

EL PROYECTO

Situado en un terreno de 21 mil metros cuadrados de los cuales 11 mil son de construcción, ubicado en la Tercera Etapa del Río, el World Trade Center Tijuana contará con:

- 7 niveles
- 2 para el centro de exposición, salas de exhibición, salas de juntas
- 5 para oficinas corporativas con pisos de mil 350 metros cuadrado
- 320 espacios para estacionamiento



WTC Tijuana: Una ventana al mundo

Más que un edificio, *el concepto* de este lugar es sinónimo de comercio global, y ahora más empresarios *tijuanenses y bajacalifornianos* podrán ofrecer sus *productos* al resto del mundo y elevar *su competitividad*



Gregorio Goldstein Isaacson.

World Trade Center: Un ícono mundial

- » En 1939 la Feria Mundial que se celebraba en Queens, Nueva York decide llamar a su terreno "Centro de Comercio Mundial".
- » En 1973 se inauguran las Torres Gemelas de Nueva York, sede del WTC e ícono del comercio a nivel mundial.
- » En 1959, el empresario David Rockefeller impulsa la creación de un edificio permanente que sirva de lugar de reunión para todos los organismos y empresarios de modo que fomentará el comercio internacional.
- » En 1969 surge la World Trade Center Association (por su nombre en inglés), por la necesidad de la creación de instalaciones que sirvieran como centros estratégicos para la promoción del comercio internacional, aunado a la creación de una red de servicios de apoyo.
- » En la actualidad la WTCA alberga 330 World Trade Centers en 101 países y más de un millón de miembros a nivel mundial.
- » La Asociación de WTCA funciona como coordinador de todos los centros en el mundo.
- » Sus principales objetivos: promover las relaciones comerciales internacionales; fomentar la asistencia mutua y la cooperación entre sus miembros; fomentar una mayor participación en el comercio mundial mediante el desarrollo de las naciones

Fuente: WTCA

POR ROSA ARCE PEDROZA

Para una ciudad que se caracteriza por ofrecer un abanico de oportunidades para crecer y desarrollarse en todos los ámbitos, con un dinamismo económico único y una clase empresarial formada en un entorno binacional, contar con organizaciones que fomenten el intercambio entre las regiones, permitirá potencializar todas sus bondades y elevar su competitividad.

Con este objetivo en mente, un grupo de empresarios visionarios decidieron traer a Tijuana un organismo cuyo nombre, por sí solo, es sinónimo de comercio global, como es el concepto corporativo World Trade Center (WTC) Tijuana.

Gregorio Goldstein Isaacson, director del WTC Tijuana comenta que el objetivo con la creación de este centro es que sirva como una plataforma para impulsar el intercambio comercial, que las empresas crezcan y generen empleos y con ello apoyar el desarrollo económico de la ciudad y del estado.

El empresario explica que el WTC es una red de oficinas que busca fomentar el intercambio entre los países, la realización de ferias y exposiciones, por ello la llegada de WTC a la ciudad permitirá ofrecer a los comerciantes buscar mercancías que todas partes del mundo y que otros fabricantes locales ofrezcan

sus productos, gracias a la relación que hay entre todos los centros en el mundo.

"Para nosotros una de las premisas de nuestra labor será estar en comunicación constante con todos los organismos para trabajar por el bien de Tijuana y Baja California, y que podamos trabajar por el bien común", agrega.

Tijuana es una de las ciudades con una creciente actividad comercial y con este proyecto la intención es posicionarla en otro nivel, mostrando y reforzando la percepción de que es una ciudad dinámica y de oportunidades, más allá de los problemas que a veces son magnificados, de modo que por medio de los servicios que ofrece el centro apoyar para que la gente crezca.

El proceso protocolario y de papel que se requirió para obtener la licencia para poder hacer uso del nombre de esta asociación de carácter global con presencia en más de 90 países, concluyó hace aproximadamente 6 meses, expone, y será el próximo 14 de julio cuando se inaugure formalmente.

PREVEN ENTORNO FAVORABLE

Aunque la economía a nivel mundial y por supuesto a nivel local está aún en fase de recuperación después de una de las crisis económica más severa de los últimos años, el director del WTC Tijuana consideró que este un buen momento para crear este centro.

Las condiciones se están dando para que los propósitos y la misión

para la que fue creado el WTC se cumplan, por ejemplo el hecho que Baja California podría recuperar ciertos beneficios para competir con el mundo, una vez que se logre implementar la llamada Zona Económica Estratégica (ZEE).

Sin duda, la ZEE ayudaría detonar el proyecto del WTC porque actualmente no podemos competir con San Diego, por ejemplo, porque ellos pueden ofrecer todo lo que la gente necesita a precios más económicos, por otro lado este año

terminan las restricciones para la importación de productos de China, por lo que creemos que vienen buenas épocas para la actividad económica de la región.

"La idea es apoyar al sector empresarial para que puedan tener acceso a otros mercados y otras mercancías, por eso creemos que habrá una buena reacción porque se busca el bien de todos", puntualiza.

A nivel nacional, explica que este sería el primer WTC en la región Noroeste y posicionará a Tijuana a la altura de otras ciudades importantes del país como el Distrito Federal, Guadalajara y Veracruz, donde ya se cuenta con dichos centros.

Goldstein Isaacson comenta que a través de este nuevo e innovador centro de negocios, sus miembros podrán contar con información comercial y estudios de mercado con el fin de promover los negocios locales e internacionales, además de contar con áreas para ferias y salas para exposiciones, igualmente WTC promueve la presencia de expositores o la visita de misiones de inversionistas de otros países.

