



GRUPO QUESTRO

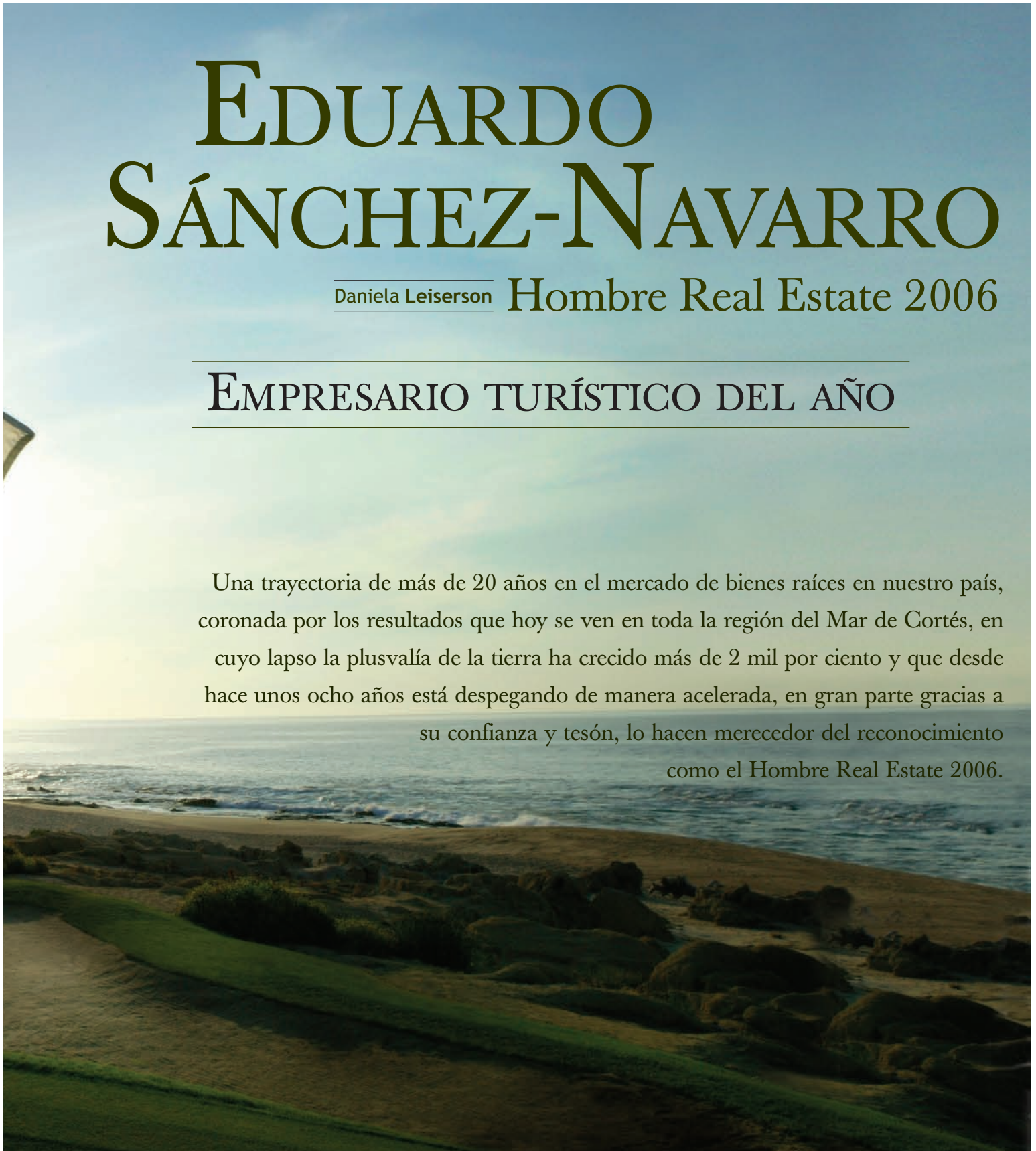
Cabo Real

EDUARDO SÁNCHEZ-NAVARRO

Daniela Leiserson Hombre Real Estate 2006

EMPRESARIO TURÍSTICO DEL AÑO

Una trayectoria de más de 20 años en el mercado de bienes raíces en nuestro país, coronada por los resultados que hoy se ven en toda la región del Mar de Cortés, en cuyo lapso la plusvalía de la tierra ha crecido más de 2 mil por ciento y que desde hace unos ocho años está despegando de manera acelerada, en gran parte gracias a su confianza y tesón, lo hacen merecedor del reconocimiento como el Hombre Real Estate 2006.



