

Memoria Anual
2011

Apuntando al
crecimiento
regional



Blue Mall



LOUIS VUITTON

Blue Mall

HO...
a sabato
con a 9.00 per
... ..



en concreto su más sólida inversión

Créditos

CONCEPTO

Horacio J. Velutini S.

COORDINACIÓN GENERAL

Sonia Barahona

TEXTOS

Michele De Prisco

Omar Becerra

Minerva Panzarelli

Carlos Abou-Hassan

Noraida Negretti

REVISIÓN TEXTOS

Karl Krispin

FOTOGRAFÍAS

Andrea Urbaneja

DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

VGP Grupo Creativo

IMPRENTA

Queimpresión.com, C.A.

Lo invitamos a visitarnos en nuestras páginas web
visit our website at

www.fvi.com.ve

www.cctolon.com

www.paseoelhatillo.com

www.centrosanignacio.com

www.llanomall.com

www.bluemall.com.do

www.bluemallmx.com



Contenido

Carta a los accionistas	4
Filosofía corporativa	10
Mercado de capitales	14
Nuestro negocio	18
En búsqueda de la excelencia	30
20 años de trayectoria, siempre en equipo	36
Estados financieros	40

Miembros de la Junta Directiva

PRESIDENTE

Luis Emilio Velutini Urbina

DIRECTORES

Horacio Velutini Sosa

Luis García Montoya

Luis Delgado Lugo

Alejandro Petit

Carlos Acosta

Pedro López

Luis Carlos Serra

Alvar Néelson Ortiz

Tulio Guillermo Chacón

Luis Andrés Guerrero

José Vicente Melo López

Armando Capriles Capriles

Juan Andrés Wallis Brandt

REPRESENTANTES JUDICIALES

Luis A. Guerrero Rosales

Juan Andrés Wallis Brandt

AUDITORES EXTERNOS

KPMG Alcaraz, Rodríguez,
Velazquez & Asociados.

COMISARIOS PRINCIPALES

Magda Zulim Cánchica Vargas

Franco Abrusci Ventura

COMISARIOS SUPLENTES

Francisco Alejandro Cañizales

Elsa Aurora Cabarico Cruz

AGENTE DE TRASPASO

Banco Venezolano de Crédito





Carta a los accionistas



● Carta a los accionistas

El 30 de noviembre de 2012 el Fondo de Valores Inmobiliarios cumple 20 años de haber sido fundado. La idea de llevar el negocio inmobiliario al mercado de capitales fue mi tesis de grado en la Universidad de Nueva York en el año 1979. Vi como en los años 80 nacieron los REIT (real estate investment trust), que era una estructura similar a los fondos mutuales con beneficios impositivos que abrían las posibilidades del negocio inmobiliario para entrar en el mercado de capitales, como respuesta a la crisis de los *Savings and Loans*.

El concepto de los REIT tuvo un éxito limitado en USA en la década siguiente, en vista de que su estructura legal y financiera le exigía distribuir el 90% de su ingreso impositivo en forma de dividendos y otras limitaciones que pusieron trabas a su desarrollo en el tiempo. Mi idea era fundar una empresa inmobiliaria que tuviese un plan de negocio claro que fuera atractivo para los inversionistas y tuviera el interés de la liquidez que otorga estar en el mercado de capitales.

Nuestra familia, los Velutini Agüero, han estado dentro del negocio de la construcción y el desarrollo de proyectos inmobiliarios desde el año 1938 con logros realmente impresionantes y emblemáticos como fueron la represa Lagartijo, el distribuidor La Araña, las torres del Centro Simón Bolívar y un gran número de desarrollos habitacionales y clubes sociales como Playa Azul y Aguasal. Pero todos

ellos aun cuando ambiciosos tenían la visión sólo del negocio, sin ninguna visión corporativa o empresarial de largo plazo que era un ingrediente esencial en la empresa que yo soñaba.

