que se deben tomar en cuenta para mejorar la experiencia con el cliente:

Experience collectors. El consumidor antepone las experiencias a los productos, se recuerdan mucho más tiempo y proporcionan felicidad más prolongada. La necesidad de compartir contenidos en redes sociales ha acelerado este fenómeno.

Sociedad nacida en el gaming. El ocio y el entretenimiento han venido ocupando cada vez más espacio en la sociedad desde hace 30 años. Hoy, se busca esta experiencia incluso en la oficina, banco o gasolinera.

Emotional journey. La clave para conseguir que el cliente recomiende y repita es la emoción. En la medida que una marca logre emocionarlo, la recordará y considerará imprescindible en su vida.

Redes sociales. El cerebro es "adicto" a las emociones continuas. Un "Me gusta" le provoca la misma gratificación que un abrazo. Esta es la importancia de los spots "instagrameables".

Un nuevo consumidor. Una persona ávida de experiencias desea interactuar; busca escenarios nuevos y sorprenderse en cada visita al punto de venta. No quiere ser un mero usuario pasivo de la experiencia de compra, quiere protagonizarla. Pero, sobre todo, desea formar parte de una historia.

Transferencia de expectativas off-on. Internet es entretenimiento interactivo, social y multimedia, por lo que empezamos a demandar esos mismos ingredientes en nuestras experiencias de compra.

IMPORTANCIA DE IMPLEMENTAR

PRÁCTICAS ASG EN EL RETAIL

POR: RUBI TAPIA RAMÍREZ
rubi.tapia@inmobiliare.com

Con una mayor conciencia ambiental, el sector de retail enfrenta desafíos y oportunidades para adoptar prácticas más sostenibles relacionadas con los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG por sus siglas en español y ESG en inglés).

"El 90% de las noticias están repletas de situaciones ambientales como huracanes, sismos, sequía, contaminación del aire y todo tiene que ver con los objetivos ASG; por otro lado, están los temas de la desigualdad social, migración, pagos injustos o desproporcionados a agricultores, etc.", comenta en entrevista para Inmobiliare, Adriana Pulido, CEO y fundadora de ILUNKA, experta consultora en ASG.

Por estas razones es importante que las empresas de retail implementen prácticas sostenibles según los criterios ASG, "hay que hacer lo correcto por las razones correctas. Nadie puede negar que vivimos en un entorno social y ambiental sumamente complejo", destaca Pulido.

Aunque el sector retail tiende a centrarse en las multinacionales, hay muchos grupos de interés involucrados que pueden caer en riesgos socioambientales, como proveedores, consumidores finales, gobierno, intermediarios en la cadena de suministro, agencias de exportación e importación.

"Uno de los principales factores que tiene que cuidar la industria del retail, son los impactos ambientales que hay en la logística, en el proceso del embalaje y la transportación de los productos; así como aspectos sociales como los derechos humanos y las condiciones justas de trabajo".

El comercio electrónico durante el 2020, en el transporte de mercancías (envío y devoluciones) representó el 37% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero, informó Grupo GISA.

"Se estima que para 2030, el número de vehículos de reparto aumentará un 36%, alcanzando cerca de 7.2 millones de vehículos. Esto dará como resultado un aumento de aproximadamente seis millones de toneladas de emisiones de CO2", mencionó GISA.

Adriana Pulido, CEO y fundadora de ILUNKA, experta consultora en ESG.

Mientras que para fabricar un kilogramo de plástico desde cero se emiten unos 3.5 kilogramos de CO2 a la atmósfera, y por cada kilo de plástico que se fabrica con materia reciclada se emiten sólo 1.7 kilogramos de CO2, según Atica, empresa enfocada en soluciones integrales para gestión de residuos y aguas industriales.

De acuerdo con el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC por sus siglas en inglés), en su informe de 2023, el calentamiento global en este siglo está en camino de superar el límite acordado del 1.5 °C si no se aplican reducciones drásticas e inmediatas de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Adriana Pulido resalta que es importante que la industria del retail ponga atención en cómo se está transmitiendo la información a los consumidores en materia sostenible, ya que tiene una corresponsabilidad en lo que está ofreciendo a través de las campañas de comunicación y/o de marketing.

El comercio electrónico, en el transporte de mercancías, representó el 37% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Mejores prácticas alineados con los criterios ESG en retail

De acuerdo con Adriana Pulido, hay formas de trabajar los temas ambientales, sociales y de gobernanza en el retail. Por ejemplo, identificar los impactos en cada etapa del proceso, ya sea en la manufactura o en la obtención de productos de proveedores. También involucrarse con el consumidor para que tenga el conocimiento de qué hacer con el producto cuándo se termine.

"Este último punto es una labor en la cual la industria del retail puede empezar a participar, conocer cuál es mi rol, cuáles son los impactos sociales y ambientales negativos que podría generar el producto, y empezar a solicitar requerimientos a todos los grupos de interés para que le demuestren a la empresa que están haciendo a favor de la sostenibilidad".

Asimismo, destaca que es importante hacer alianzas estratégicas con otras empresas, sin centrarse 100% en temas económicos, sino en el impacto positivo para el planeta Tierra.

"La manera en la cual las compañías pueden llegar a sus consumidores y ver resultados significativos es reuniéndose con otras que son parte de la cadena; en conjunto, provocar cambios en los hábitos de los clientes, ya que no es algo que una sola empresa puede hacer".

Retos para implementar criterios ESG

Capacitación. "No hemos sabido comunicar de manera fácil y accesible los temas de sustentabilidad, si bien cuando se entienden son fáciles, llegar a ese punto de capacitar y sensibilizar es un gran reto".

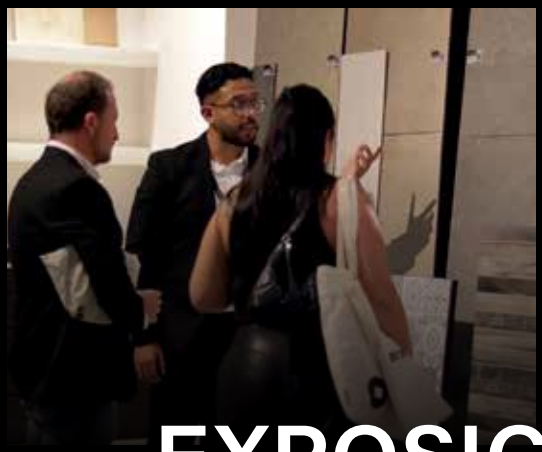
Alianzas. "No estamos acostumbrados a colaborar con otras compañías, pero hay cosas que no podemos hacer sin su apoyo".

Entendimiento. "Los temas de ASG dentro de una empresa no son aislados. No se pueden solo atender los ambientales, sin considerar los aspectos sociales, y viceversa".

OBRA BLANCA®

15-17 OCT 2024
EXPO SANTA FE CDMX

Consulta aquí
nuestra agenda
de actividades



EXPOSICIÓN DE ACABADOS Y PRODUCTOS DE DISEÑO PARA LA ARQUITECTURA

Negocios • Foros • Conferencias • Comunidad
Diseño • Innovación • Productos • Acabados

5ª Edición

Información y boletos en:
obrablancaexpo.com

GRAN TELCHAC

LA JOYA DE LA NUEVA RIVIERA DE MÉXICO

POR: JUAN RANGEL
juan.rangel@inmobiliare.com

Gran Telchac es un desarrollo de lotes totalmente urbanizado a ocho minutos de la playa y 50 minutos de Mérida, Yucatán.

Yucatán ha experimentado un crecimiento notable en el sector de bienes raíces, convirtiéndose en un destino fascinante para inversionistas nacionales y extranjeros que buscan calidad de vida, atractivos naturales y seguridad en un solo lugar.

Conocido por su historia, cultura, gastronomía, playas y cenotes, la región cuenta con una amplia variedad de opciones inmobiliarias, desde lotes hasta propiedades vacacionales o desarrollos residenciales de lujo con precios competitivos y un costo de vida accesible.

Su ubicación estratégica e infraestructura le permite conexión aérea con ciudades nacionales e internacionales como Miami, Florida; Houston, Texas e incluso Toronto, Canadá. Además, según reportes de la Secretaría de Turismo, Yucatán registró un crecimiento del 34% en la llegada de visitantes y un aumento del 87% en la derrama económica de 2023, en comparación con 2018. Expertos consideran que esta popularidad también se debe al estilo de vida más tranquilo de los yucatecos, a diferencia de otras grandes urbes en el país.

Hoy, Yucatán continúa consolidándose como uno de los mercados inmobiliarios más importantes de México, posicionándose como primer lugar en potencial para inversión en bienes raíces.

Estos factores, así como el aumento constante en la plusvalía de sus propiedades, han permitido a la Riviera Yucateca ser considerada hoy como la Nueva Riviera de México, un tramo costero que ofrece playas y otros destinos naturales con experiencias y tranquilidad única. Y justo en esta zona, se ubica Telchac Puerto, un municipio con sitios de interés de alto valor turístico como una playa platino, de las pocas que existen en la República Mexicana, galardonada así por el nivel de pureza del agua, los bajos niveles de contaminación y su biodiversidad.

Grupo GEA presenta un proyecto residencial con amenidades tipo resort

Grupo GEA, empresa 100% yucateca, ofrece a los inversionistas la posibilidad de vivir y construir un patrimonio en las mejores ubicaciones del estado, entre las que destaca Gran Telchac, un desarrollo de lotes totalmente urbanizado a solo ocho minutos de la playa.

En entrevista para Inmobiliare, Emmanuel Hernández, Project Manager de Gran Telchac, comenta que el proyecto está pensado como si fuera un resort de 5 estrellas en las mejores playas del Caribe Mexicano, esto debido a que dentro de sus 250 hectáreas habrán instalaciones y servicios tipo vacacional.

En el diseño se incluyeron espacios dinámicos que se presentan como Islas, de uso recreativo y resort, también un área verde de 10 hectáreas que servirá de "pulmón" para el desarrollo, además de instalaciones deportivas y de usos múltiples para sus residentes.

"Gran Telchac será como una pequeña ciudad, pero con todas las comodidades y lujos que podrías esperar de un resort".

En esta misma línea, Nidia Maldonado, Promotora de Gran Telchac, resalta que cada privada tendrá su propia casa club con instalaciones de spa o sauna, área de asadores, gimnasio, kids club con área techada o zonas infantiles al aire libre, piscina familiar, piscina bar, salón de usos múltiples, entre otros. Incluso, en la entrada del desarrollo habrá un pabellón turístico con todos los servicios necesarios como comercios y hasta un hotel boutique.

"Gran Telchac ofrecerá una experiencia parecida a estar en la Riviera Maya pero sin salir de este desarrollo, será como estar eternamente de vacaciones".

Es importante destacar que se trata de un régimen de condominio exclusivamente para uso residencial, lo que garantiza invertir para construir una casa de retiro o inmueble vacacional para rentar en plataformas, asegurando tranquilidad y un estilo de vida gracias a reglamentos de convivencia.

Actualmente, la compañía comercializa en preventa sus primeras privadas, lo que ha dado a aquellos visionarios la oportunidad de invertir en La Nueva Riviera de México a un precio accesible.

Gran Telchac está pensado como si fuera un resort de 5 estrellas en una de las mejores playas de Yucatán. Los futuros residentes de Gran Telchac podrán hacer uso del club de playa Coraletta - Wave House y el hotel boutique Rettiro - Bungalows & Nature.

Coraletta - Wave House y Rettiro - Bungalows & Nature

Los futuros residentes de Gran Telchac podrán hacer uso de Coraletta - Wave House, un club de playa para inversionistas que están en espera de la entrega de sus lotes. Es un espacio inspirado por las olas, conceptualizado para abrirse paso hacia la naturaleza y el mar, evocando paz, relajación y buenos momentos en familia.

"Para poder hacer amena la espera, se ofrece un club a la orilla del mar para descansar y vacacionar de forma gratuita, disfrutando de restaurante, piscina, camastros, áreas para niños", comenta Maldonado.

Por su parte, Rettiro - Bungalows & Nature es el hotel boutique de Gran Telchac, ubicado a un costado del acceso principal y con un diseño inspirado en el estilo de vida de Tulum, Quintana Roo. Cuenta con siete bungalows de diferentes tamaños para adaptarse a familias o parejas que buscan tranquilidad y exclusividad.

"Este hotel le dará plusvalía a las inversiones, obviamente, cuanto más instalaciones y servicios estén a tu alrededor, la plusvalía va creciendo cada día".

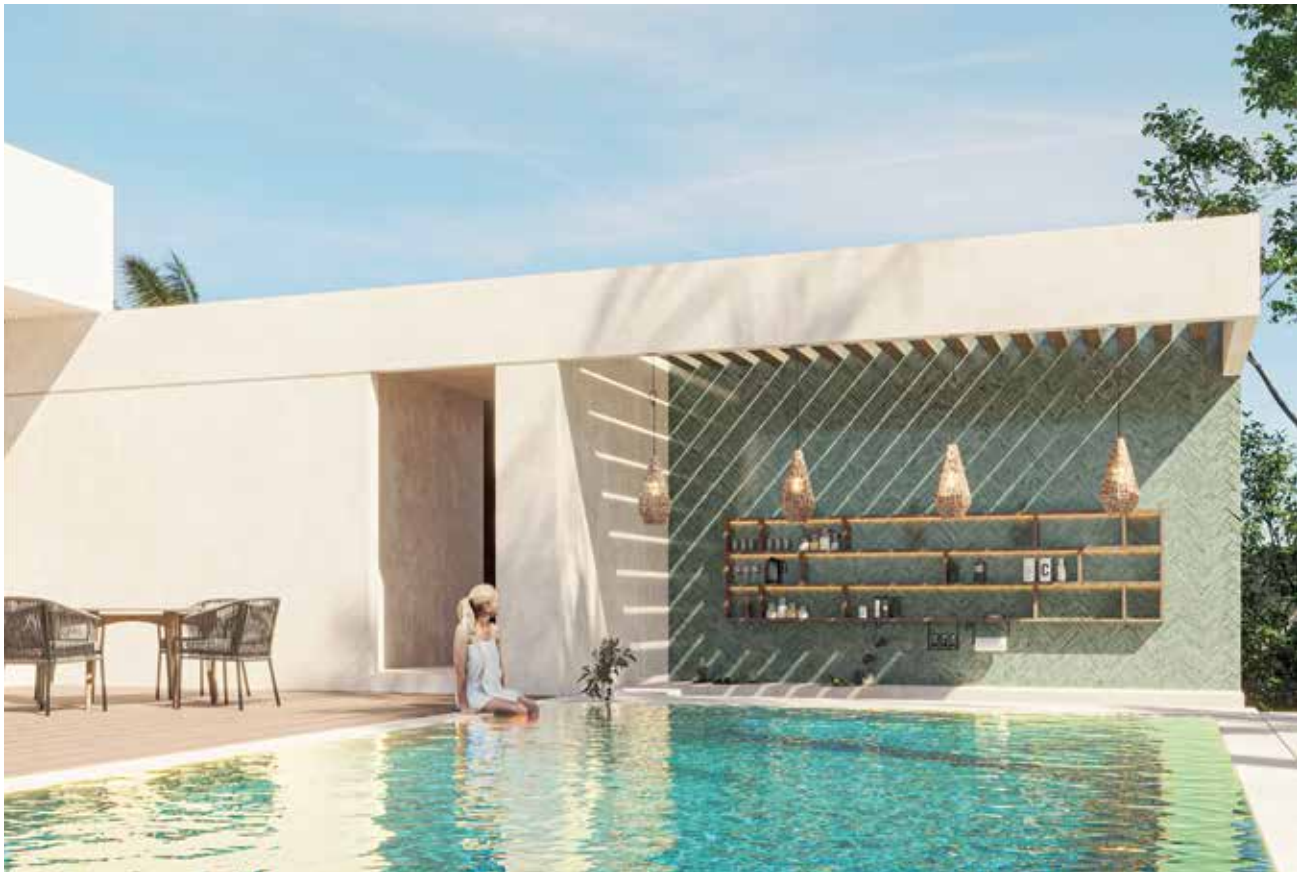
Actualmente, Coraletta - Wave House está abierto para uso de los residentes que están esperando la entrega de su lote; mientras que Rettiro se inaugurará en 2026 y los inversionistas podrán recibir dos noches gratuitas.