Por segundo año consecutivo, la revista Real Estate otorga el reconocimiento al Hombre Real Estate, en esta ocasión al empresario turístico del año. El ganador del premio Real Estate 2006, por decisión casi unánime del Consejo Editorial y del Comité Interno, fue el Sr. Eduardo Sánchez-Navarro. El galardón fue definido por su trayectoria, visión y compromiso con la industria inmobiliaria de México.

Su confianza en la zona de Los Cabos aunado a su tesón por hacer lo necesario, paciencia y capacidad de liderazgo empresarial, permitió que en los últimos 20 años la plusvalía de la tierra haya subido más de 2 mil por ciento y el destino se haya posicionado para un público de primer nivel internacional.

Además de su larga trayectoria en el desarrollo de bienes raíces en México fue el visionario que plantó la semilla del proyecto más ambicioso del país, que hoy demostró ser el detonador de una región.

Su confianza y participación en Los Cabos primero, y de su contagio en la zona después, logró detonar y atraer inversiones, derrama económica y posicionamiento de primer nivel para el turismo en México, por miles de millones de dólares (mdd). Eduardo Sánchez-Navarro es desde hace unos 20 años uno de los pioneros y el mayor desarrollador de Los Cabos. En su historial se cuentan los conjuntos Cabo Real, Puerto Los Cabos, El Dorado y Campestre San José, los cuales incluyen hoteles, condominios, residencias, áreas comerciales y los campos de golf más reconocidos en ese

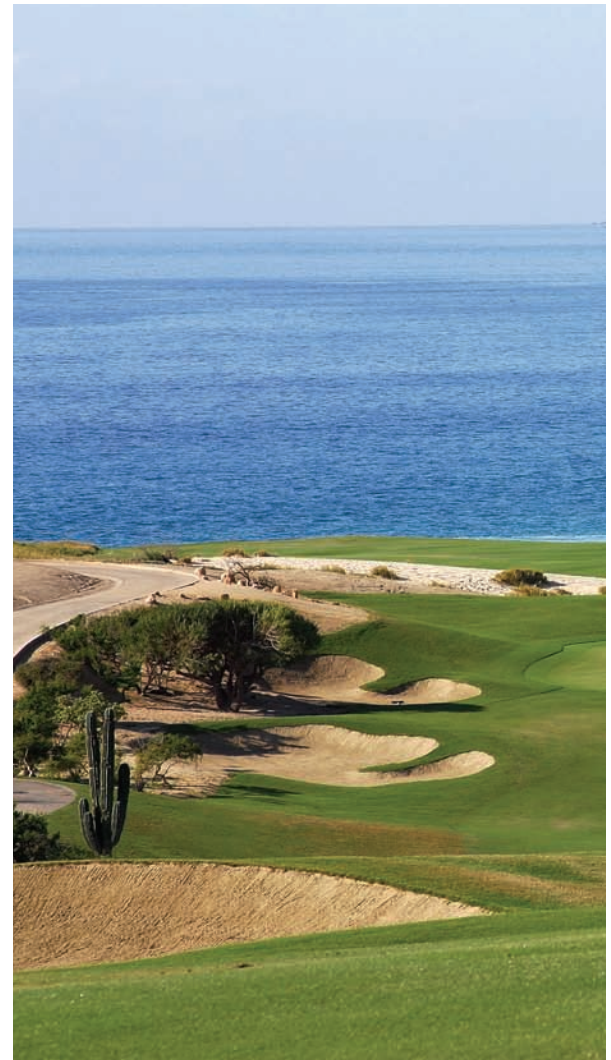
destino turístico. Hoy, el trabajo sembrado por Sánchez-Navarro ha florecido en dos vertientes conducidas por sus delfines: dos de sus seis hijos. Eduardo dirige el Grupo Questro, y Diego el Grupo Casa, conformando todo un imperio inmobiliario de capitales 100 por ciento mexicanos.

Aunque él sigue muy activo, como presidente del consejo, se puede dedicar por fin a su talento de alma, la visión y creatividad para nuevos desarrollos para supervisar la operación de sus dos grupos. La directiva es clara: cada uno tiene que hacer crecer su empresa y que tome un rumbo corporativo que trascienda en el tiempo. Ambos están llevando el negocio de empresa familiar a organización institucional, en una labor titánica, sobre todo de cambio cultural y político. Todo, timoneado por Eduardo padre.