Fue así que en el año 1992, fundé la empresa Fondo de Valores Inmobiliarios junto con un grupo de colaboradores entre ellos, Luis García Montoya, abogado de renombre en todo lo inherente al mercado de capitales, Néelson Ortiz, economista de sólida trayectoria en la banca de inversiones, Luis Carlos Serra y un grupo de importantes bancos de ese momento. El 30 de noviembre de 1993, la empresa se inscribe en la Bolsa de Valores de Caracas.

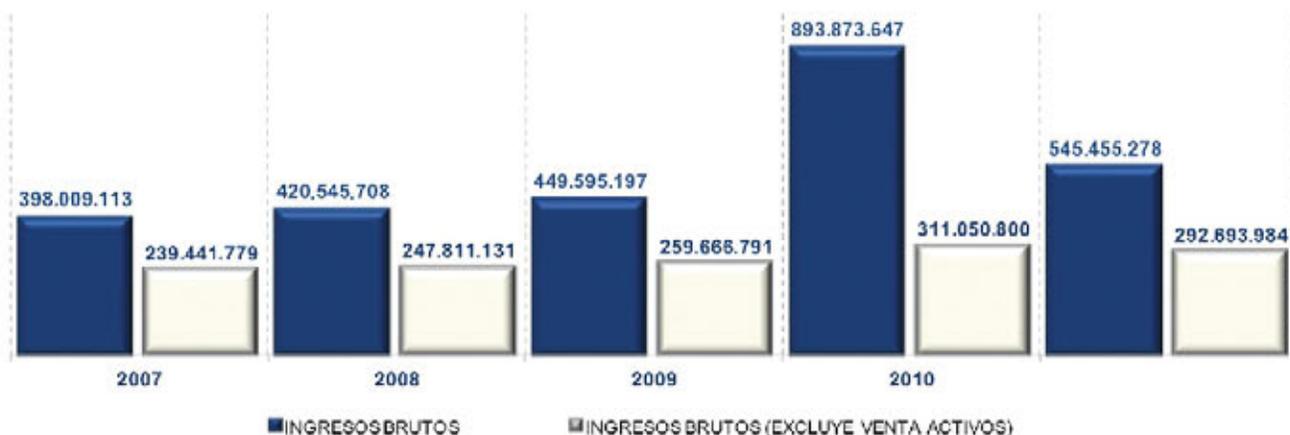
Desde ese entonces, hemos tenido una trayectoria que ha sido más que elocuente:

- **En 1996**, se concretó la incorporación del grupo IRSA, consorcio que opera en el sector inmobiliario internacionalmente y el conocido inversionista George Soros, mediante un aporte de capital de 70 MM\$.

- **En 1997**, se registran las acciones de la empresa en la NYSE a través de un programa de ADR's del Bank of New York, nivel 1. Asimismo, se logra un exitoso IPO en dicho mercado por 100 MM\$.

- **Durante 1996 - 1999**, se consolida como la principal empresa inmobiliaria del país con un considerable inventario de espacios de oficinas AAA. Asimismo iniciamos nuestra participación en el mercado de capitales de renta fija a través de emisiones de papeles comerciales y bonos.