El mejor momento para invertir en Gran Telchac

Uno de los principales objetivos de Grupo GEA es proporcionar un patrimonio cerca de la playa, con instalaciones y amenidades de lujo, a través de un crédito directo, sin comisiones una vez que se estipule el financiamiento y mensualidad fijas, con plazos de hasta 15 años.

Gran Telchac cuenta con diferentes tipos de lotes, como el regular desde los 160 metros cuadrados (m2), el lote casa club desde 200 m2 o lotes en esquina o junto a áreas verdes. Sin importar la elección, el inversionista dispondrá de acceso principal con vigilancia 24/7 y caseta en cada privada; parques temáticos y zonas con paisajismo; pavimentación y circulación vial; servicio de energía eléctrica, alumbrado público y agua potable a pie de lote e incluso instalación de drenaje pluvial.

"En el mundo inmobiliario se dice que la preventa es el precio cero de un desarrollo, porque de aquí en adelante, lo único que va a suceder es que el precio va a subir y no va a volver a bajar jamás", destaca el equipo de Grupo GEA.



¿Qué facilidades para invertir ofrece Grupo GEA?

Grupo GEA ofrece diferentes facilidades para acceder a Gran Telchac, con planes a la medida, enganches desde el 10% y mensualidades desde 1 hasta 15 años. “Si el precio de la mensualidad queda elevado para el cliente en el plazo que eligió, podemos hacer un plan de anualidades para que pueda tener mensualidades más accesibles”, afirma Emmanuel Hernández.

Entre las ventajas a destacar es que Grupo GEA ofrece trato directo con los inversionistas, es decir, otorga financiamiento propio, permitiendo llegar a mejores acuerdos con el cliente, no cobrar recargos, intereses y penalizaciones. Esto permite que el precio pactado no tenga cambios, ni dependa de la cotización del dólar o de algún otro factor externo, por lo que siempre se va a pagar el mismo día del mes, la misma cantidad, hasta que se termine de pagar el lote y se pueda escriturar.

“El objetivo es que las personas se sientan seguras de invertir, gracias a toda la certeza jurídica que Grupo GEA les ofrece, que estén contentos y se vuelven nuestros clientes y familia, que nos recomienden y quieran adquirir otros lotes a futuro en nuestros próximos desarrollos. Nuestro principal interés es hacer posible el sueño de invertir en Yucatán y que la gente se de cuenta que aquí sabemos hacer negocios inmobiliarios”.

Grupo GEA cuenta con promociones diferentes y atractivas todos los meses, para que los interesados se puedan llevar un plus de beneficios adicionales con mejores precios. Se recomienda estar atentos de las redes sociales de Gran Telchac, donde comunican promociones y eventos, o llamar gratuitamente al *432 (GEA) para realizar un plan a la medida junto a un asesor.

GRAN TELCHAC

grantelchac

Gran Telchac
- Residencial de Playa

SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN SE REVOLUCIONA CON LA AYUDA DE LCI MÉXICO

La eficiencia y productividad de los trabajadores en la construcción ha disminuido, inclusive algunos proyectos están por encima de su presupuesto y/o se entregan tarde; para dar respuesta a la insatisfacción de los clientes y a la cadena de suministro está el Instituto Mexicano de Lean Construction (LCI).

Un organismo sin fines de lucro que opera como catalizador para transformar la industria a través de la entrega de proyectos Lean, utilizando un método de gestión uniforme centrado en un lenguaje común, principios fundamentales y prácticas básicas.

Los proyectos en los que se implementa Lean Construction tiene grandes beneficios, ya que todas las áreas están involucradas en mejorar su productividad y satisfacer al cliente final, por ejemplo, certeza en su ejecución y comunicación.

"La cultura de la metodología Lean Construction ayuda a que el trabajo y la cadena de valor sea más eficiente y por ende los compromisos que se van adquiriendo durante el proyecto sean reales y honestos", comenta Mauricio Rodríguez Hernández, fundador.

El Instituto tiene tres objetivos principales para generar un mayor índice de productividad en la industria, a través de los diferentes medios de difusión, capacitación y desarrollo de su filosofía:

- Generar y compartir conocimiento de la filosofía Lean Construction.
- Promover la aplicación de Lean en la industria de la construcción en México.
- Orientar las aptitudes académicas necesarias para entrar en la industria.

"Lean Construction se enfoca en el respeto por las personas y en sus principios que buscan reducir el desperdicio, no solo son los sobrantes de material, sino todo lo que impacta en una cadena de valor, es decir, quitar aquellos que nos hacen improductivos", menciona Luis Rey Infante, fundador.

Todas estas convicciones del instituto, mejora continua, conocimiento del cliente, transformación cultural, colaboración y transparencia, son el gran diferenciador del Instituto Mexicano de Lean Construction en México.

"Cuando empiezas a gestionar todo aquel valor que le aporta al cliente, es un cambio de mentalidad, la cual es una implementación cultural radicalmente diferente de cómo opera típicamente la industria de la construcción", destaca Norman Leonardo Navarro, fundador.

Asimismo, los fundadores de Lean en México resaltan que en la República y otras naciones de Latinoamérica existe un talento de personal que ejecutan los proyectos sin contar con las herramientas o maquinaria especializada existente en otros países, por lo que el instituto se encarga de promover esas prácticas de valor con el objetivo de hacer más rentable un proyecto en un ambiente ganar-ganar para todo los involucrados.

"Otras metodologías o instituciones buscan solucionar o dar herramientas para problemas técnicos, si bien la metodología de Lean Construction tiene propuestas para eso, su fundamento es la creación de cultura sobre la relación entre personas que generan valor", asegura César Valdez, director del Comité Directivo Nacional.

Servicios de LCI México

En México, Lean Construction ha desarrollado tres propuestas de valor para la industria de la construcción: Kobah, Certificación EGL y Congresos CLIC.

Desde 2019 el Instituto celebra su Congreso CLIC, evento más importante del sector en habla hispana, y en 2024 llevarán a cabo su sexta edición los días 6, 7 y 8 de noviembre en Los Cabos, donde se darán cita talleristas y speakers de talla internacional.

"Durante tres días, los asistentes se capacitan con la información proporcionada por los ponentes, por lo que el evento permite compartir información actualizada; ahí mismo se hace la entrega de los premios Kobah".

Asimismo, está la Certificación EGL con una vigencia de tres años, dirigida a los colaboradores como especialistas en gestión Lean, y la cual tiene reconocimiento internacional. Ayuda a los profesionistas a aumentar su nivel curricular y agregar valor a los proyectos.

Mientras que Kobah es el premio a la excelencia Lean Construction que se otorga a empresas y profesionistas que demuestran realizar la mejor implementación de la metodología Lean y, por lo tanto, merecen ser reconocidos como punta de lanza o referente a nivel nacional.

Retos del sector de la construcción

Los directivos destacan que el instituto es para aquellas personas que quieren romper el paradigma sobre la forma en la que se ejecutan los proyectos, ya que Lean Construction ofrece una recompensa importante en productividad y eficiencia, puesto que refuerza las habilidades de las personas que están tomando la ejecución del proyecto.

"Una correcta implementación de Lean Construction, hace que no sea un gasto sino una inversión para el proyecto y para toda la empresa; si implementas de forma correcta la metodología, el equipo de trabajo tendrá otra mentalidad con más rendimiento, lo que beneficia a la compañía", finaliza Elisa López Hernández, fundadora.

exni Expo Negocios Inmobiliarios

30 y 31 de **octubre 2024**
Hotel **Camino Real** Polanco

Sé parte de Exni

Como Patrocinador
Adquiere un Stand
Contrata un taller

informes: comercial@inmobiliare.com

exni.mx *+52 5555 147914*

TORRE LEGEND:
TRANSFORMANDO EL SKYLINE DE GUADALAJARA

Guadalajara, Jalisco, la segunda ciudad más grande de México, ha experimentado un crecimiento importante en las últimas décadas, consolidándose como un polo de desarrollo económico, cultural y tecnológico en el país. Muestra de su expansión, son las nuevas construcciones que reflejan el dinamismo de una metrópoli en constante evolución.

En este contexto de modernización y exclusividad, Distrito Andares en Zapopan, se ha posicionado como un destino de desarrollo urbano e inversión, con una amplia oferta de centros comerciales, oficinas y residencias de alta gama. Escenario en el que surge Torre Legend, un proyecto de usos mixtos que busca ser un símbolo de la ciudad.

Torre Legend, un proyecto de usos mixtos que busca ser un símbolo de Guadalajara.

Con una altura de 190 metros y más de 110,000 metros cuadrados distribuidos en 52 niveles, Legend albergará residencias de lujo, un hotel Canopy by Hilton, tiendas boutique y oficinas, ofreciendo una experiencia integral en un solo lugar.

Legend contará con 7,500 m² de espacio para oficinas, 190 habitaciones de hotel y 204 unidades residenciales

Desarrollada por Trust Capital y comercializada por Inverti, el rascacielos cuenta con un extenso equipo internacional compuesto por arquitectos y diseñadores de renombre, dirigido por la firma estadounidense de arquitectura e ingeniería Skidmore, Owings & Merrill (SOM), en colaboración con Estudio AMA, firma que actúa como arquitecto local y encargado del diseño de interiores residenciales.

De acuerdo con Andrés Muñoz Alarcón de Estudio AMA, la torre representa un esfuerzo conjunto para crear un espacio que reinterprete las tradiciones y materiales regionales en un contexto de vanguardia. Razón por la que se incorporan elementos de la cultura y artesanía local, así como un color terracota en toda su estructura, mismo que evoca la tonalidad de la tierra.

Legend incorpora elementos de la cultura y artesanía local, así como un color terracota en toda su estructura.

"La arquitectura contemporánea mexicana fue un eje rector para el diseño. Queríamos que fuera diferente, inspirado en la tierra del tequila; y diferente a lo que normalmente vemos de arquitecturas negras y blancas", detalla en entrevista para Inmobiliare.

Un espacio para vivir y trabajar

El diseño integra la vida interior y exterior en su totalidad, ofreciendo un vibrante espacio comercial con vegetación en la planta baja, 7,500 metros cuadrados de espacio para oficinas, 190 habitaciones de hotel y 204 unidades residenciales, así como nueve elevadores, de los cuales cinco corresponden a las residencias, tres para oficinas y uno para el centro comercial.

Sin embargo, el lobby para los residentes es totalmente privado con acceso exclusivo y directo a cada una de las unidades que van desde el piso 17 al 52. "Ofrece una experiencia mucho más exclusiva. En el caso de las oficinas, su recepción está del lado opuesto y los elevadores son del nivel 9 al 16; mientras que la parte hotelera está totalmente independiente, en el otro edificio más horizontal de ocho pisos".

Asimismo, los propietarios podrán disfrutar de tres niveles de amenidades, entre las que destacan una alberca, jacuzzi, carril de nado, cabinas para masajes, ludoteca, salón para jóvenes, un gimnasio completo de alrededor de 300 metros cuadrados, coworking, salón para adultos y otro de usos múltiples. Además de asadores y salas de lectura en el piso 52.

"Los residentes también tendrán acceso a las instalaciones del Hotel Hilton, room service directamente a sus departamentos y una tarjeta de descuento como propietario de Legend para los restaurantes del Hilton", detalla Ignacio Ramírez, CEO y fundador de Inverti en entrevista para Inmobiliare.

Innovación y sostenibilidad, claves en el diseño de Legend

Uno de los aspectos más destacados de Legend es su compromiso con la sostenibili-

dad y la eficiencia energética, por lo que su diseño incorpora estrategias para reducir el consumo de energía, maximizar la entrada de luz natural y minimizar el efecto de deslumbramiento.

El director y socio fundador de Estudio AMA, explica que los elementos verticales (parasoles) que forman parte de la fachada tienen por objetivo proporcionar mayor sombra a los espacios interiores sin perder las vistas hacia el exterior. Asimismo, cuenta con una planta de tratamiento y sistemas para reutilizar el agua.

Legend también incluye áreas comunes y de wellness ubicadas en las terrazas intermedias y en las azoteas, mismas que están diseñadas para fomentar un estilo de vida equilibrado y saludable ofreciendo espacios verdes y abiertos para que los residentes puedan relajarse y disfrutar de vistas panorámicas de la ciudad.

Cada unidad residencial ha sido diseñada para maximizar las vistas y la luz natural. Están equipadas con puertas de vidrio corredizas de piso a techo que dan acceso a los balcones y terrazas exteriores privadas. Por su parte, el 80% de los acabados y mobiliario del hotel son materiales locales, lo que genera un menor impacto en la huella de carbono. “El vidrio es doble y eficiente, con características técnicas de ingeniería que buscan minimizar el consumo de aires acondicionados y logran minimizar el calor”.

Torre Legend 2024-2029

De acuerdo con Ignacio Ramírez, los trabajos de construcción de Legend iniciaron el pasado mes de mayo con la excavación de lo que serán los primeros dos sótanos de ocho, por lo que se prevé la finalización y entrega de Legend en 2029. Con departamentos desde 65 metros cuadrados con valor de 9.5 millones de pesos y propiedades de hasta 25 millones.

Si bien las obras iniciaron hace algunos meses, el proyecto ya registra más del 45% de unidades vendidas, únicamente en fase de Friends and Family. “Iniciamos en febrero la venta y a partir de agosto saldremos ya con venta al público. Aún tenemos cinco años para terminar la obra”.

Finalmente, el CEO y fundador de Inverti menciona que el plan para este 2024 es finalizar el año con el 55% vendido, con un promedio de tres departamentos mensuales.

REAL RETAIL PODCAST

Canal encabezado por Carlos Pulido y Juanjo Villora, quienes muestran el retail de una forma verdadera y cercana, enfocándose en lo que realmente sucede en los puntos de venta físicos. Dejando atrás el típico formato de podcast de CEO's para enfocarse en la venta real.

WEB

CREADORES DE CONTENIDO SOBRE RETAIL

JORGE BRANGER

Es creador de contenido especialmente en LinkedIn, donde cuenta con 240 mil seguidores a quienes mantiene al día de las mejores y más sorprendentes campañas de marketing y publicidad que circulan por cualquier medio.

LOS DIOSES DEL MARKETING

Podcast en el que se abordan estrategias de marketing online y offline para empresas, emprendedores y empresarios.

CULTURA COMERCIAL

El canal tiene el propósito de enseñar y entregar herramientas a las personas que viven día a día la adrenalina de las ventas. Encontrarás videos para dar respuesta a la pregunta ¿Cómo vender más? y ¿Cómo vender mejor?

EL CLUB DEL RETAIL

Comunidad que ofrece las noticias más relevantes de la industria retail. En Spotify, Substack y YT.

ELITE LAST MILE

TRANSFORMANDO EL MERCADO DE PARQUES INDUSTRIALES DE ÚLTIMA MILLA EN MÉXICO

En tan solo 4.5 años, Elite Last Mile Industrial Parks se ha consolidado como la desarrolladora de parques industriales de última milla más importantes de Jalisco. Su éxito, es el resultado de la experiencia acumulada de sus fundadores: Luis Adolfo Montes de Oca y Sergio Andrés O'Farrill; así como de la implementación de una estrategia única en el segmento industrial.

Montes de Oca detalla que desde 2019 el objetivo fue claro: enfocarse en las deficiencias y necesidades de un mercado que estaba creciendo y buscaba cada vez más espacios en un tiempo menor de entrega. Sin embargo, ambos fundadores centraban su experiencia en el segmento de vivienda de interés social, por lo que ya contaban con una estrategia funcional, pero nunca antes utilizada en el desarrollo de parques industriales.