GRUPO QUESTRO

Cabo Real



La visión de Eduardo Sánchez-Navarro sobre un desarrollo inmobiliario integral con actividades turísticas en la zona terminó de detonar el movimiento, inicialmente con Cabo Real en 1986, uno de los primeros y de los mayores en su tipo.

INSPIRACIÓN PARA EL SUEÑO

¿Pero cómo comenzó todo? Por un viaje de luna de miel hace 22 años, descubrió el menos conocido de los paraísos mexicanos. Allí quedó fascinado por las bellezas naturales de la zona y en medio del desierto.

El destino era conocido sólo como destino exclusivo y de pesca en el que las estrellas de Hollywood de los años cincuenta iban a pescar. Ya desde los años ochenta, con el desarrollo de los resorts Palmilla y Las Ventanas –a mil 200 dólares la noche, precio que hoy sólo equivale a la inversión



El Dorado

de un pie cuadrado construido en una villa de 3 mil pies cuadrados– comenzó a despegar.

La visión de Eduardo Sánchez-Navarro sobre un desarrollo inmobiliario integral con actividades turísticas en la zona terminó de detonar el movimiento, inicialmente con Cabo Real en 1986, uno de los primeros y de los mayores en su tipo. En los noventa construyeron un Meliá con muchísimo esfuerzo y luego el campo de golf de Cabo Real.

La zona, apoyada por Fonatur con su plan de 28 marinas la “Escalera Náutica” venía avanzando a un ritmo muy lento, mientras todos los ojos estaban puestos en Cancún. A partir de Cabo Real comienza a ser más visible para el público high end norteamericano y entonces se acelera la velocidad, porque el destino empieza a tomar el “color de golf” y comienza a desarrollar la confianza de los compradores por los desarrollos integrales para segunda casa de lujo.

Desde el principio la idea fue hacer de Los Cabos un destino de golf de alto nivel profesional y en uno de los entornos de mar y desierto más bellos del mundo. “Hemos tratado de mantener Los Cabos como destinos high end cuidando todos los detalles para que las cosas se hagan y mantengan bien”, puntualiza Eduardo Sánchez-Navarro Redo.

Entre esos detalles se encuentran la contratación o alianza con especialistas de firma en el diseño de los mejores campos de golf del mundo y su postura contra los casinos. Según sus propias declaraciones: “La experiencia internacional muestra que los casinos afectan negativamente a la hotelería y a las empresas establecidas fuera de los casinos. Se ganan empleos por una parte y se pierde por la otra. Además se incrementan los jugadores compulsivos que pierden su empleo y tienen problemas familiares”.

Entonces los campos de golf se pusieron de acuerdo para promover el Senior Slam en la zona, un desarrollo cada año, esto duró unos seis años y sirvió para promover muchísimo la zona. Se fueron sumando campos de firma de primer nivel, como el de El dorado, Cabo del Sol. Nombres como Greg Norman, Jack Nicklaus y

Tom Weiskopf se sumaron a los factores por los que los green fees (acceso al campo por día) llegarán a costar 300 dólares en temporada alta, tan caros como los del mismo St. Andrews en Escocia. Actualmente hay siete campos de golf, tres en construcción y cuatro en planeación.

EL FACTOR CONFIANZA

Luego comenzaron a llegar inversiones más fuertes en cadena. El Westin atrajo otros hoteles internacionales, como el Fiesta Americana, el Sheraton, el Hilton. Están interesadas más cadenas como Four Seasons, Ritz Carlton, Fairmont, Raffles, Grand Heritage, Banyan Tree, entre muchas otras. En los últimos ocho años las inversiones despegaron a una escala mucho mayor.

Entre las grandes inversiones que se pueden contar ahora son las de Chileno Bay, con capitales mayormente estadounidenses, administrado por Gonzalo Franyuti, ex director de Fonatur en Los Cabos,

**Grupo Vista Serena
construirá en 570 hectáreas
ubicadas entre Cabo del Sol
y Chileno Bay,
en San José del Cabo.**

el proyecto residencial de dos mil mdd en mil 265 acres espera incluir 650 casas que costarán desde unos tres mdd cada una (los departamentos se venden desde el medio millón de dólares).