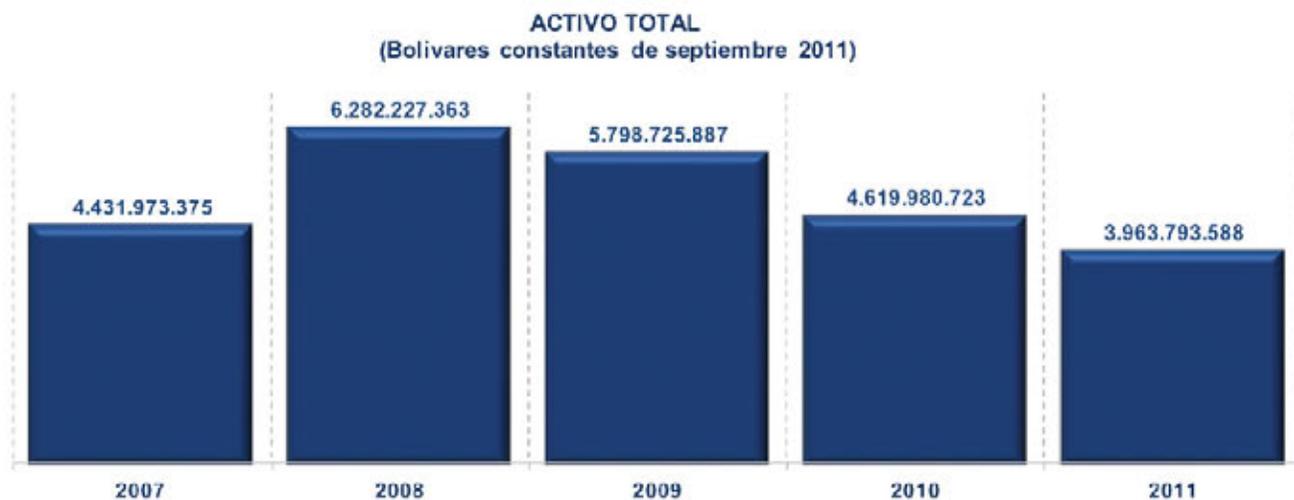
INGRESOS TOTALES
(Bolívares constantes de septiembre 2011)



FUENTE: FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS
En el año 2007 se cambió la fecha de cierre a septiembre



FUENTE: FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS



FUENTE: FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS

- **Durante 2000-2002**, se diversifica el negocio y se amplía nuestra visión incluyendo el sector de los centros comerciales y espacios de entretenimiento dentro de su *core business* y realiza planes estratégicos de negocios con la intención de expandirse al resto de Latinoamérica, asociándose estratégicamente con Equity International Properties (EIP) liderizada por el magnate norteamericano Sam Zell.

- **En el período 2003-2006**, se realiza un cambio en la estrategia de negocios focalizándonos en el sector de los centros comerciales, invirtiendo en el desarrollo del CC Tolón Fashion Mall y en el CC Paseo El Hatillo-La Lagunita.

- **Para el período 2007 -2009**, iniciamos un proceso de internacionalización realizando importantes alianzas estratégicas con socios locales en República Dominicana y Saint Maarten, exportando nuestro *know how* en el desarrollo y operación de centros comerciales *high end* para la región del Caribe.

- **En el año 2010**, se inaugura BLUE MALL Santo Domingo, convirtiéndose en el principal centro comercial del país y nos preparamos para la próxima inauguración del BLUE MALL Saint Maarten.

Actualmente el Fondo de Valores Inmobiliarios es propietario de 25.000 M2 de oficina AAA, 90.000 M2 de comercio *high end* y 7000 puestos de estacionamiento y opera más de 200.000 M2 de área comercializable y tiene en planificación y desarrollo otros proyectos nacionales e internacionales de aproximadamente 100.000 M2. En el área financiera, somos una empresa líder en el mercado de capitales local, manejando 900 MMBs en emisiones de renta fija, bonos y papeles comerciales.

Actualmente planeamos hacer emisiones en República Dominicana para lograr una estructura de financiamiento más eficiente en nuestros proyectos.