> Elite Last Mile Industrial Parks estableció un modelo de desarrollo que se convertiría en su principal diferenciador competitivo.

"Implementamos un esquema de organización y edificación simultánea que en los fraccionamientos es básico e indispensable ya que los márgenes son muy reducidos. En el modelo de parques industriales es todo lo contrario, se hacía una organización por separado y hasta que terminan, entonces le entregan al cliente sus lotes", explica Luis Adolfo Montes de Oca en entrevista para Inmobiliare.

Dicho esquema es lo que permitió a Elite Last Mile Industrial Parks establecer un modelo de desarrollo que se convertiría en su principal diferenciador competitivo, además de destacarse por su enfoque en la eficiencia, seguridad y ubicación estratégica.

"Gracias a ese modelo, hoy somos líderes en velocidad de entrega, ya que nuestros clientes pueden comenzar a edificar sus naves en el cuarto mes de la urbanización y terminar en el noveno o décimo mes del ejercicio de obra. Lo que vimos fue una oportunidad en el sector industrial, ya que tiene una necesidad voraz de que le entregues lo antes posible".

En esta misma línea, Montes de Oca enfatiza que desde su fundación Elite Last Mile Industrial Parks ha operado bajo los principios de Cumplimiento, Confianza, Compromiso y Certeza Jurídica, conocidos como las "cuatro C". Valores que han sido fundamentales para el crecimiento de la compañía y para garantizar la satisfacción de sus clientes.

"En Elite, el tiempo sí importa, porque sabemos que el tiempo es dinero. Este enfoque en la puntualidad y la precisión ha sido clave para diferenciarnos en un mercado donde los retrasos y la falta de certeza jurídica pueden ser costosos".

Asimismo, detalla que se han asegurado de implementar procesos que aseguran no solo la rápida entrega de sus parques, sino también la tranquilidad de sus clientes al cumplir con todos los aspectos legales y contractuales de sus desarrollos. Permitiendo a la empresa, mantener una relación sólida y confiable con sus clientes e inversionistas.

"El mismo cliente nos ha validado el producto y eso es muy importante para nosotros, saber que tenemos su respaldo y somos referente para ellos. En nuestros parques hay compañías alemanas, argentinas, españolas, chinas, estadounidenses, entre muchas más".

Soluciones de Elite Last Mile Industrial Parks

El auge del nearshoring y el crecimiento del comercio electrónico continúan generando un aumento en la demanda de espacios industriales en México, particularmente aquellos que facilitan la logística de última milla, por lo que Elite Last Mile Industrial Parks ofrece soluciones que no solo cumplen con las expectativas de rapidez y eficiencia, sino que también se alinean con los más altos estándares internacionales seguridad.

Los parques de Elite están diseñados para satisfacer las necesidades específicas del sector logístico y de distribución, con características que incluyen alta conectividad, estándares avanzados de seguridad y un equipamiento que responde a las exigencias de la última milla, convirtiéndose en un aliado clave para las empresas que buscan optimizar su cadena de suministro.

Montes de Oca destaca que el concepto de última milla es universal y tiene características muy específicas. “Son espacios menores, por lo mismo necesitamos estándares de seguridad más altos. Necesitas un buen sistema contra incendios, de seguridad, cercos eléctricos, cámaras infrarrojas, reconocimiento facial, etcétera. No hay que olvidar que se trata de los valores más altos del inventario”.

Luis Adolfo Montes de Oca
Socio y fundador de Elite Last Mile Industrial Parks

Sergio Andrés O'Farrill
Socio y fundador de Elite Last Mile Industrial Parks

Planes de expansión y proyección futura

Actualmente, Elite Last Mile Industrial Parks cuenta con 21 propiedades ubicadas en el área metropolitana de Guadalajara, estableciendo una sólida presencia en los municipios de Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Tlajomulco y El Salto, con casi un millón de metros cuadrados desarrollados.

Para continuar con sus planes de crecimiento, la compañía busca expandir su presencia en otras ciudades del país como Monterrey, NL, Puerto Vallarta, Jalisco y La Paz, Baja California Sur.

"La oportunidad no es exclusiva de Jalisco. En Monterrey, por ejemplo, sabemos que podemos tener una experiencia muy similar a la que hemos tenido en Guadalajara. Seguiremos buscando ubicaciones estratégicas y con los mismos procesos en términos de velocidad, equipamiento y servicios que nos permitan entrar al mercado con el pie derecho", finaliza Luis Adolfo Montes de Oca, socio y fundador de Elite Last Mile Industrial Parks.

El Acrisure Stadium, en Pittsburgh, Pensilvania; la casa oficial de los Pittsburgh Steelers cuenta con vidrio Solarban® 60 de vitro vidrio arquitectónico

VITRO

SE CONVIERTE EN EL PRIMER SOCIO COMERCIAL DE LOS **PITTSBURGH STEELERS** EN MÉXICO

El líder en fabricación de vidrio en América del Norte, Vitro Vidrio Arquitectónico, ha revelado con entusiasmo su nuevo partnership con los Pittsburgh Steelers, equipo que cuenta con seis títulos de Super Bowl y es una de las franquicias más icónicas y exitosas de la National Football League (NFL).

Adrián Sada, director general ejecutivo de vitro.

Ryan Huzjak, vicepresidente de Ventas y Marketing de los Steelers y Adrián Sada, Director General Ejecutivo de Vitro

Esta colaboración histórica convierte a Vitro en el primer socio comercial de los Pittsburgh Steelers en México dentro del Programa de Mercados Globales de la NFL, celebrando una conexión que promete transformar la experiencia de los fanáticos y fortalecer la presencia de la marca en un mercado vibrante.

Con más de 8 millones de aficionados en México, los Steelers tienen la segunda mayor base de seguidores en el país entre todos los equipos de la NFL. Este fervoroso apoyo destaca la importancia de la alianza, la cual busca profundizar el vínculo con los fanáticos y subrayar el compromiso de Vitro con la innovación y la excelencia. Vitro cuenta con sede en Monterrey, México, posicionado como el fabricante de vidrio más grande del hemisferio occidental y sus soluciones innovadoras en vidrio se enfocan en otorgar confort, desempeño, ahorros económicos y sustentabilidad a través de diversas industrias donde participa.

"Fue un placer reunirnos con nuestros nuevos aliados y hacerlo en Pittsburgh, una ciudad que juega un papel clave en la historia de Vitro. Como líderes en la industria del vidrio, estamos encantados de colaborar con un equipo tan ganador e icónico en su deporte, y continuar colaborando en estrategias para socializar los beneficios del vidrio, así como del deporte en las comunidades", dijo Adrián Sada, CEO de Vitro.

Por su parte, Ryan Huzjak, vicepresidente de Ventas y Marketing de los Steelers, expresó: "fue una tarde emocionante en Pittsburgh, cuando le dimos la bienvenida a Vitro a la familia Steelers. Estamos entusiasmados de asociarnos con Vitro e interactuar con nuestros fans en el oeste de Pensilvania y México. Nuestros fanáticos no solo verán la marca de Vitro dentro del Estadio Acrisure este año, esta alianza también realzará nuestros eventos oficiales en México", mencionó.

Vitro presentará la marca de los Steelers en diversos eventos comerciales y corporativos, consolidando aún más su presencia en el mercado mexicano.

Para conmemorar esta asociación histórica entre ambas organizaciones líderes en su industria, Vitro y los Steelers celebraron su propia versión del intercambio de camisetas de la NFL. En esta ocasión, el Director General Ejecutivo de Vitro, Adrián Sada, recibió un uniforme personalizado de los Steelers, a su vez, entregó a Ryan Huzjak, Vice-Presidente de Mercadotecnia y Ventas, una réplica en vidrio del Trofeo Vince Lombardi.

Cabe destacar que el oeste de Pensilvania, conocido por su rica historia en la fabricación de vidrio y acero, ofrece el telón de fondo perfecto para esta unión. Vitro tiene una presencia significativa en Pittsburgh, donde opera un centro de investigación y desarrollo de renombre mundial. Este vínculo histórico refuerza el espíritu compartido de ambas organizaciones hacia la innovación y la mejora continua.

Ve el video completo en nuestro canal de YouTube:
https://youtu.be/6jGDyOjkwfM?si=Z69nZYF3W59NNO

Fernando Diez, vice-presidente de mercadotecnia. Ricardo Maiz, presidente de vitro arquitectónico y Adrián Sada, director general ejecutivo de vitro.

REB+

SUMMIT

GUADALAJARA
12 SEP 2024

HILTON GUADALAJARA MIDTOWN

Adquiere tu boleto

www.rebs.mx

INMOBILIARE LATAM | 25 AÑOS

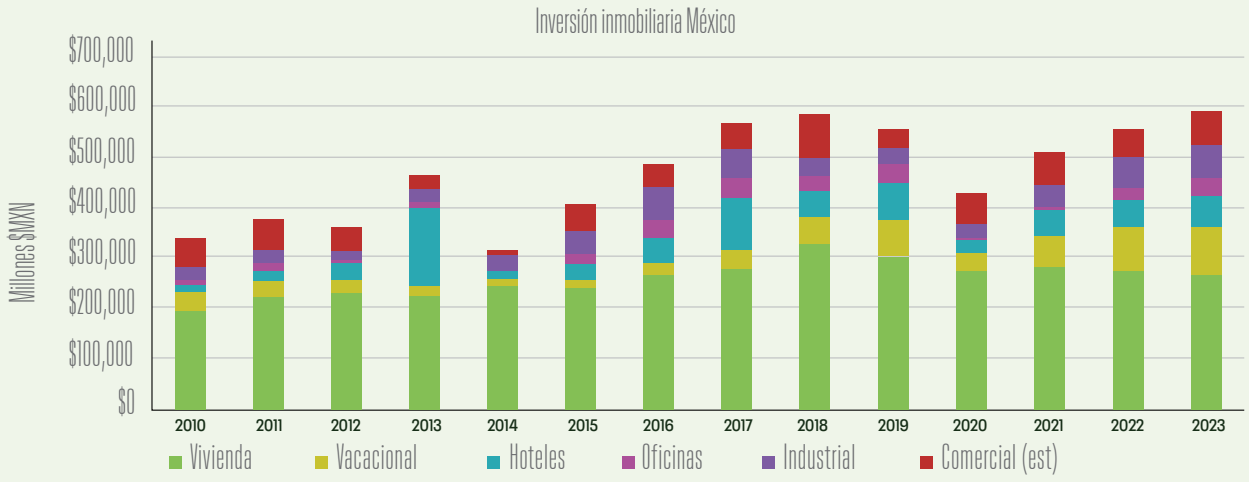
+52 5555-147914

PANORAMA INDUSTRIAL DE LOS PRINCIPALES MERCADOS DE MÉXICO

POR: SOFTEC

El sector industrial mantiene su crecimiento en el país, propiciado por la atracción de inversiones, principalmente en Tijuana y Monterrey.

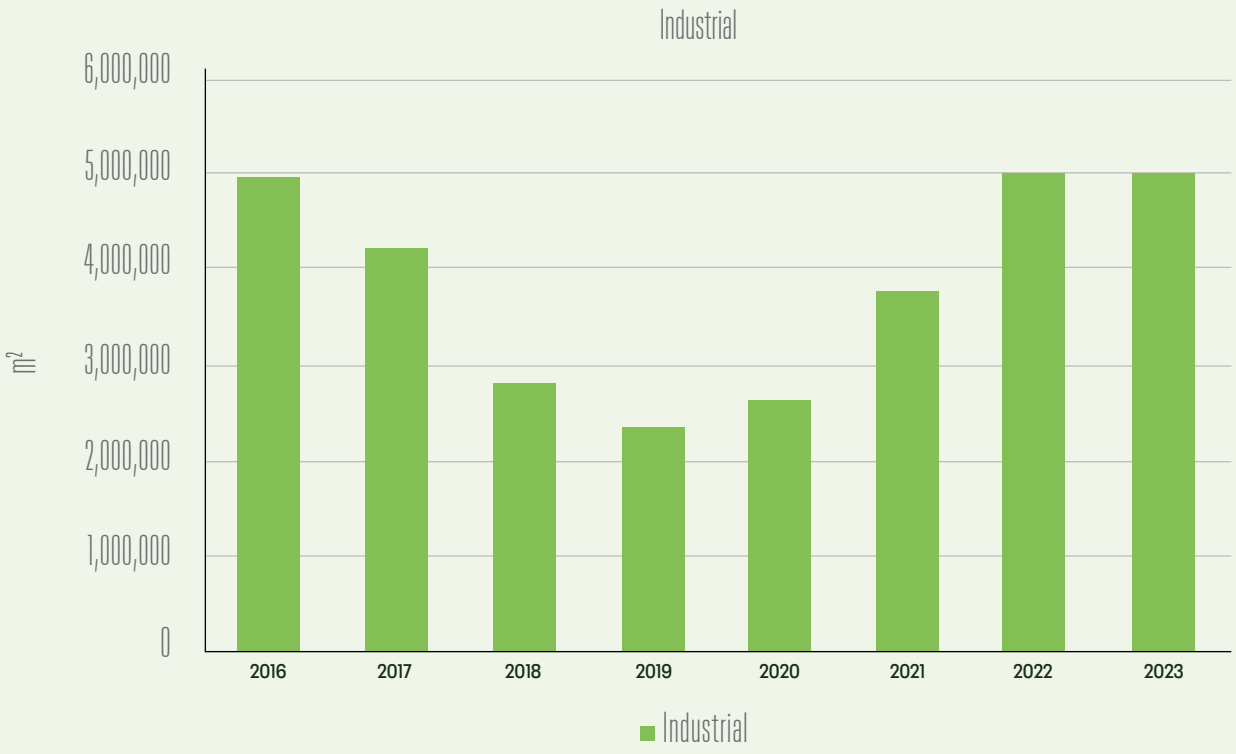
El año 2020 representó una caída de la inversión inmobiliaria en México como consecuencia del coronavirus SARS-CoV-2 (Covid-19), sin embargo, a partir del 2021 ha existido una evolución favorable de la mayoría de los giros evaluados, especialmente el industrial y de vivienda vacacional. Se estima que durante el 2024 se cuente con niveles vistos en el 2018, destacando la recuperación y crecimiento del giro industrial.



Fuente: Reporte Inmobiliario Softec 2023.

En términos industriales, las desventajas que mostró la pandemia al contener insumos y productos en mercados distantes, generó nuevas estrategias y relocalización de fuentes de producción y distribución, donde México ha fortalecido su ubicación estratégica en el mercado regional.

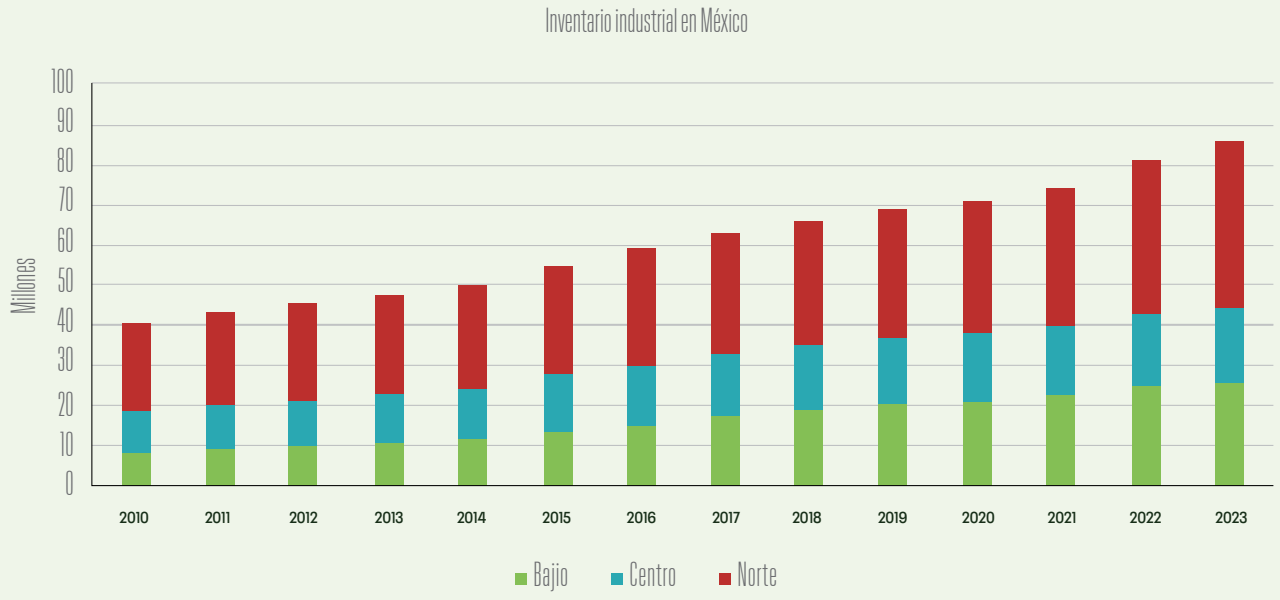
El sector industrial mantiene su crecimiento en el país, propiciado por la atracción de inversiones, principalmente en Tijuana y Monterrey. Durante el 2023 terminó el con un crecimiento que oscilaría los 5 millones de m², derivado de mayores inversiones industriales dentro del país y se estima que el año 2024 sea más positivo.