Grupo Vista Serena construirá en 570 hectáreas ubicadas entre Cabo del Sol y Chileno Bay, en San José del Cabo; dos hoteles, campo de golf, club de playa y zona residencial. Este año se anunció el ambicioso proyecto residencial turístico llamado Diamante del Mar, se invertirán 450 mdd en un desarrollo en 600 hectáreas, el cual cuenta con 2.5 kilómetros de litorales en el predio El Cardonal, en la zona de Los Cangrejos, a 15 kilómetros al norte de puerto Los Cabos por la zona del Pacífico. Seguramente seguiremos escuchando anuncios en todo el Mar de Cortés.



Hotel Hilton Los Cabos

LO DE HOY

El que apostó por Los Cabos y por las zonas del Mar de Cortés y supo esperar, como Eduardo Sánchez-Navarro, hoy puede ver resultados más que positivos de su paciencia y confianza.

Mientras el costo de la tierra en los años ochenta estaba alrededor de los ocho dólares el metro cuadrado, hoy, con el mercado ya llegando a una cuasi madurez, las zonas costeras pueden costar alrededor de los 100 dólares, y eso si se logra conseguir quién las venda.

A mitad de año el Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP) reportó avances en el tráfico de pasajeros, avanzó en junio de 2006 en 2.3 por ciento impulsado por los pasajeros internacionales.

El mercado natural de la zona del Mar de Cortés está constituido mayormente por los baby boomers (y los no tan boomers) de los estados de Arizona, Tucson y San Diego. Cada año cerca de un millón 600 mil turistas llegan a este destino, en crecimiento constante de un 16 por ciento, y todos se desesperan por comprar casas. Ya los mexicanos también comienzan a poner sus ojos para invertir en segundas casas de lujo.

Sus precios de referencia en los lugares de playa locales permiten comprar más

MAR, CAÑADAS Y MARINAS

Arquitecto Eduardo Rincón Gallardo Director general de Singlar de CV, empresa operadora del proyecto del Mar de Cortés.

Eduardo Sánchez Navarro no es sólo un inversionista que busca la oportunidad, es un hacedor. Ayudó a darle forma y consolidar todo el CIP (Centro Integralmente Planeado) de Los Cabos, que al principio era realmente muy lento.

Hace 30 años comenzó en Los Cabos desarrollando el estero del viejo pueblo de San José, donde sólo habíamos podido hacer un hotel Presidente y luego hizo lo mismo en San Lucas, donde Fonatur realizó la marina.

Hasta entonces Los Cabos no tenía un posicionamiento claro y estaba más bien hasta desinflado a nivel de inversiones. Con la coincidencia de su primer proyecto inmobiliario en San Lucas Casa del Mar, con el desembarco del hotel Westin de la cadena Starwood, se llevó a cabo el primer cambio.

Ambos descubren que el destino tiene un potencial de alto valor y se juegan por apostarle a la calidad, dejando totalmente fuera la variable del turismo masivo y barato como el de Cancún.

Entonces se definieron estándares altos en el destino de la oferta. La apuesta de Sánchez Navarro tuvo una historia con etapas bien definidas. Primero comenzó con todas las fichas en el mar, al turismo de alto nivel con hotelería de baja densidad y bajo impacto. Luego fue capaz de

visualizar en las zonas áridas y desérticas, que en las cañadas que bajan al mar eran una oportunidad espectacular para el golf como destino.

Es la persona que más ayudó a posicionar Los Cabos como destino de golf de primer nivel a nivel mundial y a posicionarlo por su belleza y dificultad, entre los más caros en México y el mundo.

Eso ya fue un jalón importante para que otras firmas se sumaran a la apuesta del turismo de calidad en la zona y se desarrollara la propiedad de golf. Pudo haberse quedado ahí, pero no. Además de darle continuación y mejora a los dos conceptos anteriores, concibe su tercera gran apuesta de manera más integral: las marinas. Se supo ubicar geográficamente para entender que la oportunidad de la zona es la del yachting de alto nivel y rescató el viejo proyecto de Fonatur Puerto Los Cabos. Ha ido sumando apuestas en abanico y con ellas a la gente.