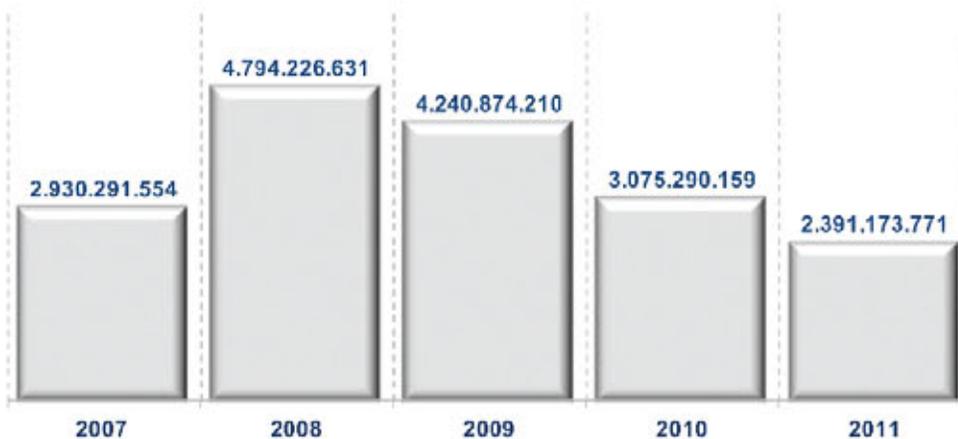
En estos 20 años hemos podido conformar una empresa sólida y reconocida tanto nacional como internacionalmente, logrando una vasta experiencia en el mundo global de las finanzas, sobreponiéndose a las crisis financieras y el complejo ambiente que ha generado el cambio de paradigma político en Venezuela. Pero sobre todo, hemos logrado un equipo profesional con un alto sentido de pertenencia, alineado con nuestros preceptos y objetivos; podemos decir que el futuro de la empresa ahora está en sus manos. Los accionistas nos podemos sentir tranquilos de que la empresa está siendo manejada profesionalmente: ya no es un negocio familiar, es una empresa corporativa manejada por profesionales altamente competentes.

Hoy me siento orgulloso de nuestra empresa y su gente, y soy optimista porque somos una empresa joven y dinámica que ha sabido tomar ventaja de las crisis, adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades, todo lo cual nos augura un exitoso porvenir.

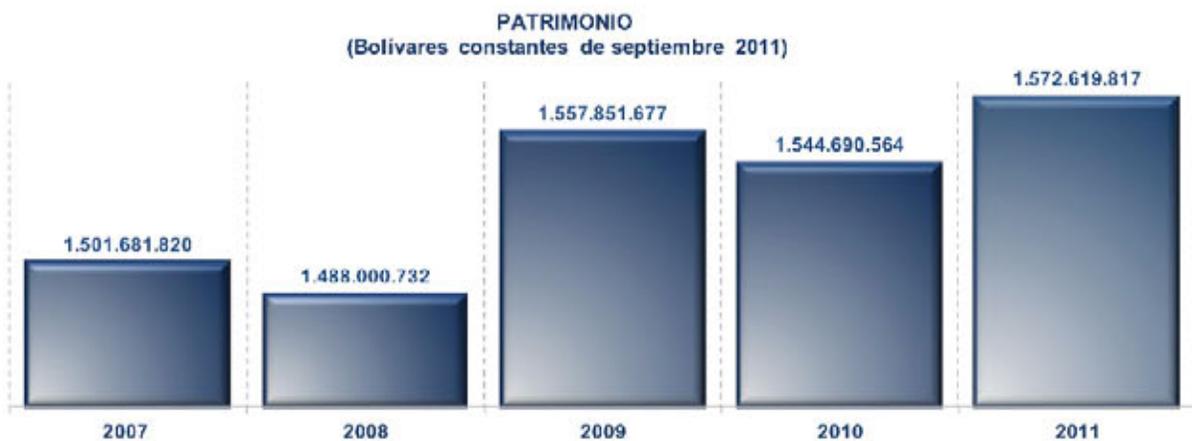
Solo me queda agradecer a nuestros empleados, que son nuestra razón para lo venidero, y accionistas por su confianza en nuestra gerencia.