Fuente: Reporte Inmobiliario Softec 2023.

El panorama a futuro luce atractivo para la economía mexicana, en la segunda semana de febrero de 2024, se hizo oficial por parte del gobierno de Estados Unidos que durante el año 2023, México fue el principal socio comercial desplazando a China, que muestra una caída gradual. Lo anterior, es una ventana de oportunidad para diversas regiones de México con potencial industrial.

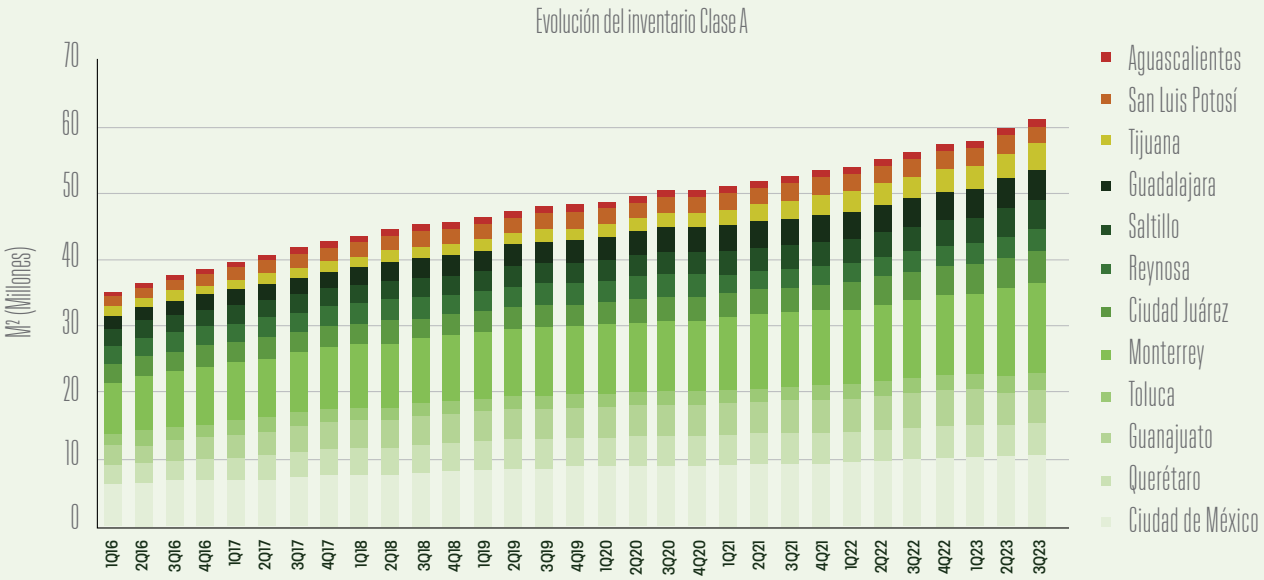
Al concluir el 2023, se contabilizó un inventario industrial de 86,490,249 m², de los cuales el 48.3% se concentra en la región norte del país, que comprende ciudades como: Monterrey, Ciudad Juárez, Reynosa, Saltillo y Tijuana. Durante el período entre 2020 y 2023, el inventario total experimentó un incremento con una tasa de crecimiento del 6.6 por ciento. Destaca la región del Norte como la más dinámica en este aspecto, al haber incorporado un estimado de 3.5 millones de metros cuadrados en el último año.



Fuente: Reporte Inmobiliario Softec 2023.

Durante el tercer trimestre del 2023 el inventario total clase A alcanzó 61,167,618 m², lo cual representa un crecimiento respecto al mismo trimestre del 2022 del 8.6%. Las ciudades del Norte, en especial las fronterizas de Tijuana y Cd. Juárez registraron variaciones del 19.4% y 15.9% respecto al mismo periodo del 2022, siendo los crecimiento relativos más altos en las principales ciudades industriales, mientras que Monterrey creció más de 1.6 millones de m², ubicándose como el mercado con el mayor crecimiento absoluto.

El 2023 marcó un período de recuperación y consolidación del inventario industrial, al registrar un total de 5.20 millones de m².



El año 2023 marcó un período de recuperación y consolidación del inventario industrial, al registrar un total de 5.20 millones de m², ubicándose por debajo del volumen acumulado durante el año 2016, el cual alcanzó los 5.4 millones de m². En una comparación anual, únicamente cuatro ciudades reportaron una absorción neta positiva, destacando Monterrey y Guanajuato con 138,147 m² y 101,961 m², respectivamente.

El mercado de inmuebles Clase A con menor porcentaje de desocupación son las siguientes ciudades: Saltillo, con un índice del 0.7%; Ciudad de México, con un 0.9%; y Monterrey, con un 1.2%. En cuanto a los precios promedio por metro cuadrado, oscilan entre USD$4.72 y USD$8.79.

Es relevante señalar que la Ciudad de México destaca como el mercado con los precios promedio más elevados, alcanzando los USD$8.79 por metro cuadrado. Por otro lado, Guanajuato se posiciona como el tercer mercado con mayor inventario, registrando los precios promedio más bajos.

Mercado	Inventario	Desocupación	Precio US/m²
Aguascalientes	1,138,000 m²	2.30%	USD $5.30
Toluca	2,351,513 m²	1.76%	USD $6.27
San Luis Potosí	2,625,022 m²	2.85%	USD $5.20
Reynosa	3,360,000 m²	3.94%	USD $6.78
Tijuana	4,067,442 m²	5.20%	USD $7.86
Saltillo	4,390,000 m²	0.68%	USD $5.57
Guadalajara	4,650,000 m²	3.56%	USD $6.38
Querétaro	4,800,000 m²	5.24%	USD $5.30
Ciudad Juárez	4,994,261 m²	3.70%	USD $6.14
Guanajuato	5,100,000 m²	4.24%	USD $4.72
Ciudad de Mexico	10,850,000 m²	0.93%	USD 8.79
Monterrey	14,300,000 m²	1.24%	USD $6.47

Los precios promedio en bodegas en renta Clase A, aumentaron en el último año en 16.9%, cerrando el 2023 con un promedio de USD$6.23 por m². El mercado del Bajío es la región con los precios más bajos, sin embargo, durante el último año aumentaron en poco más de un dólar por m² (4Q22, USD$4.36 – 4Q23, USD$5.38). La región Centro obtuvo un crecimiento anual en los precios promedios del 25.4%, la CDMX y Toluca registraron precios de USD$8.79 y USD$6.27, respectivamente. El mercado del Norte tuvo un crecimiento anual del 8.8% en los precios promedio por m², el mínimo es de USD$5.57 (Saltillo) mientras que el máximo es de USD$7.86 y corresponde a la ciudad de Tijuana.

En resumen, al concluir el 2023, se observó un registro de aproximadamente 86,490,249 metros cuadrados (m²) en el mercado industrial de México, reflejando un aumento del 6% en comparación con el año anterior. De este total, el 72.4% corresponde a inmuebles de clase A, y se incorporaron 5.2 millones de m² durante el transcurso del año. La región del Norte destaca por concentrar el 49.7% del inventario de clase A.

En el cuarto trimestre del 2023, la absorción de la clase A alcanzó los 1,374,759 m², presentando un decremento del -1.8% en comparación con el año precedente. El precio promedio por metro cuadrado se sitúa en USD$6.23 a nivel general, mientras que en la región Centro se registran los precios promedio más elevados, alcanzando los USD$7.53 por m². Durante los últimos dos años, y especialmente durante el 2023, se ha observado un incremento y consolidación del inventario de inmuebles industriales, tanto en términos generales como en la categoría de clase A. Cabe destacar el significativo crecimiento del inventario en los mercados del Norte, principalmente en Monterrey.

La Ciudad de México destaca como el mercado con los precios promedio más elevados, alcanzando los USD$8.79 por metro cuadrado.

Mérida un mercado emergente en proceso de consolidación

La pandemia transformó el desarrollo inmobiliario nacional donde el giro industrial mostró una recuperación destacada, de igual forma, generó crecimiento en mercados pequeños o en proceso de consolidación, donde destaca a nivel sureste del país la Zona Metropolitana de Mérida.

Previo a la pandemia, a principios del año 2020 el mercado industrial de la Zona Metropolitana de Mérida mostraba una tendencia de 10 parques industriales en comercialización. A principios del 2024 la ciudad registra 26 parques industriales en oferta, con precios por m² en bodegas en renta en USD$5 por m² y venta de tierra en parques industriales en USD$88 por m². Lo anterior es un crecimiento sin precedentes que articula tanto la distribución de bienes y servicios como industria de transformación en una ciudad en expansión.

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

ZENDESK

Un software de servicio de atención al cliente con herramientas para crear y resolver los tickets de soporte y hacer el seguimiento del rendimiento del servicio de atención al cliente con una amplia gama de indicadores clave.

TECNOLOGÍA

PLATAFORMAS PARA DETONAR UN NEGOCIO E-COMMERCE

GOOGLE MERCHANT CENTER

Herramienta gratuita que ayuda a millones de compradores que están en Google a descubrir, explorar y comprar productos. Permite cargar datos que se utilizan para generar anuncios de compra personalizados en Google.

URBECOM

Opción para crear de forma rápida y sencilla una tienda online, dando soporte, herramientas y ofreciendo diferentes diseños web. Se adapta tanto a personas que comienzan un negocio en la red como a personas que tienen una trayectoria en ella.

APLICACIONES BLUETOOTH LOW ENERGY (BEACON NETWORKS)

Permiten a minoristas y marcas saber dónde se encuentra su cliente dentro de su tienda física y darle una experiencia personalizada. Además, ofrece la recopilación de datos sobre su comportamiento, lo que permite la eficacia en la comercialización de diversos productos.

LENGOW

Plataforma que ofrece una amplia variedad de servicios útiles para extender el catálogo más allá de la propia eCommerce. Es capaz de insertarse en portales como Zalando, ebay, o Amazon.

SECTOR INMOBILIARIO SE VE BENEFICIADO POR LA DEMANDA DE ESPACIOS DE LA INDUSTRIA RETAIL

POR JOSEFINA MOISÉS, DIRECTORA GENERAL DE AMEFIBRA

*Por cada **1,000 millones de dólares** de crecimiento en e-commerce se requieren, al menos, **90,000 metros cuadrados de piso industrial***

La industria de retail, también conocida como comercio minorista, se refiere a todas las actividades relacionadas con la venta de bienes y servicios directamente a los consumidores finales. Es un sector fundamental en la economía global, que abarca desde pequeñas tiendas locales hasta grandes cadenas multinacionales.

Mucho se ha hablado de los beneficios del nearshoring para el crecimiento del inventario de parques industriales en México; sin embargo, existe otra tendencia que ha sido un catalizador del sector: el comercio electrónico o e-commerce.

La compra y venta de productos en línea fue una práctica que se volvió parte de la vida cotidiana durante y después de la pandemia, lo que aumentó la necesidad de puntos logísticos, de almacenamiento y distribución.

De acuerdo con datos de la consultora inmobiliaria CBRE, por cada **1,000 millones de dólares** de crecimiento en e-commerce se requieren, al menos, **90,000 metros cuadrados de piso industrial** para sus operaciones.

Uno de los factores que ha beneficiado a los centros comerciales, es la llegada de empresas a México debido a la reconfiguración de cadenas de suministro a nivel global, un fenómeno conocido como nearshoring.

Si bien, todavía no incentiva la construcción de nuevos proyectos, sí ha motivado a la expansión de aquellos con mejor ubicación. Por ejemplo, **Fibra Shop** realizará una inversión de alrededor de **300 millones** de pesos en los siguientes tres años para cumplir con esta estrategia de crecimiento dentro de sus propios inmuebles.

De acuerdo con el **Reporte Especial de Centros Comerciales 2023 de Mac Arquitectos Consultores**, para este 2024 se proyecta la apertura de 24 nuevos establecimientos, agregando **450 mil metros cuadrados de área rentable**. Pese a que este crecimiento contrasta con el aumento demográfico y las ventas minoristas en aumento, sugiere un potencial para la expansión del mercado en diversas regiones del país. Además, se estima que para **2050**, México podría alcanzar un ratio de **30 metros cuadrados por cada 100 habitantes urbanos**, lo que requeriría la construcción de alrededor de 600 nuevos centros comerciales.

Para el sector industrial mexicano, esta transformación representa una oportunidad para adaptarse y capitalizar el crecimiento del e-commerce. La construcción y expansión de parques industriales no sólo impulsan la economía local sino que también generan empleo y contribuyen al desarrollo sostenible de la región.

La creciente demanda de espacio industrial para almacenamiento y logística ha llevado a una transformación en la medición de espacios industriales, ahora es importante considerar tanto los metros cuadrados como los metros cúbicos disponibles en un edificio. Esta adaptación refleja la importancia de la capacidad de almacenamiento vertical para satisfacer las crecientes necesidades de entrega.

La ubicación estratégica de México, su conectividad y el tamaño de su economía han contribuido significativamente al establecimiento de centros de distribución y almacenes logísticos.

Empresas líderes en comercio electrónico, como Amazon y Mercado Libre, han encontrado en México una plataforma para operaciones comerciales internacionales, impulsando la demanda de parques industriales.

En AMEFIBRA creemos que la interacción entre los retailers y los clientes por medio de distintos canales seguirá siendo clave para el consumo y el desarrollo inmobiliario de México, así como para la economía del país. Se espera que 2024 sea un año que impulse de nueva cuenta el sector y permita crear bases sólidas para el futuro.

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

LIBROS, PELÍCULAS Y SERIES

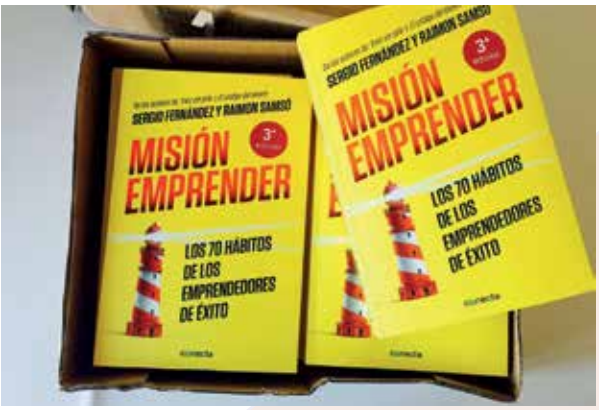
#INMOBILIARE RECOMIENDA

POR RICARDO DE JESÚS ÁNGELES
RICARDO.DEJESUS@INMOBILIARE.COM

LA TIENDA DE LOS SUEÑOS

Libro en el que se relata el ascenso de Amazon, corporación estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube. En sus páginas relata la ambición del dueño e innovación para pasar de una librería en línea a uno de los referentes del comercio minorista a nivel mundial.

