

HAY MILES DE PROPIEDADES SIN VENDER DESDE EL 2008

BC pondrá a la vista corredor inmobiliario

Gobierno e IP solicitaron a Capufe promocionar la zona costera con módulos en la Carretera Escénica

Sandra Cervantes
EL ECONOMISTA

Tijuana, BC. EL SECTOR inmobiliario y los gobiernos municipal y estatal propusieron a Capufe la instalación de módulos a lo largo de la autopista Escénica, para promover los desarrollos ubicados en el corredor costero Tijuana-Ensenada.

Los fraccionamientos, lotes, casas y departamentos conjuntan un potencial de ventas de 250 millones de dólares, pero el sector no ha podido reactivarse del todo a partir de la crisis financiera del 2008.

La propuesta es iniciativa del Consejo Estatal de Profesionales Inmobiliarios, la Secretaría de Turismo del estado (Secture), el ayuntamiento de Tijuana y el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, explica Héctor Riveros Moreno, regidor presidente de la Comisión de Desarrollo Económico.

“Esta estrategia surge como un proyecto detonador de la economía. La reunión se sostuvo con la licenciada Rosa María Castañeda, delegada Regional de Caminos y Puentes Federales (Capufe), para impulsar la rentabilidad de la zona costa”, comenta el regidor.

Entre los puntos solicitados a Ca-

pufe, indica, está la instalación de módulos en las tres casetas de cobro de la autopista escénica Tijuana-Ensenada, donde se disponga de información sobre desarrollos inmobiliarios, así como la señalética para los accesos carreteros a los mismos.

Otro de los compromisos es firmar un acuerdo de coordinación con los desarrolladores inmobiliarios, de manera que en próximas fechas se entregará una propuesta del formato del módulo de información que se colocará en las casetas de cobro para los turistas, inversionistas y vecinos de la zona.

SE DETONARÍA MÁS EMPLEO QUE EN LA MAQUILA

Por su parte, el representante del sector inmobiliario turístico de la costa de Tijuana, Luis Bustamante Fernández, destacó la apertura de Capufe por atender esta petición y la importancia de sumar esfuerzos para impulsar el turismo inmobiliario en esta zona, que se ha visto despegar a paso lento desde la crisis del 2008.

“Si logramos entre todos reactivar la economía podemos llegar a tener hasta 60,000 empleos, más de lo que puede tener el sector maquilador, ya que se promoverían condominios, casas y lotes”, considera.

“Se estima que 50% de estos serían comprados por extranjeros, 25% por tijuanaenses, y otro 25% por mexicalenses”.

Según datos de la inmobiliaria Bustamante Realty Group, a lo largo del corredor Tijuana-Ensenada se tienen alrededor de 64 proyectos

inmobiliarios, equivalentes a 9,076 condominios.

De estos 60 desarrollos que se encuentran en este corredor, alrededor de 40 lograron reactivarse en cuanto a venta y otros 10 permanecen congelados.

A MITAD DE PRECIO QUE EN EU

De acuerdo con información de la Secture, actualmente existe un padrón de 1,040 unidades disponibles a lo largo de la costa Tijuana-Ensenada, que significan un potencial de ventas de 250 millones de dólares, mientras que otras 1,500 unidades se encuentran en obra gris.

El valor unitario promedio de las propiedades en la zona costa oscila en los 240,000 dólares, lo que podría representar un valor de 30 hasta 50% menor que en Estados Unidos, de ahí que el mercado potencial californiano es importante.

scervantes@eleconomista.com.mx

64

DESARROLLOS inmobiliarios hay a lo largo de la costa Tijuana-Ensenada.

250

MILLONES de dólares es el potencial inmobiliario en ventas de la zona.

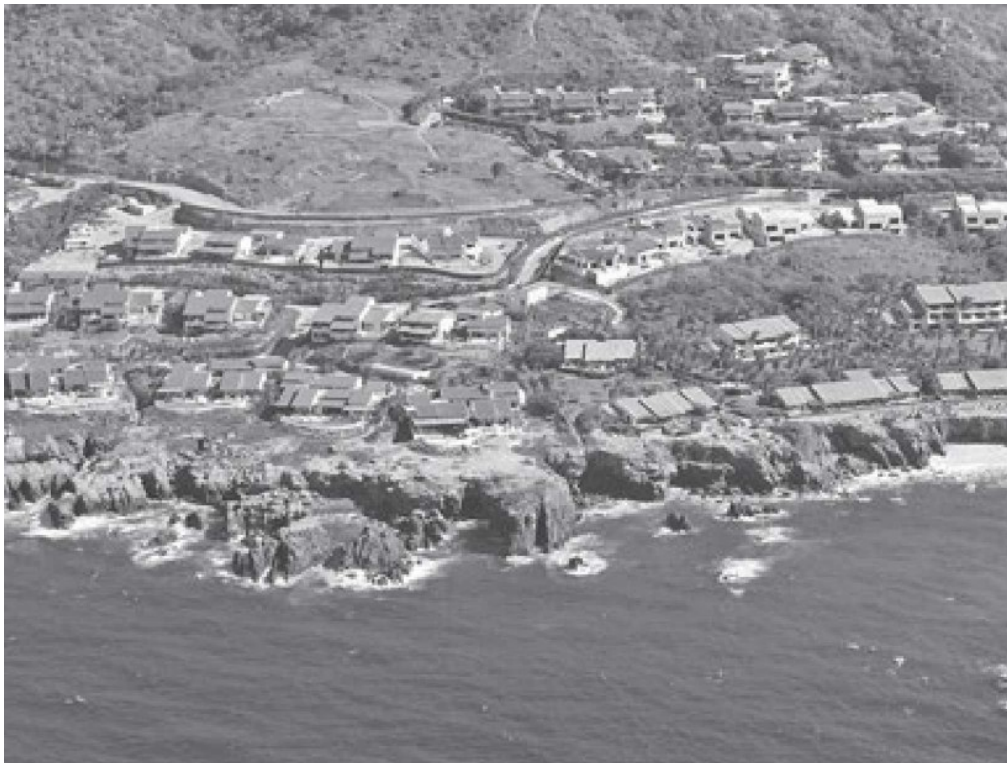


Fecha 17.07.2014	Sección Urbes y Estados	Página 28
----------------------------	-----------------------------------	---------------------

☎ “Es un gran reto que se lograría con el esfuerzo de todos, generando una política pública, esa es la clave de esto”.

☎ Si logramos entre todos reactivar la economía, podemos llegar a tener hasta 60,000 empleos, más de lo que puede tener el sector maquilador”.

Luis Bustamante, director de Bustamante Realty Group.



▲ **Puerta abierta.** La idea es facilitar las visitas a las propiedades en venta. FOTO: FONATUR