Parte de la estrategia del WTC, añade, es generar un boletín de noticias para compartirlo con el empresariado local, donde habrá información del resto de los centros a lo largo del mundo y del País, y donde se dará a conocer lo bueno de la ciudad.

El empresario resalta que la sede de Tijuana será una de las pocas que cuente con un WTC con un concepto integral, donde además de las salas de exposición se contará con oficinas corporativas.



"El hecho de ser y pertenecer a WTC equivale a una marca de prestigio, de seriedad y te da un refuerzo de cómo te proyectas como compañía, sin duda es un valor agregado"

Héctor Bustamante Mora
Comercializador de WTC Tijuana

UN CONCEPTO CORPORATIVO INTERNACIONAL

Por su parte, Héctor Bustamante Mora, del grupo Bustamante Realty Goup quien tiene a su cargo la comercialización de WTC Tijuana, resalta que el edificio que alberga al WTC está totalmente a la altura de lo que demanda un centro de tal renombre.

Estratégicamente ubicado en la Tercera Etapa del Río Tijuana, en un terreno de 21 mil metros cuadrados y 11 mil de construcción, este es el primer edificio corporativo en la ciudad en ofrecer en un solo nivel mil 350 metros cuadrados de piso.

Esto viene a responder las necesidades de algunas empresas o corporativos que requieren tener todo su personal en una sola área, dijo, pues a veces hay compañías que tienen una plantilla muy numerosa y se ven obligados a tener varias oficinas en diferentes inmuebles por la falta de espacios adecuados en la ciudad.

Recalca que con pisos de estas dimensiones, las empresas pueden contar con su personal en un solo lugar, lo que les permite que las empresas ahorren en traslados, comunicaciones, mejoren su eficiencia y que por ende eleven su productividad.

El edificio cuenta con siete pisos, dos de ellos dedicados exclusivamente para centros de exposición, sala de exposiciones o de juntas, dotadas de los mejores sistemas de comunicación y tecnología además de un diseño arquitectónico muy funcional, en esta parte se ubican las oficinas sede del WTC Tijuana y los cinco pisos restantes están habilitados para oficinas.

“Con esta infraestructura, el WTC Tijuana puede ser sede de un gran evento, una ventana hacia el mundo con la misma red de centros en todos los países”, destaca.

Uno de los usuarios potenciales del WTC es la industria maquiladora, añade, pues hay firmas que tienen necesidad de separar su parte administrativa o de ventas de la de producción.

“El hecho de ser y pertenecer a WTC equivale a una marca de prestigio, de seriedad y te da un refuerzo de cómo te proyectas como compañía, sin duda es un valor agregado”, apunta.

Aunque la elección de ubicar a este centro de negocios en la Tercera etapa del Río Tijuana podría resultar extraño, cuando la mayoría de las oficinas y los negocios convergen en la Zona del Río, esta decisión corresponde a razones de mercado, acorde a sus creadores.

“Para nosotros uno de los valores más importantes de este proyecto es la ubicación porque el nicho de mercado

al que está dirigido que es la triple A, que es la gente que menos opciones tiene de oficinas de calidad, está en esta zona de la ciudad”, expone.

Bustamante Mora refirió que a esta ciudad acaba de arribar la calidad en lo que a oficinas corporativas se refiere y lo mejor para los objetivos de posicionamiento y ocupación de este nuevo centro, es que esos inmuebles ya están llenos y muchas compañías se quedaron con la necesidad de espacios de primer nivel y ahí es donde WTC viene a cubrir ese vacío.

La ciudad crece hacia el Este, dice el empresario, y aunque en la Zona Río es donde convergen los negocios, la gente, los empleados no viven en esa zona, y con esto se les da una opción cercana a su punto de trabajo.

Desde su conceptualización se buscó darle un orden, fue diseñado con vocación en cuanto a lo que hay alrededor, de manera que responda a toda una imagen urbana.

“Llegamos justo al darse el boom de la zona, que hoy es una de las de mayor valor comercial en Tijuana y donde compartimos un espacio geográfico con los proyectos más modernos de la ciudad como el Museo El Trompo, la Normal, el Conservatorio de Música,

parques industriales, entre otros”, subraya.

Otro tema que se tomó como prioridad a la hora de planificar la construcción del edificio es el estacionamiento, talón de Aquiles de muchos edificios de oficinas, para lo cual se cuenta con 320 espacios disponibles y la preparación para un segundo nivel a construir en un futuro conforme se requiera.

UN LEGADO PARA LA CIUDAD

La presencia de WTC además de impulsar la actividad económica para este municipio, busca aportar de manera positiva en su imagen y lograr que la sociedad lo adopte como el emblema de una región próspera, confiable y tranquila, destaca.

La ciudad ya no es violencia e inseguridad, a pesar de la crisis que se vivió, la ciudad retomó el rumbo, y en eso una vez más Tijuana pone la muestra como una región dinámica y que se adapta, destaca Bustamante Mora.

“Nuestra meta es lograr que el WTC sea parte de la ciudad, de los tijuaneños, que la gente lo haga suyo, lo reciba, lo utilice, esa es la filosofía del grupo: Promover el intercambio para lograr la prosperidad”, finaliza.



“Para nosotros una de las premisas de nuestra labor será estar en comunicación constante con todos los organismos para trabajar por el bien de Tijuana y Baja California, y que podamos trabajar por el bien común”

Gregorio Godstein Isaacson
Director de WTC Tijuana



Fotos: Manuel Montoya

Héctor Bustamante Mora está encargado de la comercialización del WTC Tijuana.