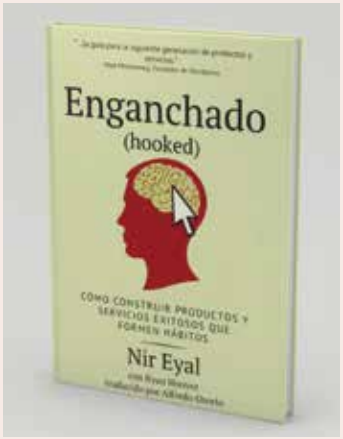
Brad Stone, editorial Anaya Multimedia, 2014



MISIÓN EMPRENDER

Desglosa 70 hábitos importantes para emprender un negocio con éxito y no caer en el intento, así como consejos entre los que destacan la actitud, mentalidad como factores clave, por encima de los conocimientos adquiridos en cualquier universidad.

Sergio Fernández y Ramón Samsó, editorial Conecta, 2017



ENGANCHADO

El libro introduce a los lectores al "modelo Hook", un proceso de cuatro pasos que utilizan las empresas para construir hábitos a sus clientes en el mundo digital. De esta manera, las personas que buscan emprender algún negocio conocen los ciclos de enganche para atraer repetidamente a los usuarios.

Nirl Eyal y Ryan Hoover, editorial Sunshine Business Development, 2020

JOY

La historia de una mujer que desde sus labores en el hogar inventó un artículo para el hogar que se volvió un éxito en ventas en televisión. A partir de ese momento, empieza a diseñar más objetos y se convierte en una dinastía a nivel empresarial llevando su negocio a diversos niveles.

Disponible en Amazon Prime

LÍDERES DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Serie documental que aborda la evolución del Digital Commerce en México durante la pandemia, comparado con otras regiones como Chile, Colombia, Argentina, Panamá, Perú, Nicaragua, entre otros países. Además, muestra los cambios con la llegada de la omnicanalidad, hábitos de consumidores, canales móviles, etcétera.

Disponible en YouTube

EVOLUCIÓN DEL RETAIL EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS 2014 - 2024

POR JORGE LIZÁN, MANAGING DIRECTOR DE LIZAN RETAIL ADVISORS (LRA)

Los últimos diez años han presenciado el surgimiento de marcas y establecimientos que aprovechan las redes sociales como su plataforma principal.

El final de la década pasada ha dejado una marca indeleble en el panorama del retail, con desafíos imprevistos dando forma a la industria. El 2020, marcado por una pandemia global y una recesión económica, preparó el escenario para un cambio drástico en el mundo del retail, caracterizado por el cierre generalizado de tiendas y la quiebra de la industria.

Es imperativo reflexionar sobre la **profunda metamorfosis que ha experimentado el negocio del retail** en la última década, impulsada por factores que van desde la pandemia de **Covid-19 hasta la atractiva influencia de la tecnología y el ascenso del comercio en línea**.

El simple acto de comprar ha sufrido una transformación radical, con la tecnología, los hábitos evolutivos del consumidor y las expectativas elevadas redefiniendo el panorama del retail.

La llegada del comercio electrónico, por ejemplo, ha presentado tanto oportunidades significativas como amenazas para los retailers, alterando el paradigma tradicional de las tiendas *high street* en favor de los canales *online*. En consecuencia, la percepción de las marcas por parte de los consumidores ha cambiado, creando un contraste marcado con su enfoque de hace una década.

Los últimos diez años han presenciado el surgimiento de marcas de venta directa al consumidor y establecimientos que aprovechan las redes sociales como su plataforma principal. Las tiendas físicas experimentaron con tecnologías innovadoras para atraer de nuevo a los compradores a los establecimientos "brick-and-mortar", aunque el éxito de estos esfuerzos varió. La incapacidad de ciertas marcas para innovar las volvió irrelevantes a los ojos del consumidor moderno, que ahora busca experiencias digitales completamente integradas y mejoradas en las tiendas físicas.

Temas críticos como la entrega y el servicio han tomado protagonismo con los consumidores demandando cada vez más un acceso fácil a los productos y opciones de entrega rápida. Los expertos predicen que la "entrega instantánea" pronto se convertirá en la norma, subrayando el paisaje en evolución de las expectativas del consumidor

La personalización surge como una herramienta crucial para las marcas que buscan aumentar las ventas y llegar a una audiencia más amplia.

Hace una década, los consumidores tenían una influencia limitada, pero hoy en día, las opiniones y calificaciones en línea tienen el potencial de hacer o deshacer productos y marcas, poniendo en manos de los consumidores un poder considerable.

Las redes sociales, junto con el surgimiento de los influencers, han desempeñado un papel crucial en la formación del comportamiento del consumidor. Los teléfonos inteligentes y las tabletas han pasado de ser novedades a herramientas de compra indispensables, con un 80% de los consumidores que ahora se involucran en la navegación en línea antes de dirigirse a las tiendas físicas. Los retailers deben adaptarse a esta creciente dependencia de los dispositivos, reconociendo que la tecnología móvil funciona simultáneamente como un mapa, lista de compras y buscador de productos.

La Inteligencia Artificial (IA) emerge como una fuerza transformadora, ofreciendo beneficios prácticos tanto para los consumidores como para las marcas. Las cuales pueden aprovechar la IA para analizar grandes cantidades de datos, ayudando en la gestión de inventario y la eficiencia logística. En 2020, la IA manejó el 85% de las interacciones con los clientes, posicionando su papel cada vez más relevante en el servicio al cliente.

La esencia del omnicanal radica en el reconocimiento del comprador a través de todos estos puntos de contacto. **Se trata de tejer una narrativa cohesiva que integra sin problemas los mundos digitales y físicos de la experiencia del cliente**. Solo a través de este reconocimiento holístico se puede ofrecer una experiencia de cliente verdaderamente atractiva y unificada, acortando la brecha entre las esferas online y offline y asegurando que cada punto de contacto contribuya armoniosamente al *customer's journey*. Este ha sido un proceso de aprendizaje a lo largo de más de 10 años.

La personalización surge como una herramienta crucial para las marcas que buscan aumentar las ventas.

Imagina un espacio donde tus clientes puedan ver al mismo tiempo la ropa y accesorios seleccionados que aparecen en línea en tiempo real, replicando a los escaparates de la tienda física. Esto es más que una tienda; es una experiencia digital inmersiva, destruyendo las barreras entre las compras en línea y en la tienda.

Para aquellos que no pueden visitar la tienda física, esto se convierte en una oportunidad para explorar virtualmente escaparates, descubriendo lo más destacado de la última moda. Supera las limitaciones de la presencia física, proporcionando una experiencia dinámica e inclusiva para cada cliente.

En esencia, una estrategia omnicanal efectiva no sólo acorta la brecha entre el comercio de retail en línea y offline; la elimina. Crea una fusión armoniosa de los mundos digitales y físicos, aprovechando la comprensión del cliente para ofrecer una experiencia de compra personalizada y atractiva.

¿Qué sigue para la industria de retail? avanzar de la mano del desarrollo tecnológico y los recuerdos experienciales

Lo que alguna vez parecía un escenario de una serie de ciencia ficción de Netflix, ahora son parte integral de nuestra vida diaria. Los robots que actúan como asistentes de ventas, las entregas con drones, los espejos inteligentes que mejoran la experiencia de vestuario virtual, los dispositivos que responden a búsquedas basadas en voz y los faros digitales que guían nuestros recorridos de compras han trascendido el reino de la fantasía para convertirse en algo común en el mundo del comercio en línea.

La fusión del comercio electrónico y la tecnología ha dado lugar a experiencias de compra que van más allá de los límites tradicionales. La realidad aumentada ha transformado la forma en que los consumidores interactúan con los productos, permitiéndoles probar virtualmente antes de comprar. El proceso de realizar una compra está evolucionando, con los pagos basados en el reconocimiento facial.

El panorama corporativo está marcado por adquisiciones notables que ejemplifican esta estrategia:

Nordstrom, un gigante del retail, realizó adquisiciones estratégicas de MessageYes y BevyUp, señalando un enfoque proactivo hacia la incorporación de soluciones impulsadas por la tecnología en su modelo de negocio. Estas adquisiciones reflejan la comprensión de que aprovechar las tecnologías innovadoras es clave para mantenerse a la vanguardia en un mercado competitivo.

El gigante tecnológico **Amazon**, ha estado a la vanguardia de tales movimientos estratégicos, como lo demuestra su adquisición de Ring, una empresa de seguridad para el hogar inteligente. Esta adquisición se alinea con la visión más amplia de ofrecer servicios integrales e interconectados, mostrando el compromiso de la compañía de mantenerse a la vanguardia de la tecnología.

Walmart, otro gigante del retail, entró en la contienda al adquirir Flipkart, un actor importante en el mercado de comercio electrónico de la India. Este movimiento le permitió no sólo fortalecer su presencia global, sino también ganar un punto de apoyo en uno de los mercados de comercio electrónico de más rápido crecimiento, demostrando el imperativo estratégico de adquirir plataformas impulsadas por la tecnología.

Estas adquisiciones subrayan una tendencia más amplia en el mercado, donde los jugadores establecidos reconocen la necesidad de evolucionar y adaptarse a los cambios acelerados impulsados por la tecnología. Al integrar la destreza tecnológica de empresas innovadoras, los líderes del mercado se declaran listos para solventar las complejidades del panorama digital, asegurando longevidad y relevancia en un entorno empresarial siempre cambiante.

A pesar de años de especulaciones sobre la decadencia del retail físico ante el dominio online, hay un notable aumento en el gusto por el retail experiencial. Un impresionante 55% de los millennials, por ejemplo, destinan una parte significativa de sus gastos en compras relacionadas con experiencias, inaugurando la era del 'retailtainment' (entretenimiento en el mundo del retail).

En respuesta a este cambio, la industria de retail está reconvirtiendo su estrategia desde un enfoque de características y beneficios hacia un énfasis más inmersivo en las experiencias de compra.

El retail experiencial va más allá de la naturaleza transaccional de las compras tradicionales. Está meticulosamente diseñado para ofrecer una experiencia memorable y placentera, que no solo satisfaga a los clientes sino que también cree un ambiente acogedor para el personal. Estos establecimientos diseñan una atractiva m**ezcla de productos y servicios, aprovechando la tecnología para mejorar las interacciones con el cliente y crear un ambiente dinámico y atractivo.**

En medio del auge de las compras en línea, los retailers físicos se encuentran en una feroz competencia, lo que exige una reevaluación de su planteamiento. Al ofrecer una experiencia de compra entretenida y agradable, los retailers pueden cautivar a los clientes que buscan más que una simple transacción. El retailtainment, la fusión del retail y el entretenimiento, emerge como una gran herramienta para fomentar la fidelidad del cliente y aumentar las ventas.

La fusión del comercio electrónico y la tecnología ha dado lugar a experiencias de compra que van más allá de los límites tradicionales.

El retail experiencial va más allá del paradigma convencional de vender productos o servicios. Es un enfoque estratégico destinado a cultivar relaciones sólidas con los clientes.

En este medio en evolución, los retailers no son sólo proveedores de bienes; **son curadores de experiencias**, construyendo conexiones duraderas que redefinen la esencia del retail.

La esencia del marketing experiencial radica en crear un *shopping journey* personalizado y ofrecer una experiencia de retail sin igual para sus invitados y clientes. Las marcas que logran cautivar y deleitar a sus clientes son las que generan la lealtad de la marca. Cuando se combina con un excelente servicio al cliente, esto se convierte en una fórmula ganadora.

El presente y el futuro del retail se caracterizan por la adaptabilidad, integración de tecnología y un fuerte enfoque en satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores.

Aquí algunos ejemplos de marcas que han entendido sobre la creación de experiencias en tiendas físicas:

Apple: Las tiendas de Apple son conocidas por su diseño minimalista y por ofrecer una experiencia interactiva para probar los productos. Los clientes pueden experimentar los productos en acción.

Starbucks: Starbucks ha creado un ambiente acogedor en sus cafeterías, con música ambiental, cómodos sofás y mesas para socializar o trabajar. Además, ofrecen programas de fidelización como Starbucks Rewards, que permite a los clientes acumular puntos y obtener recompensas.

LEGO: Las tiendas de LEGO suelen tener zonas de construcción donde los clientes pueden jugar y crear con los productos LEGO.

Nike: Las tiendas de Nike suelen contar con zonas de entrenamiento y pistas de prueba para probar los productos deportivos. También ofrecen servicios como análisis de pisada y asesoramiento personalizado para encontrar el calzado adecuado.

Disney Store: Las tiendas de Disney ofrecen una experiencia mágica para niños y adultos, con decoración temática, personajes en vivo y eventos especiales.

IKEA: IKEA es conocida por sus grandes almacenes que ofrecen una experiencia de compra única. Los clientes pueden recorrer habitaciones completas montadas, obtener ideas de diseño, disfrutar de comidas en el restaurante de la tienda y jugar en las áreas de juegos para niños.

Sephora: Sephora ofrece una experiencia de compra interactiva en sus tiendas, donde los clientes pueden probar una amplia gama de productos de belleza y recibir asesoramiento de maquilladores y estilistas expertos.

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

¿QUÉ EVENTOS TIENEN HOY EL MAYOR IMPACTO EN EL SECTOR INMOBILIARIO?

POR: RAFAEL BERUMEN
Managing Director REMS Mexico | Presidente IFMA Mexico Chapter

A menudo me preguntan cuáles son los eventos que tienen un mayor impacto en el sector inmobiliario y entre ellos, están la mente de la comunidad inmobiliaria. Los siguientes son los que identifico como realmente relevantes:

La incertidumbre: Como en todos los negocios el no tener certeza genera una preocupación importante, el mundo hoy provee de una dosis muy grande de incertidumbre, las guerras; en Ucrania y en Gaza, las tensiones entre países y los temas económicos; en particular la inflación, que si bien ha disminuido, no se ha podido controlar y las tasas de interés que derivan de esta generan una incertidumbre en el escenario global que por supuesto también afecta la toma de decisiones para los proyectos inmobiliarios en todos lados, de estas les hablaré más adelante.

Las crisis y las recesiones económicas: pueden afectar significativamente, al reducir la demanda de todo tipo de edificios, de los precios de las propiedades y aumentar la morosidad en los pagos de rentas, hipotecas y todo tipo de obligaciones que los individuos tienen con los negocios del sector. Si bien en nuestro país la economía ha tenido estabilidad en los últimos años, hoy hay elementos suficientes para pensar que pudiera tener un escenario muy complejo en el futuro inmediato. El gobierno se ha endeudado por arriba de los niveles más altos históricamente, emitió 7.5 billones de dólares y ahora es el mayor emisor soberano, con una calificación BBB a nivel global, como lo anunció la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en enero pasado. Ya nos ha tocado vivir esto en México en diferentes momentos y al menos garantiza un arranque difícil para el próximo gobierno o un cierre poco afortunado para el actual.

Tasas de interés: pueden influir en la accesibilidad a la financiación para la compra y para el desarrollo de los inmuebles. Tasas más altas pueden desalentar la compra de las edificaciones, mientras que tasas más bajas pueden estimular la demanda. Las tasas de interés, las políticas económicas restrictivas, la inflación, la demanda de créditos y las expectativas del mercado sobre futuros movimientos son elementos que siempre pueden influir positiva o negativamente en los negocios inmobiliarios. Hoy todos están muy atentos ante la disminución, que hasta ahora ha sido un elemento muy importante en el control de la inflación. Las declaraciones de Jerome Powell en marzo sugieren que la Fed aún tiene intención de empezar a bajar las tasas de interés este año desde el máximo actual de 23 años, entre 5.25 y 5.50%, a pesar del reciente repunte de la inflación mensual. La Junta de Gobierno del Banco de México decidió disminuir en 25 puntos el objetivo para la Tasa de Interés Interbancaria a un día a un nivel de 11.00%, con efectos a partir del 22 de marzo de 2024.