Entendió el potencial de un territorio tan sui generis como destino, le apostó a él en etapas sucesivas. En San José retomó un viejo proyecto de Fonatur y apuesta por él, incorpora el turismo náutico de alto nivel junto con el de condominios con golf, a la vez que comienza a resolver problemas sociales y ambientales de la población. Fue el propulsor del reordenamiento del estero a través de sus escolleras, un reordenamiento urbano ubica y reordena a la población.

Se comienza a posicionar como un líder de los empresarios. Los destinos requieren de

ese tipo de liderazgo para poder arrancar y mantenerse. Esa es la diferencia entre un compromiso con el lugar y su gente, y un gerente que viene a administrar inversiones corporativas, que recogen su dinero y se van.

Él invirtió tiempo y esfuerzo en organizar y fortalecer al empresariado turístico local, con la creación del Consejo Coordinador Empresarial de Cabo San Lucas, el cual tiene visión empresaria de la zona, para mejorar la infraestructura, y la vida de los habitantes. Tiene una vena de responsabilidad social heredada de su padre.



atractivo y exclusivo con menos. Un condominio comprado en Baja por 500 mil dólares costaría, con parámetros similares, unos 3 mdd en La Jolla, San Diego.

“La clase alta del suroeste de Estados Unidos va a vacacionar a Los Cabos y ellos atraen a las clases media alta y media”, ilustra Eduardo hijo.

Aunque el ticket de avión ya no es prohibitivo, porque la cantidad de personas que viajan ha subido, Los Cabos sigue siendo un destino súper caro y exclusivo.

El green fee (acceso a campos de golf por día) es uno de los más altos del mundo, por ejemplo el de Cabo Real en temporada alta es de 300 dólares.

En el gasto promedio del turista que visita los destinos de golf y marinas se pueden contemplar habitaciones a 700 dólares la noche, cenas a 500 dólares, renta de un barco a mil 500 dólares diarios, entre otros gastos, que implican una gran derrama económica para la región.



Grupo Ojeteo

Puerto de Los Cabos



Grupo Ojeteo

Cabo Real

La región en los últimos cinco años ya recibió y recibe inversiones de miles de mdd, de inversionistas mexicanos y americanos.

En el mes de mayo el crecimiento fue más dramático: 4.4 por ciento de crecimiento, con 12.2 por ciento de crecimiento en los pasajeros internacionales y un

Los Cabos ya es un destino detonado y en pleno desarrollo. Ahora los Sánchez-Navarro, fieles a su visión de desarrollo de sitios “nuevos”, firmaron una alianza en Puerto Peñasco, en el Estado de Sonora.

A mitad de año el Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP) reportó avances en el tráfico de pasajeros, avanzó en junio de 2006 en 2.3 por ciento impulsado por los pasajeros internacionales, los cuales aumentaron en 8.4 por ciento, y la mayor variación se observa en Los Cabos, con un 11.1 por ciento de incremento comparado con el año anterior.

aumento de 46.1 por ciento en Los Cabos. La empresa invirtió unos 568 millones de pesos en el periodo 2000-2004 en el aeropuerto, excediendo su compromiso por un 113 por ciento.

La misma firma prevé un crecimiento del desarrollo turístico e inmobiliario turístico, por lo que llevará a cabo una expansión del Aeropuerto Internacional de Los

Cabos con un valor de 200 millones de pesos, que incrementarán la capacidad de llegadas y salidas en un 50 por ciento, de acuerdo con las obligaciones de inversión del Plan de Desarrollo Maestro 2005-2009. Hasta ahora lleva invertidos 35 millones de pesos adicionales, superando su compromiso en 150 por ciento. Por ejemplo Delta Air Lines anunció que abrirá ocho nuevas rutas en el norte de nuestro país, que, aunque no se saben aún los destinos, se supone que cubrirán la zona del Mar de Cortés.

LO DE MAÑANA

Los Cabos ya es un destino detonado y en pleno desarrollo. Ahora los Sánchez-Navarro, fieles a su visión de desarrollo de sitios “nuevos”, firmaron una alianza en Puerto Peñasco, en el Estado de Sonora. El Grupo Questro y el Grupo Sandy Beach Resorts (SBR) serán socios en el desarrollo de un complejo inmobiliario por un valor de mil 200 mdd.