Desastres Naturales: pueden destruir propiedades y alterar el mercado inmobiliario local, afectando los precios y la disponibilidad de los inmuebles. Constantemente diferentes localidades se ven afectadas por estos eventos. Un buen ejemplo de esto fue el del huracán Otis en Acapulco.

Pandemias y epidemias: como hemos visto recientemente con la pandemia de Covid-19, los eventos de salud pública pueden tener un impacto significativo en el mercado inmobiliario. Las restricciones de movimiento, el aumento

del trabajo remoto y las preocupaciones sobre la salud pueden cambiar las preferencias de los compradores y afectar la demanda de propiedades. Un ejemplo muy evidente ha sido el del sector de oficinas donde al cambiar el patrón del uso de las oficinas e incorporar los modelos híbridos la demanda de espacio es ahora completamente distinta.

Cambios demográficos: los cambios en la población pueden influir en la demanda de diferentes tipos de propiedades y en la ubicación de desarrollo inmobiliario. Hoy el mundo está experimentando una tendencia de incremento en la migración y por otro lado, una fuerte tendencia en el envejecimiento de su población en muchos países.

Políticas gubernamentales: tales como cambios en las políticas fiscales, regulaciones de zonificación, incentivos de vivienda y programas de estímulo económico, normatividad sustentable, pueden tener un impacto significativo en el mercado inmobiliario. En México, urge que las políticas gubernamentales sean coherentes para que estimulen la inversión y el desarrollo inmobiliario, que podrían detonar un verdadero motor de crecimiento económico si generan certidumbre y seguridad.

La infraestructura: un buen ejemplo es el caso de la distribución de energía eléctrica para los proyectos, particularmente en el área industrial, donde las oportunidades que genera el nearshoring se pueden perder por falta de una infraestructura eléctrica suficiente. O la evidente crisis de escasez de agua en muchas localidades, las cuales pueden acabar afectando la decisión de ubicar un proyecto. Y la escasez de agua tiene también como consecuencia la disminución en la generación eléctrica, ya que las plantas hidroeléctricas no pueden generar energía.

Globalidad: los anteriores son solo algunos ejemplos de eventos que pueden afectar al sector inmobiliario, pero la interconexión de la economía global significa que cualquier cambio importante en el ámbito mundial tiene el potencial de influir en el mercado inmobiliario de una forma u otra.

Desde luego, también hay influencias positivas, pero estas, aunque a veces son importantísimas, no distraen de la misma manera la atención de la comunidad a la que siempre le preocupan más los factores de riesgo. Con todo, el negocio inmobiliario es y será una excelente oportunidad para invertir y desarrollar oportunidades en todo el mundo, México no es la excepción.

MONTERREY REB SUMMIT +EXPO

REBS MONTERREY:

Evento inmobiliario más importante de la frontera norte de México

POR: RUBI TAPIA RAMÍREZ
rubi.tapiar@inmobiliare.com

Guillermo Almazo
INMOBILIARE & INBOUND LOGISTICS LATAM

JW Marriott, ubicado en el corazón de San Pedro Garza García (Nuevo León) le dio la bienvenida el 6 de junio al evento más relevante de la frontera norte del país: Real Estate Business Summit (REBS) Monterrey, el cual contó con la presencia de más de 60 speakers especialistas y líderes del sector hotelero, oficinas, vivienda, retail, gastronomía, entre otros.

REBS Monterrey fue posible gracias a los sponsors:

Premium: Grupo GP, BRIO Energía, ELITE Last Mile Industrial Parks, U-Calli.

Platinum: Vitro Vidrio Arquitectónico, Novotech Si Now, GM Capital, Naturgy, Bovis, Finsolar y The Reserve at Mayakoba.

Gold: Holcim, The Façade Studio, Industrial Gate, Roca Desarrollos, BEA Bioconstrucción y Energía Alternativa, Belive, MOXI Global, Gómez Platero Arquitectura y Urbanismo, Arm Sec, V Media Group y NH Solutions.

Silver: Brickwalling, Colliers, Inverti, Marsh, Bricksell, Cushman & Wakefield, Briq.mx, Perkins & Will, Ware Malcomb, Murgía, Tinsa, HKS, HIR CASA, Gensler, Three Consultoría Ambiental, Marriott International, Revitaliza Consultores, Capi., Hilton, Fibra Macquarie México, Miyamoto, JLL México, Ciudad Maderas, Kin Energy, ONE, SER Projects, BUZZ Street, Tenco Integrador autorizado de Honeywell, Aimbrigde LATAM, PPG Comex.

Así como con la participación de las alianzas ADI, Softec, ANIVIP, Equipar, AMXCO, En Concreto, CAPROBI, SUME, GBCI, Construyendo y Creciendo, AAI y Brokers Hub.

Panel 1

PROYECTOS DE MERCADOS DE CAPITAL EN REAL ESTATE 2024 - 2025

Juan Carlos Mier y Terán
CONSULTOR DE FINANZAS EN REAL ESTATE

José María Garza Treviño
GRUPO GARZA PONCE

Raúl Gallegos
FIBRA NEXT

Marco Garza Mercado
GM CAPITAL

José Iragorri
BANCO SABADELL

Durante el primer panel de REBS Monterrey, José María Garza Treviño, presidente de Grupo Garza Ponce; Raúl Gallegos, CEO de Fibra Next; Marco Garza, CEO de GM Capital; y José Iragorri, Sub-director general banca corporativa y de inversión en Banco Sabadell, hablaron sobre su perspectiva sobre el futuro sexenio 2024-2030. La moderación estuvo a cargo de Juan Carlos Mier y Terán, consultor de Finanzas en Real Estate.

"No creo que alguien quiera obstruir lo que ya se está dando en la zona del Bajío y Norte de México con el tema de la relocalización, pero sí espero que realmente haya un giro drástico en el tema energético y que llegue alguien (a la Secretaría de Energía) para atender la problemática, y que entienda que no todo es generación, ya que hay otros dos componentes muy importantes que son distribución y transformación", comentó José María Garza, en junio pasado.

Asimismo, indicó que el aliado principal de los desarrollos es el mercado, oferta y demanda.

Por su parte, Marco Garza externó que se encuentra positivo por la próxima administración, encabezada por Claudia Sheinbaum Pardo, virtual presidenta de México, e indicó que espera que siga creciendo la industria inmobiliaria como en los últimos seis años en todo el país.

"Estoy bastante positivo, es muy temprano emitir una opinión, sin embargo, es evidente el temor y la preocupación, es lo mismo que nos sucedió cuando ganó por primera ocasión Morena con Andrés Manuel (López Obrador), estábamos preocupados y temerosos. Al final del día, hablando de la industria inmobiliaria, le fue muy bien durante toda esta administración", indicó el CEO de GM Capital.

José Iragorri comentó que desde Grupo Sabadell están positivos con la próxima administración federal, y que la volatilidad en el peso es algo que se vio también no solo en esta transición, sino también hace seis años, y que pudo estabilizarse la moneda mexicana.

"La realidad habrá continuidad, para bien y para mal; y una de las mayores preocupaciones en nuestro caso, es todo lo que tiene que ver con el desarrollo de infraestructura, particularmente la energética, que creemos se ha convertido en un cuello de botella para todo el desarrollo del país".

Finalmente, Raúl Gallegos estuvo de acuerdo con lo dicho por los panelistas sobre el tema del nuevo cambio de gobierno federal. Además, indicó que México tiene un bono demográfico muy importante que trae muchas oportunidades.

"El rol de México en el entorno global y sobre todo en Norteamérica, en cuanto a hacer una base de manufactura y de parte de la cadena de valor, no cambia".

Panel 2

INVERSIONES SOSTENIBLES + MEJORES PRÁCTICAS EN ACTIVOS Y PORTAFOLIOS INMOBILIARIOS

Con el fin de conocer las estrategias de inversión sostenible que están utilizando las empresas líderes en México, en REBS Monterrey estuvieron como panelistas: Eileen Hernández, líder de infraestructura y construcción en Marsh; Marisol Chávez, director del portafolio inmobiliario de Deltack; y Raúl Arroyo, CEO & Founder de Industrial Gate; así como Lourdes Salinas, founder de Three Consultoría Ambiental.

En este sentido, Salinas indicó que era importante dejar de planear y centrarse en ejecutar proyectos que enfrenten la situación ambiental, ya que se está muy cerca de la fecha donde se terminan los objetivos para reducir el cambio climático.

Ante esto, Marisol Chávez indicó que en Deltack están trabajando bajo una política de inversión responsable, la cual se divide en tres ejes principales para lograr su objetivo.

"La primera es que tenemos una política enfocada a la toma de decisiones de un nuevo socio y de un proyecto, es decir, se evalúa sus esfuerzos de un punto de vista ambiental, social y de gobierno; la siguiente está enfocada a lo ya invertido, es decir, generamos un plan de acción con el socio desarrollador que se compromete a llevar tanto el proyecto como sus prácticas a una mejora continua durante la vida de nuestra sociedad; y finalmente, promover que tengamos cada vez más socios desarrolladores que pasen del nivel A al B, y así sucesivamente".

Mientras que Eileen Hernández indicó que en Marsh se hace un acompañamiento específico de las etapas previas al articular los temas de ASG.

"Normalmente, se hace un proceso *du diligence* que es para las nuevas inversiones o para compras; entonces acompañamos a todos los actores que están involucrados en el trámite: compra, venta o inversión [...] Trabajamos de la mano con varios fondos de inversión y con clientes que realmente quieren tener la conciencia de llevar un proyecto ESG no solamente nuevo sino también *brownfield*".

En este caso, Raúl Arroyo indicó que convertir un portafolio inmobiliario ya desarrollado a verde requiere de una inversión importante, de alrededor del 10% más del valor del inmueble, y no necesariamente el inquilino quiere pagar la renta por esta reconversión sustentable.

"Cuando nace el edificio verde, al cliente le parece perfecto que cumpla con todas las certificaciones y lo paga, pero cuando le dices que subirá la renta por este cambio no quiere". Asimismo, indicó que hay algunos abiertos a este cambio y a la transición.

Lourdes Salinas
THREE CONSULTORÍA AMBIENTAL

Eileen Hernández
MARSH

Marisol Chávez Valdés
DELTACK

Raúl Arroyo
INDUSTRIAL GATE

Pitch

ALIANZA ESTRATÉGICA CON DESARROLLADORES DE PARQUES: IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN DE PANELES SOLARES

Ian de la Garza, CEO de Finsolar, fue el encargado de explicar la misión de la empresa enfocada en la industria solar con más de 12 años de experiencia en desarrollos de proyectos.

"Queremos democratizar la energía solar a través de innovación financiera con productos innovadores que hagan mucho más atractiva la adopción o inversión en energía renovable para las empresas y que ellas se conviertan en estos motores de transición energética".

Asimismo, el CEO de Finsolar indicó que el consumo de energía ha crecido entre un 20% y 30%, anualmente, bajo el contexto actual de nuevos proyectos y la relocalización de empresas.

"Se prevé que siga creciendo la generación distribuida, tiene ventajas muy importantes por su eficiencia y facilidad, pero también tiene ciertas limitaciones; y nosotros trabajamos para ir más allá de estas limitaciones y lograr resolver con innovación este tipo de problemas".

Ian de la Garza
FINSOLAR

Panel 3

ESG & SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR INDUSTRIAL: SURFEANDO LA OLA DEL NEARSHORING

Con el fin de entender como la sostenibilidad y los factores ESG tienen una influencia importante en el nearshoring, Adrián González Guerra, CEO de Stiva, Roberto Cantú, CEO de Roca Desarrollos, Georgina Ibarra, CEO de Brickwalling, y Francisco Ripoll, director de operaciones en Naturgy México, moderados por Ulises Treviño, founder de Bioconstrucción, dieron su opinión en REBS Monterrey 2024.

De acuerdo con Treviño, es importante abordar el tema de la relocalización de las empresas en México en materia sostenible, ya que puede afectar en más de 1.5 el Producto Interno Bruto (PIB), pues representa una derrama de inversión extranjera directa de más de 35 mil millones de dólares.

En este sentido, Francisco Ripoll indicó que Naturgy es una empresa energética, que se divide en 50% gas y 50% electricidad; con una amplia presencia en 20 países. "Tenemos que responder a la seguridad de suministro, que siempre haya energía no solamente para lo que tenemos ahora, sino para el que viene y tiene que estar 24/7, y eso creo que es un valor que ahora mismo hace falta muchas veces. Además, es importante ser ambientalmente responsable y sostenible;

y ofrecer al mejor costo posible".

Por su parte, Roberto Cantú explicó que en Roca Desarrollos, el tema del nearshoring le favoreció, ya que todo lo que se tenía disponible en inventario se rentó; y que han tenido cambios a raíz de esto como desarrolladora.

"En esta nueva etapa de reponer a los inventarios nos estamos tomando mucho más tiempo para suministrar nuevos edificios al mercado: hemos tenido que ser mucho más creativos en temas financieros, tomando más crédito durante la etapa de construcción y sin duda llevándonos un esfuerzo administrativo. A la par de lograr conseguir terreno con la energía, en el tiempo y el costo que se necesita".

Georgina Ibarra informó que en Brickwalling, en los últimos cinco años, han tenido mucho trabajo en la parte de los proyectos industriales; y que el gran reto que han visto es que los clientes finales quieren que su nave industrial esté terminada en seis meses, sin embargo, existen retos como son los permisos que otorga el gobierno local, así como la falta de infraestructura.

Adrián González Guerra mencionó que en Stiva tiene un acercamiento muy importante con sus clientes en el tema de ESG, en este sentido como práctica, analiza la información pública del *net zero tracker* con el fin de conocer cómo las empresas llegan a sus metas en términos de emisiones.

César Ulises Treviño
BIOCONSTRUCCIÓN

Georgina Ibarra
BRICKWALLING

Adrián González Guerra
STIVA

Roberto Cantú Alanís
ROCA DESARROLLOS

Francisco Ripoll Alcalde
NATURGY MÉXICO

Pitch

SOLUCIÓN EN SEGUROS Y FINANZAS PARA TU EMPRESA

Juan Carlos Ortiz
MURGUÍA

Con el fin de ofrecer soluciones de seguros y finanzas para las empresas, en REBS Monterrey se presentó Juan Carlos Ortiz, CO - CEO de Murguía.

Ortiz destacó que la compañía es un broker con más de 50 años de experiencia en el desarrollo de materias inmobiliarias, tanto en la parte industrial, comercial, residencial e infraestructura y energía.

Murguía se enfoca en proteger el patrimonio de sus clientes, ya que son expertos en asesoría y comercialización de fianzas, seguros y administración de riesgos.

"Más allá de vender seguros o de fianzas, desarrollamos soluciones integrales donde hay un acompañamiento por parte de nosotros como brokers", indicó Juan Carlos.

Panel 4

E-COMMERCE + URBAN LOGISTICS - CEDIS. INNOVACIÓN + ACELERACIÓN DE PROCESOS PARA UNA ENTREGA INMEDIATA, UBICACIÓN, VELOCIDAD, ADAPTABILIDAD, SERVICIO, TECNOLOGÍA

Para hablar sobre las soluciones de innovación en transporte, tecnología, inmediatez en el e-commerce, en REBS Monterrey estuvieron como speakers: Mario Berlanga, CO founder - Managing Director de Proximity Parks, Guillermo Espinoza, Head of Development de DHL Real Estate Solutions, Juan Carlos González, CEO de NOVOTECH SINOW, Sergio Resendez, director de Colliers Monterrey; y como moderador Guillermo Almazo, Publisher & CEO de Inbound Logistics LATAM.

De acuerdo con Mario Berlanga, en Proximity Parks desde un inicio identificaron que el e-commerce en México iba a crecer de manera importante, pero el reto era tener bodegas en las tres principales ciudades del país.

"Había que traer bodegas de regreso al corazón de las ciudades, e históricamente fuimos empujando las bodegas desde afuera, porque se entendía al Industrial como el activo inmobiliario de menor valor. La estrategia ha sido re-imaginar espacios que estaban subutilizados u obsoletos y modernizarlos. Nuestro plan es traer espacio moderno para hacer logística dentro de las ciudades y con ellos facilitar el que nuestro cliente haga entregas más rápidas, económicas y responsables con el medio ambiente".

Sergio Resendez resaltó que si bien antes se pensaba en la ubicación en los proyectos industriales, ahora es cómo se complementa este dentro de la cadena de logística.

"Se necesita forzosamente estar cerca de donde está la demanda que te permita cumplir con temas de ESG, porque ahí sí necesitas ser eficiente. Por ejemplo, en el transporte, si se puede implementar el tema de distribución con vehículos eléctricos porque el recorrido que tienen que hacer dentro de la ciudad es mucho más corto y puedes implementar este tipo de políticas; insisto no solo para temas de entregas de paquetes, sino que es para suministrar a la ciudad".

José Carlos indicó que desde hace 30 años en Grupo Sinow se enfocan a un nicho de mercado en México, que son las pymes de logística, que requieren de mil metros cuadrados con consumos mínimos de agua, energía, etc. En este sentido y por demanda, nació NOVOTECH SINOW para atender por completo estos grandes parques industriales de última milla de e-commerce.

A diferencia de las otras empresas, en DHL Real Estate Solutions, Guillermo Espinosa informó que se encuentran desarrollando grandes proyectos industriales, por ejemplo, en el Estado de México están trabajando en un campo industrial de 205 mil metros cuadrados que se va a dividir en cuatro grandes naves.

"La ola del nearshoring trae un volumen importante de necesidad de espacio, crecimiento y básicamente el encontrar el siguiente sitio, porque al igual que todos los desarrolladores también sufrimos de los mismos problemas, necesitamos buscar tierra con la infraestructura al precio que dé el número que del *underwriting* porque somos una plataforma de negocio que no nos quedamos con estos inmuebles, sino que le damos la vuelta y los colocamos en los mercados de capital".

Guillermo Almazo
INMOBILIARE & INBOUND LOGISTICS LATAM

Mario Berlanga
PROXIMITY PARKS

Guillermo Espinosa Armendáriz
DHL REAL ESTATE SOLUTIONS

José Carlos González
NOVOTECH SINOW

Sergio Resendez
COLLIERS MONTERREY

Panel 5

INTEGRACIÓN VERTICAL EN REAL ESTATE: CONSTRUCCIÓN DE UN ECOSISTEMA INTEGRAL. VENTAJAS DE LA INTEGRACIÓN VERTICAL EN MONTERREY

Juan Pablo Benítez
JLL MÉXICO

Luis Sada
ONE

Gabriel González
EMBLEM CAPITAL

René Monroy
CAPI SOFTWARE

Carlos Sánchez
GÓMEZ PLATERO ARQUITECTURA & URBANISMO

Para hablar sobre la integración vertical en las ciudades, en REBS Monterrey estuvieron presentes como speakers: Luis Sada, director General de ONE, Gabriel González, CEO de Emblem Capital, René Monroy, CEO & CO Founder Capi Software, Carlos Sánchez, Bussines Developer México de Gómez Platero Arquitectura y Urbanismo, y como moderador Juan Pablo Benítez, director PDS North & Western Region JLL México.

Carlos Sánchez indicó que los proyectos verticales han traído grandes beneficios a la comunidad, y el principal es que se ha optimizado la tierra, sumado a que han sido más eficientes en la movilidad de las personas, ya que no tienen que desplazarse por un amplio periodo de tiempo.

"Al final se traduce en mejor calidad de vida, por el menor tiempo de traslado; a la par de que un departamento siempre es más seguro y que el costo del mantenimiento es más económico. Para los municipios y el gobierno es más eficiente el uso de sus recursos, manteniendo a mayor parte de la población en una área céntrica", mencionó Gabriel González.

Además del tema de movilidad, Luis Sada externó que dichos proyectos ayudan también a la seguridad e infraestructura urbana. Con respecto a la reconversión de los inmuebles, indicó que es una oportunidad para los desarrolladores de participar en el esfuerzo de preservar y revalorar dichos activos que son icónicos para la ciudad y que están en desuso y/o en bajo mantenimiento. "Podemos devolver a la urbe sus espacios, también para que la comunidad vea la evolución e innovación que se ha tenido al poder contrastar estructuras antiguas con las nuevas".

René Monroy destacó que en Capi se enfocan en la búsqueda de oportunidades de localizaciones y en la originación de proyectos para que estos sean innovadores, tecnológicos y que satisfagan las necesidades del mercado y que sean asequibles, pero sobre todo que se cree comunidad.

Conferencia Magistral

BUILDING NET ZERO, REAL CHALLENGES & FUTURE TRENDS | REBS MTY 2024

Charles Swanson, Practice Leader, Director, Multifamily Ware Malcomb Chicago, fue el encargado de hablar sobre la firma de diseño fundada en California, Estados Unidos, la cual cuenta con 52 años de experiencia en Latinoamérica. Desde hace 18 años se especializan en el diseño de desarrollo vertical, uso mixto, industrial, corporativo, comercial, así como en salud, ciencia y tecnología.

Para lograr la conectividad, sus 28 oficinas están interconectadas, lo que permite el desarrollo del diseño, producción, operación y gestión de proyectos.

Durante su conferencia magistral mencionó el "Building Net Zero: Real Challenges, Future Trends", que es un edificio de vivienda vertical en construcción en Oak Park, Chicago, diseñado bajo estándares de Passive House y Net Zero.

El proyecto destaca por ser asequible y tener un diseño orientado hacia la eficiencia energética, con paneles solares que cubren todo el techo para maximizar la producción de energía solar. Asimismo, Swanson destacó que el inmueble no busca ser sostenible desde un punto de vista energético, sino funcional para la comunidad de Oak Park, ofreciendo viviendas accesibles y adaptadas para personas mayores y con necesidades especiales.

Charles Swanson
WARE MALCOMB CHICAGO

Pitch

ESTRUCTURAS EFICIENTES, PROYECTOS EXITOSOS

Jesus Valdez Aguilar
MIYAMOTO INTERNATIONAL

Jesús Valdés Aguilar, CEO de Miyamoto Internacional, explicó que la empresa que él dirige, tiene presencia en 16 países con 29 oficinas; misma que trabaja en programas de ayuda humanitaria que los lleva a atender desastres naturales.

"Originalmente, se crea en Sacramento en 1947, después de la Segunda Guerra Mundial tiene un crecimiento en Estados Unidos hasta los años 90's; en los 2000 toma el nombre de Miyamoto y se convierte en Miyamoto Internacional".

Actualmente, son 30 ingenieros ubicados en Ciudad de México y Monterrey, su principal enfoque es desarrollar técnicas de diseño que ayuden a que las estructuras sean más eficientes en zonas de alto riesgo sísmico o con otros fenómenos perturbadores.

"En el caso de sustentabilidad, impulsamos mucho la recuperación de las estructuras, la rehabilitación de lo que ya está edificado, esto lo usamos en edificios que fueron dañados por terremotos o inmuebles que ya cumplieron su vida útil".

Panel 6

EL IMPACTO DE LOS DESARROLLOS INTEGRALES, CREACIÓN DE COMUNIDADES DIVERSAS E INCLUSIVAS

Alicia Silva
REVITALIZA CONSULTORES

Alejandro Salinas
PROTEXA DESARROLLOS

Alicia Carrillo
HOLCIM

Carlos E Monjaraz Ramos
LAS RIBERAS

Antonio Pérez
PERKINS & WILL

Alejandro Salinas, Managing Director en Protexa Desarrollos, Alicia Carrillo, coordinador de sostenibilidad para Holcim, Carlos E. Monjaraz Ramos, director de Las Riberas, Antonio Pérez, Practice Leader México, Associate Principal de Perkins & Will en la oficina de Monterrey y México, fueron los encargados de hablar en REBS Monterrey sobre cómo crear comunidades integrales. La moderación de este panel corrió a cargo de Alicia Silva, founder de Revitaliza Consultores.

Carlos E. Monjaraz, representante también de Grupo Koval, indicó que ellos están trabajando en tres grandes ejes de desarrollo, entre los que destacan los proyectos de Las Riberas, desarrollos turísticos en Sonora y de usos mixtos en Hermosillo.

"El proyecto de Las Riberas es una comunidad planeada de 800 hectáreas, esperamos recibir cerca de 7,500 familias, habrá escuelas, oficinas, comercio, vivienda horizontal y vertical, etc. Es un proyecto en el cual venimos trabajando desde el 2000".

Asimismo, indicó que para construir proyectos integrales era importante alinear a todos los integrantes, proveedores, colaboradores, dueños, etc.

Por su parte, Alejandro Salinas resaltó que en Protexa Desarrollos quiere cambiar la narrativa sobre cómo desarrollar un proyecto para crear comunidad. "Queremos ser recordados y es algo que viene desde el logo de operación que dice 'crecer creciendo nuestra gente cuando'".

Antonio Pérez Vázquez destacó que Perkins & Will es una empresa que cree firmemente en que a través del diseño y el proceso creativo se puede mejorar el entorno y tener un mejor futuro.

"Hablamos mucho de este aspecto de sostenibilidad y sobre todo de inclusión, pero al comentar de comunidades integrales, tenemos que saber que no existen aquellas integrales si no aprendemos a integrar a la población. Definitivamente, este proceso electoral que vivimos también es una manera de aceptar una realidad en la que de repente buscamos maquillar u ocultarnos, e incluso negar; si hay un resentimiento social sobre una falta de equidad, no existe equidad sin inclusión, siempre hay un déficit de vivienda y definitivamente es un área de oportunidad gigantesca, pero también sabemos que hay otros nichos que han sido pocos atendidos".

Alicia Carrillo mencionó que en Holcim buscan ser una empresa líder en soluciones innovadoras y sostenibles, ya que su responsabilidad es seguir entregando un producto que tenga una calidad de durabilidad para que el proyecto sea sostenible y también buscan reducir las emisiones de CO_2.

Panel 7

EL REGRESO DEL RETAIL Y CÓMO ELEVAR EL NEGOCIO DE LA MARCA Y EL REAL ESTATE A OTRO NIVEL

"El sector inmobiliario de retail siempre se ha enfrentado a retos significativos y en la pandemia prácticamente se detuvo como la mayoría del medio inmobiliario; esto alteró los hábitos de consumo yéndose mucho a la parte online. En pospandemia en México, y gracias a la dinámica que existe en otros sectores, hoy la industria de retail está más viva que nunca, el país ha mostrado una notable capacidad de adaptación y de recuperación", externó Swany Velázquez, Co-Founder, Managing Director de Retail Expansion, en REBS Monterrey.

Por su parte, Raquel Lozano, CEO & Founder de BELIVE, indicó que definitivamente se ha notado un cambio después del Covid-19, ya que el usuario que va a centros comerciales lo que busca es tener una experiencia cuando compra. Asimismo, aseguró que hoy en día está la integración del *offline* y el *online*, así como la incorporación de la tecnología con los espacios físicos, y también la sustentabilidad.

"Es importante tomar en cuenta al retailer, a la persona que está operando la tienda, porque vemos muchos centros comerciales con demasiada arquitectura y hay muchas limitaciones para nosotros como marca, lo que hace que la experiencia al cliente se vuelva más opaca", comentó Octavio Ramírez, director de Beya.

Asimismo, explicó que la marca de maquillaje enfrentó una difícil decisión al cerrar el 60% de las tiendas por la pandemia. También, destacó que esta emergencia los ayudó a comprender y entender más su mercado en temas logísticos y de sostenibilidad.

Elsa Guerra, director comercial y de experiencias de Pueblo Serena, mencionó que durante los primeros tres meses de pandemia la dinámica cambió, porque realmente no se sabía lo que iba a ser "la nueva normalidad", pero que siempre estuvieron dispuestos a ayudar a sus visitantes y a sus clientes lo más posible.

Luis Treviño, director Chuck E Cheese en México, resaltó que si bien los hábitos de consumo cambiaron, y que ahora las personas dan esa oportunidad de comprar en línea, siguen teniendo la necesidad de convivir y crear experiencias.

"Una vez que se levantaron las restricciones (por la pandemia) notamos esa necesidad de vivir experiencias; se venden más los vuelos de avión para ir a lugares turísticos, los festivales culturales y musicales también están llenos, porque la gente tiene esa necesidad de vivir experiencias; en el caso de nosotros, el entretenimiento familiar es una experiencia para poder conectar papás con hijos".

Swany Velázquez
RETAIL EXPANSION

Raquel Lozano
BELIVE

Luis Treviño
CHUCK E CHEESE MÉXICO

Elsa Guerra
PUEBLO SERENA

Octavio Ramírez
BEYA

Pitch

"DE CERO AL BILLÓN"

Yerardi Mote, estratega comercial y gerente de Ciudad Maderas, resaltó en REBS Monterrey que donde trabaja ha tenido un crecimiento exponencial desde el 2019, lo que la ha llevado a expandir su presencia a Monterrey, Yucatán, Quintana Roo, San Luis Potosí, Aguascalientes, Tijuana, Houston, Miami y San Diego.

En Ciudad Maderas, su principal pilar son los sistemas simplificados y replicables para el éxito comercial; asimismo, se centra en los lanzamientos estratégicos, donde la clave es transmitir información efectivamente a través de la fuerza de ventas en un corto período de tiempo; y también el capital humano, por lo que la empresa se ha enfocado en la educación y desarrollo de su personal.

"Ciudad Maderas ha establecido una universidad en colaboración con el Tecnológico de Monterrey para formar profesionales inmobiliarios, fomentando así la retención del talento y el crecimiento interno. Esta inversión en capital humano ha sido clave para mantener una fuerza laboral comprometida y capacitada, esencial en un sector con alta rotación de personal".

Yerardi Mote
CIUDAD MADERAS

Panel 8

REVITALIZACIÓN DE ESPACIOS URBANOS: MEJORANDO LA PARTICIPACIÓN DE LAS COMUNIDADES

Guillermo Almazo
INMOBILIARE & INBOUND LOGISTICS LATAM

Javier Alberto de la Fuente García
SAN PEDRO GARZA GARCÍA NUEVO LEÓN

"Los espacios públicos desempeñan un papel crucial en nuestra vida diaria, proporcionando una plataforma para la participación comunitaria, la interacción social y el intercambio cultural. Estos espacios, ya sean parques o plazas, actúan como un alma de nuestras ciudades y pueblos, ofreciendo un sentido de lugar, pertenencia tanto a los residentes como a los visitantes", mencionó Guillermo Almazo Publisher & CEO Inmobiliare & Inbound Logistics LATAM.

En este sentido, Javier Alberto de la Fuente García, secretario de Desarrollo Urbano de San Pedro Garza García, indicó que desde el gobierno están trabajando por invertir en infraestructura y mejorar los espacios públicos, los cuales están conscientes de ir con una regulación con la finalidad que sea un espacio más aprovechable para la sociedad.

Para Liliana Bernardis, Director MVE Architects México, los espacios públicos son tan importantes como ser sustentables, ya que mejoran la calidad de vida de las personas.

"Todas las grandes enfermedades que tiene la humanidad hoy día se pueden solucionar con el tema de integrar espacios públicos en nuestros proyectos; el tema de depresión, enfermedades de vías respiratorias, etc., tienen solución con simplemente integrar espacios abiertos en nuestros proyectos".

Kenji López, Founder de Urvita, aseguró que la ciudad donde las personas viven influyen mucho en la calidad de vida que tienen, y que los desarrollos no están aislados a este tema, porque dichos proyectos también impactan en las personas.

Liliana Bernardis
MVE ARCHITECTS MÉXICO

Kenji López
URVITA

Más de 35 años contribuyendo al éxito de nuestros Clientes
a través de la consultoría experta y la excelencia operativa.