El proyecto de unas 255 hectáreas iniciará en enero de 2007 e incluirá dos hoteles de playa con 300 cuartos de marca internacional, 900 condominios de playa de tiempo completo y fraccional, un campo de golf de campeonato y mil casas de golf (que dan al campo). También contará con amenidades como un club campestre privado con spa, gimnasio, albercas, canchas de tenis, un club de playa privado y áreas comerciales. El proyecto total prevé su conclusión en 2012 y las unidades podrían comercializarse entre 230 mil dólares para los departamentos y 7 mdd para las residencias.

La compañía espera ganar 40 por ciento anualizado sobre la inversión en los próximos 10 años con la consecuencia posible de un aumento de la reevaluación de los alrededores en aproximadamente un 20/30 por ciento anual.

La zona de Puerto Peñasco ya está cotizada como la más cara de México, al punto de promediar los mil dólares por metro cuadrado. En sólo siete años la plusvalía de la zona ha aumentado 953 por ciento.

El grupo SBR, pionero del desarrollo planeado de Peñasco, lleva edificadas mil 500 unidades en diferentes proyectos, como Esmeralda Resort, Casa Blanca y Princesa.

SUEÑO HECHO REALIDAD

John Vaughan Redo, director general de Cabo Real, socio y amigo personal.

Eduardo se caracteriza por su gran visión. Recuerdo cómo hace 20 años me platicaba de los hoteles y campos de golf que se imaginaba, yo le decía que estaba soñando, pero hoy se logró todo.

Del primer plan maestro que hemos seguido casi al pie de la letra se fue materializando el sueño en el tiempo. Pero no es sólo un soñador. Además de involucrarse personalmente en todo lo que haga falta, desde fundar el Consejo Coordinador Empresarial de Los Cabos, fue instrumento para que se presente y apruebe un plan de desarrollo del municipio de Los Cabos, para que el crecimiento que ya estaba rebasando a las autoridades se pautara de manera ordenada. La pauta era pareja para todos.

Desde las alturas, densidades, calles, el medioambiente. Esto fue clave en el momento en que la zona comenzó a crecer, cuando de cinco mil habitantes que había hace muchos años, ahora llegan a 75 mil en San Lucas y otro tanto en San

José, donde el crecimiento poblacional es cercano a 20 por ciento. La región está atrayendo gente nueva de todas las esquinas de la República.

Eduardo es hombre de planes, “porque si no tienes un plan, no tienes nada”. A los planes los ve, los cuida en su detalle y los lleva a cabo.

La gente lo respeta muchísimo por su visión y compromiso con todos los involucrados en sus planes. Otro rasgo interesante de su personalidad es su confianza. Los Cabos era un paraíso inaccesible y sin equipar, la gente no llegaba aquí y no había hoteles importantes al principio.

El confió en Fonatur y su aeropuerto en los años ochenta, cuando la gente estaba enfocada en Cancún. Son riesgos, en Bahía Concepción se compró un terreno y no ha pasado nada en 20 años, el dinero estuvo durmiendo. Fue una apuesta, no sabíamos que iba a pasar, pero contábamos con la confianza y tesón de Eduardo, que nos motivaba a todos los demás.

El gobierno está acompañando, con el anuncio de la construcción del primer Centro de Convenciones y Exposiciones, que tendrá una capacidad para 2 mil 500 personas.

Se espera que sea inaugurado para el segundo trimestre de 2007, para la Reunión Anual de Gobernadores Fronterizos. También están por terminarse la carretera costera que reducirá el viaje por tierra desde San Diego a 4.5 horas y el nuevo aeropuerto internacional que comenzará a operar en 2008.

MÁS APUESTAS

Otras apuestas de Questro son los desarrollos de Cabo San Lucas y San José del Cabo. Mientras el primero es donde se encuentra la fiesta, el segundo tiene el espacio cultural. La oferta del grupo incluye también el entretenimiento, como un delfinario y un parque temático.

El rápido crecimiento de Questro en el último lustro se debe en parte a la detonación de la región en Baja California Sur y en parte a las habilidades del equipo padre-hijo.

“Hemos tenido la habilidad de asociarnos con diferentes empresas especializadas en su rubro y eso nos ha ayudado a que las cosas vayan fluyendo mejor y más rápido”

Eduardo Sánchez-Navarro hijo.



QUESTRO



GRUPO QUESTRO

San José del Cabo

EMPRESARIOS DE FAMILIA

La familia Sánchez-Navarro siempre estuvo vinculada con las tierras. Llegaron a poseer hasta la época del segundo imperio, 17 millones de hectáreas en el Estado de Coahuila, calificado como el latifundio más grande de América Latina.

Su abuelo vendió las tierras a una empresa estadounidense huyendo con el dinero y dejando a toda la familia, descendientes de Maximiliano de Habsburgo, en la total pobreza.

No obstante don Juan (1913-2006) llegó a reponerse con creces, como empleado raso de cervecería Cuauhtémoc, luego lo llamaron de Grupo Modelo, donde fue ascendiendo por el área de publicidad hasta llegar a ser socio cuando los primeros dueños le vendieron la empresa a un pequeño grupo de empleados jerárquicos.

El presidente del Grupo Modelo fue cofundador del Partido Acción Nacional (PAN) y de diversos organismos de representación empresarial del país como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), el Consejo Mexicano de Hombres

de Negocios, el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP) y la Confederación Nacional de Cámaras Industriales (Concamin), entre otros. Se le reconoce una fuerte vocación académica en el campo del Derecho, donde ha cosechado reconocimientos y honores.

La influencia de don Juan Sánchez Navarro y Peón, quien fuera bautizado por la opinión pública como “el ideólogo de la Iniciativa Privada”, ha traspasado el ámbito de los negocios para extenderse a los círculos intelectuales, al periodismo, los deportes, la asistencia social y la academia.

Su mítico rancho en Teotihuacán, comprado en el año 1962 con facilidades, era un terreno donde “sólo había magueyes y unos pirules”, que al día de hoy va camino a convertirse en un gran bosque y que también permite a los ejidatarios cultivar hortalizas.

Además, por supuesto, está su casa preciosa, con una biblioteca espléndida y un salón dedicado a su pasión por la charrería.

En la siguiente etapa del desarrollo de la zona, se verá fuerte el turismo náutico. México posee 11 mil kilómetros de litoral vasto en biodiversidad y espectacular en su paisaje, el turismo náutico apenas comienza a ganar un papel relevante como actividad generadora de recursos y nuevos empleos.

La marina de Los Cabos va a ser un centro de visita obligada por el día para todos los visitantes de Los Cabos.

Lo sembrado por Fonatur con su megaproyecto de la Escalera Náutica del Mar de Cortés, con sus 24 marinas a 110 millas náuticas entre sí, empieza a florecer. La idea de Fonatur con esta iniciativa es la de proporcionar alojamiento y servicios a los barcos que lleguen para estadías cortas, fomentando así el desarrollo de marinas para alojamiento permanente de los barcos que naveguen el Mar de Cortés.



Marina de Los Cabos

El grupo Questro ya está próximo a inaugurar su marina de Puerto Los Cabos, con 480 posiciones. “La sentimos como el corazón del megadesarrollo y va a quedar padrísima”, explica orgulloso Eduardo Sánchez-Navarro hijo.

La marina va a ser además un centro de visita obligada por el día para todos los visitantes de Los Cabos, porque va a tener locales comerciales, restaurantes y pequeños cafés que se podrán recorrer en trenecito. Allí, una alianza con el Grupo Trinity Investments operará bajo la franquicia de The Landmark Hotels Group un hotel con residencial.

EL PORTAFOLIO

El rápido crecimiento de Questro en el último lustro se debe en parte a la detonación de la región en Baja California Sur y en parte a las habilidades del equipo padre-hijo. “Hemos tenido la habilidad de asociarnos con diferentes empresas especializadas en su rubro y eso nos ha ayudado a que las cosas vayan fluyendo mejor y más

Como el tiempo de la gente es escaso, el tiempo de descanso es más valioso cada vez. Hay una tendencia muy marcada en la gente a gastar más para tener servicios de primera.

PANORÁMICA DE LOS MAYORES DESARROLLOS TURÍSTICOS INTEGRALES EN BAJA CALIFORNIA SUR

Cabo San Lucas	Fonatur	
Reven	Privado	302 ha
Punta Balena	Privado	72 ha
Cabo del Sol	Privado	728 ha
Chileno Bay	Privado	N/A
Cabo Real	Privado	1,342 ha (ppt de Gerardo/ según Questro son 2,500) 1er. desarrollo turístico integral en Los Cabos
Palmilla	Privado	364 ha
Querencia	Privado	640 ha
Club Campestre San José	Privado	215 ha
San José Del Cabo	Fonatur	
Puerto Los Cabos	Privado	890 ha



GRUPO QUESTRO

Campo de Golf El Dorado