Hospitality & HR

Naves industriales

Edificios verticales

Comercial y multisitios

Data Centers

www.tenco.mx | tenco@tenco.com.mx | @tencomx

Simon-e metrics nino

Panel 9

TENDENCIAS INMOBILIARIAS COMERCIALES EN TODAS LAS CLASES DE ACTIVOS

Rebeca Ortiz
GBCI LATAM

Janera Soerel
INTERNATIONAL WELL BUILDING INSTITUTE

Ricardo Bussey
JOHNSON CONTROLS

Javier Torrres
CUSHMAN & WAKEFIELD

Ricardo Dan Díaz
THE FACADE STUDIO

La conversación estuvo a cargo de Rebeca Ortiz, Director de GBCI LATAM, como moderadora; y Janera Soerel, Senior Director Global Market Development & Real Estate International Well Building Institute; Ricardo Bussey, Government Relations, Sustainability & Public Affairs Strategy LATAM de Johnson Controls; Javier Torres, Gerente de Servicios de Sustentabilidad en Cushman & Wakefield; Ricardo Dan Díaz, Partner de The Facade Studio, como panelistas.

De acuerdo con los directivos, los edificios saludables han ganado importancia desde 2014, destacando la necesidad de monitorear la calidad del aire en interiores, por lo que es necesario diseñar espacios resilientes y flexibles que se adapten a los cambios futuros.

Ricardo Bussey enfatizó cómo la pandemia aceleró la adopción de tecnologías para garantizar ambientes interiores seguros y confortables, destacando la importancia de la regulación y certificación en la creación de espacios saludables.

Asimismo, Janera Soerel subrayó la importancia de establecer estándares que aseguren la sostenibilidad y el bienestar en los edificios, indicando que estos estándares permiten a las organizaciones medir y reportar estos aspectos, especialmente en un entorno post-pandemia.

Por su parte, Javier Torres señaló la relevancia de crear espacios que ofrezcan no solo confort térmico, sino también bienestar a nivel emocional y social, facilitando horarios flexibles y ambientes que se adapten a las necesidades de las personas.

Además, Ricardo Dan Díaz añadió que su enfoque, basado en datos objetivos, busca medir y cuantificar aspectos subjetivos del bienestar, como el confort visual y térmico, para diseñar espacios arquitectónicos que cumplan con las expectativas de salud y bienestar de los usuarios.

Finalmente, Ricardo Bussey resaltó la necesidad de adoptar tecnologías avanzadas que permitan monitorear en tiempo real la calidad del aire y otros aspectos fundamentales para el bienestar, logrando así que los edificios sean no sólo sostenibles, sino también resilientes y saludables para sus ocupantes.

Panel 10

E-VOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE HOTELES: OPORTUNIDADES Y TENDENCIAS QUE DAN FORMA AL FUTURO DE LA HOSPITALIDAD

Para hablar sobre las oportunidades y tendencias que dan forma a la hospitalidad, enfocada a la sustentabilidad, estuvieron presenten en REBS Monterrey: Patricio Portillo, VP Develooment Latam de AIMBRIDGE HOSPITALITY, Nicolás Rodríguez Álvarez, director de desarrollo de México y C.A Hilton, Alonso Burgos, VP desarrollos de Marriott y Ana María Esquivelzeta, Managing Partner de Recurso V; como moderador Erico García, CEO B2B Media.

Patricio Portillo indicó que en AIMBRIDGE HOSPITALITY acompañan en todo el proceso al propietario de un complejo hotelero, es decir, se involucran en las mejores prácticas de mercado, que va no solo en la conceptualización sino también en el diseño.

"Vemos todo el tema de los asolamientos, las fachadas, el consumo del aire acondicionado, los tamaños de los equipos, el tipo de equipos que se necesitan, la integración de las comunidades dentro de los dentro de los hoteles, en fin es todo un proceso que acompañamos desde el inicio"

Nicolás Rodríguez Álvarez mencionó que Hilton desde hace 100 años ha tomado la bandera de ser una compañía hotelera innovadora; en este sentido, resaltó que con la finalidad de llegar a sus metas de 2030,

han implementado estrategias de ESG que están enfocadas a recortes en el uso de agua, en los desechos y sobre todo crear oportunidades de empleo para las minorías.

"En términos de cómo damos oportunidades de carrera para nuestros distintos asociados en todo el mundo, hoy día Hilton es la compañía número uno en The Great Place To Work, considerando todas las Industrias y la número ocho aquí en México".

En Marriott, Alonso Burgos resaltó que tiene como meta sustentable reducir la huella de carbono en un 50% para el 2030 y ser *Net Zero Emissions* para el 2050, lo anterior gracias a la implementación de sus cinco acciones.

"Reducción en el desperdicio de alimentos, operaciones responsables sostenibles, reducir el impacto ambiental, el compromiso con la comunidad y disaster relief, que es tener todo un programa en el que estamos preparados para temas de desastres naturales".

Por su parte, Ana María compartió que el proceso de las certificaciones de todos los hoteles se mide en dos variables, los existentes y los que se están edificando; asimismo, resaltó que el común denominador de estas certificaciones es generar un impacto menor al medio ambiente y que tengan un beneficio para el usuario y los inversionistas.

Por ejemplo, en una propiedad "que está construida, es importante hacer un asment de la información disponible, la medición y monitoreo las bases de datos que se tengan; posteriormente es indicar cuál es el sistema de evaluación, certificación, que más convienen, porque depende de la ubicación, tipología y el mercado al que está orientado".

Erico García
INMOBILIARE MAGAZINE

Patriciodel Portillo
AIMBRIDGE HOSPITALITY

Ana María Esquivelzeta Rabell
RECURSO V

Nicolás Rodríguez Álvarez
HILTON

Alonso Burgos
MARRIOTT

Pitch

LA VERTICALIZACIÓN DE LA VIVIENDA EN MONTERREY Y CÓMO AFECTA AL CAMBIO EN LA ESTRUCTURA URBANA

Justino Mata
TINSA

Justino Moreno Mata, director de consultoría de Tinsa, mencionó que la manera en como se ha desarrollado Monterrey ha cambiado, ya que tan solo hace unos años el 97% de la vivienda era horizontal y el 3% era vertical.

Además, indicó que a raíz de la pandemia se detonaron los desarrollos verticales, que si bien antes eran de interés social, ahora se están enfocando a los Luxury y el Residencial Plus.

"Al cierre del primer trimestre de 2024 observamos que tenemos una participación del 48% en los segmentos altos, incluso se visualiza una mayor participación de los segmentos Luxury y el Residencial Plus y todo concentrado principalmente en la zona céntrica de la ciudad de Monterrey".

Asimismo, Justino Moreno informó que actualmente en Monterrey se están construyendo más de siete mil viviendas que traerán consigo nueva población y necesidades de infraestructura y servicios.

Panel 11

ADAPTACIÓN DEL REAL ESTATE EN EL DESARROLLO DE VIVIENDA MULTI-GENERACIONAL

Para hablar sobre el desarrollo de vivienda multigeneracional en REBS Monterrey estuvieron presentes: Xavier Toussaint, CEO de U-Calli, María Ocampo, Business Development Manager de Moxi Global, Gerardo Mendizábal, director comercial y desarrolladores inmobiliarios de Hir Casa, Jorge Bracho, Principal and Senior Vice President HKS México e Ignacio Ramírez, CEO de Inverti, este último moderador del panel.

María Ocampo destacó durante su participación que además del fenómeno multigeneracional también existe el cultural, ya que hoy en día diversas personas migran a otro país buscando satisfacer sus necesidades.

"Somos parte de ese negocio, y estamos haciendo posible que un extranjero pueda tener los servicios que antes no tenía; y lo que he observado es que hay una clara tendencia de integrar al mercado dentro del proceso productivo y evolutivo del sector inmobiliario. Si bien, anteriormente se desarrollaba y después se vendía, hoy se tienen que adaptar a las necesidades de cada etapa del ser humano".

Por su parte, Xavier Toussain indicó que en U-Calli se están concretando en hacer torres específicas para cada generación en cada uno de sus proyectos, es decir, dentro de su portafolio cuentan con propiedades que son diseñadas para parejas, parejas con hijos, solteros y personas mayores de 60 años y con las amenidades que requieren.

Jorge Bracho mencionó que para que una vivienda pueda cambiar el aspecto social era importante hacer una división de dos ejes en el proyecto.

"La parte social es generar comunidades dentro de estos desarrollos y cuando hablamos además de desarrollos multigeneracionales, estas comunidades las veo en dos ejes principales: horizontal, que conecta a los grupos de edad donde les da servicio para que puedan tener estas amenidades convivir y generar comunidad; y también en vertical donde ya conecta a una misma familia, pero que tal vez tres generaciones viven".

Gerardo Mendizábal comentó que desde el lado de los inversionistas, estos proyectos se vuelven una garantía, ya que al final se están enfocando los esfuerzo comerciales a lograr satisfacer las necesidades del cliente final de manera independiente y con campañas específicas.

"Todo tiene que ver con el concepto y con ver la forma de comercializarlo, en esa adaptabilidad he visto proyectos, por ejemplo en Guadalajara, puede coexistir varias generaciones y si bien comparten hábitat, pero con amenidades específicas".

Ignacio Ramírez
INVERTI

María Ocampo
MOXI GLOBAL

Xavier Toussaint
U-CALLI

Gerardo Mendizábal
HIR CASA

Jorge Bracho
HKS MÉXICO

Panel 12

REGIOPOLIS. RELATOS DE CIUDAD. EVOLUCIÓN DE LA HOSTELERÍA EN MONTERREY

Alejandro Ibarra
REGIOPOLIS

Daniel Rivera Río
KOLI COCINA DE ORIGEN

Patricio Rivera Río
KOLI COCINA DE ORIGEN

El último panel de REBS Monterey corrió a cargo de la moderación de Alejandro Ibarra, founder de Regiopolis, quien platicó con Daniel Rivera del Río y Patricio Rivera del Río, socios y fundadores de KOLI Cocina de Origen.

Es importante mencionar que recientemente KOLI fue galardonado con una estrella en la Guía Michelin 2024, por su excelencia y calidad.

"Estamos comprometidos con seguir innovando y mejorando constantemente la oferta gastronómica y la experiencia de cliente para mantenernos y fortalecernos en la industria restaurantera", comentó Patricio Rivera del Río.

De acuerdo con los fundadores, KOLI Cocina de Origen es un restaurante que enaltece la cocina tradicional de Nuevo León que está operado y fundado desde hace nueve años por tres hermanos, Daniel, Patricio y Rodrigo, y su madre.

A lo largo de estos años, han incorporado influencias modernas y técnicas avanzadas de presentación de platillos, a la par que han expandido su capacidad y se han adaptado a los cambios de los comensales, lo que ha detonado la atracción de nacionales e internacionales.

INMOBILIARE | 25 AÑOS REB SUMMIT +EXPO

CERO-EMISIONES

PLANETA CARBONO NEUTRAL.

Total tonCO2e: 23

Folio: CB0405

Fecha: 31/05/2024

Este certificado es entregado a:

EDITORIAL MEXICANA DE IMPRESOS S.A. DE C.V.

Grupo Ecológico Sierra Gorda I.A.P. (GESG) certifica que se han retirado 23 tCO2e de carbono del proyecto "Carbono Biodiverso en la Reserva de la Biosfera Sierra Gorda" identificado con el registro SEDESU-RPC-010.

GESG-2024-NVMEGM-000023

Esta acción mitiga el cambio climático, protege bosques ricos en biodiversidad, especies en peligro de extinción y apoya la economía de propietarios locales. La compensación voluntaria no sustituye el compromiso de la empresa para reducir las emisiones generadas anualmente.

Bloque de código de serie

Organización gestora	País	Estado	Propiedad	Año	Número de inicio	Número final

GESG-MX-QUE-TVTDRĮ-2020-000000-000022

Es entregado por: Grupo Ecológico Sierra Gorda IAP

AGENDA

SEPTIEMBRE

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30			

OCTUBRE

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30	31		

12 Sep

REBS Guadalajara

Conoce las tendencias emergentes que están moldeando el mercado inmobiliario en Guadalajara. Capitaliza las oportunidades de inversión en esta región dinámica y conécta con más de 200 profesionales de alto nivel.

www.rebs.mx

Ubicación: Hilton Guadalajara Midtown

REB+ SUMMIT

GUADALAJARA
12 SEP 2024

20 - 23 / SEPTIEMBRE

Mextropoli

Festival de Arquitectura y Ciudad más importante de América, que reúne más de 80 mil personas diseñando ciudad: estudiantes, ciudadanos, profesionistas, turistas, creativos, servidores públicos, artistas, líderes de opinión y expertos en la materia, para generar conocimiento, intercambio y una nueva visión de ciudad a través de la arquitectura.

Ubicación: Teatro Metropólitan, Alameda Central, Museo de la Ciudad de México, Colegio de San Ildefonso, Centro Cultural de España, Laguna, Centro Cultural el Rule, Museo de Arte Popular y Laboratorio de Arte Alameda.

MEXTRÓPOLI

9 - 11 / OCTUBRE

Expocihac

Evento relevante en el sector de la construcción, arquitectura y diseño, es la plataforma que brinda herramientas, proveedores, tecnologías y soluciones que marcan tendencia en la industria en cualquier etapa de la obra: negra, gris y blanca.

Ubicación: Centro Citibanamex, CDMX

15 - 17 / OCTUBRE

Obra Blanca

Evento de arquitectura e interiorismo para impulsar todo el potencial del sector; durante tres días los asistentes podrán disfrutar de conferencias, actividades y propuestas desarrolladas a favor de tomar acción y ser partícipes de un futuro del sector cambiante y lleno de posibilidades.

Ubicación: Expo Santa Fe, CDMX

15 - 17 / OCTUBRE

Cytyscape Qatar

El evento permitió a los delegados y visitantes tener lugar en un entorno dinámico que dio una idea del futuro de los bienes raíces de Qatar y Oriente Medio.

Ubicación Centro de convenciones y exposiciones de Doha, Qatar

Cityscape

26 / OCTUBRE

Cumbre Inmobiliaria "De cara a un nuevo sexenio"

La Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) llevará a cabo el evento "De cara a un nuevo sexenio", el cual será abordado por el presentador, comediantes y youtuber mexicano, Chumel Torres, hablará sobre lo que le espera al país en los siguientes seis años.

Ubicación Centro Citibanamex, Ciudad de México

30 Y 31 / OCTUBRE

EXNI

EXNI 2024 es el encuentro más importante de real estate en México organizado en un formato innovador de un evento cero emisiones netas. Obtén acceso a una red global de profesionales en todo el ecosistema de negocios inmobiliarios. Un espacio donde se discutirán ideas para resolver las problemáticas y desafíos para un mercado más moderno y sustentable.

Ubicación Hotel Camino Real Polanco, CDMX

ConectandoNegocios.com
Conecte con Miles de Proyectos en Construcción
de México, Colombia, Centro América y el Caribe.
Hoteleros
Residenciales
Corporativos
Centros Comerciales
Usos Mixtos
Megaproyectos
Aeroportuarios
Hospitalarios
Industriales
Recintos Educativos
Culturales
Deportivos
ESCANEE EL QR
PARA SOLICITAR MÁS INFORMES
Con el respaldo de
EQUIPAR
CONECTANDO NEGOCIOS
CONTACTO OFICINAS COMERCIALES
Cancún: +52 998 845 9537
CDMX: +52
Bogotá: +57 316 818 5580

Encuentranos en:

INMOBILIARE

inmobiliare.com

25 AÑOS

+150 mil
USUARIOS ÚNICOS WEB MENSUAL

+260 mil
VISITAS A LA PÁGINA

+80,000
NEWSLETTER

REDES SOCIALES

+12,457 mil
SEGUIDORES

+35,277 mil
SEGUIDORES

+12,853 mil
SEGUIDORES

+34,378 mil
SEGUIDORES

1,850
SEGUIDORES

ENCUÉNTRANOS EN:

INMOBILIARE 25 AÑOS

readee

REB+
SUMMIT
GUADALAJARA
12 SEP 2024
HILTON GUADALAJARA
MIDTOWN
Adquiere tu boleto
www.rebs.mx