Luis Emilio Velutini
Presidente

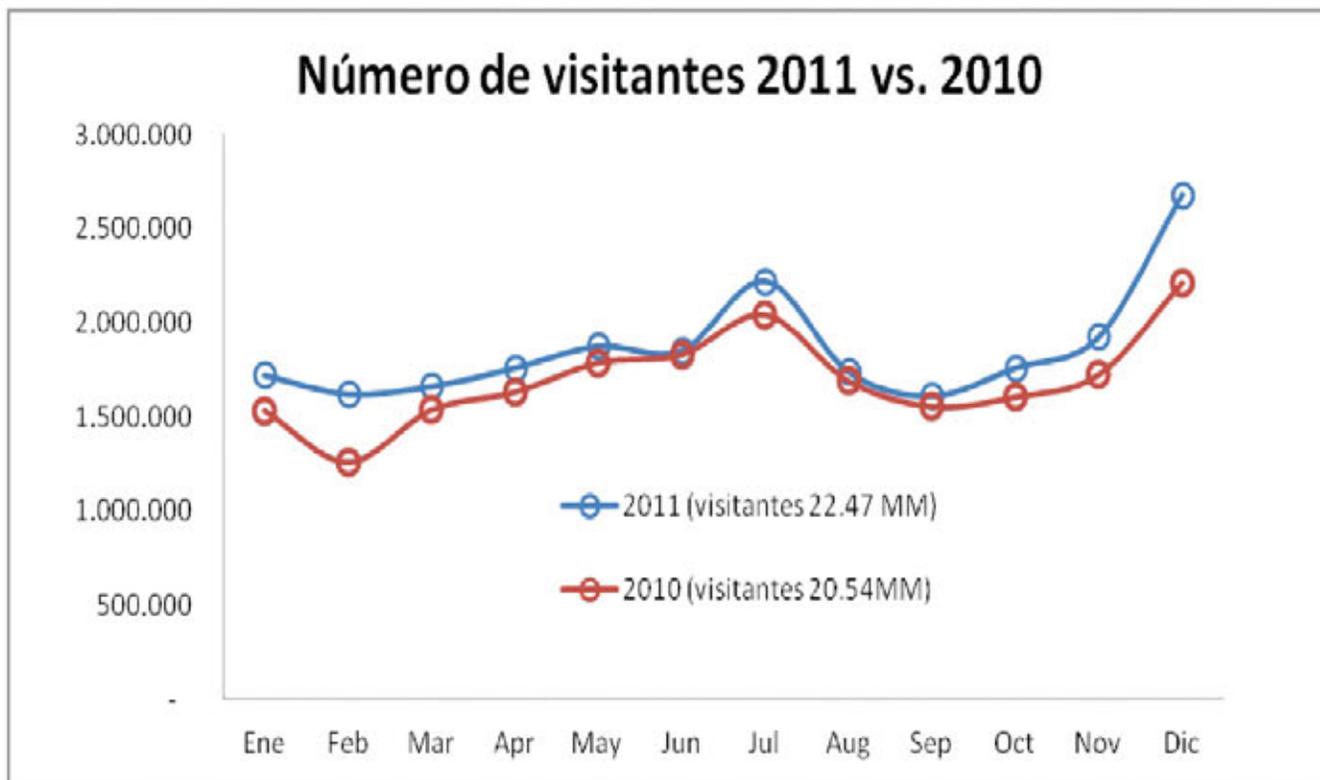
PASIVO TOTAL
(Bolívares constantes de septiembre 2011)



FUENTE: FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS



FUENTE: FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS





Torre HP



C.C. San Ignacio



Torre Galipán



C.C. Tolón Fashion Mall



Filosofía corporativa





Pablo Gómez

Filosofía CANOP es una estrategia financiera conformada por tres postulados básicos, como una respuesta a la volatilidad económica del país.

- **CASH IS KING:** liquidez inmediata.
- **NO NEW DEBT:** (*Optimal capital structure*). no a nuevas deudas, estructura óptima de capital.
- **PROJECT FINANCE:** financiamiento individual de proyectos que no comprometa la caja corporativa.

● Filosofía corporativa.

Nuestra visión:

Consolidarnos como empresa líder nacional y convertirnos en líderes en el mercado sub-regional andino y del Caribe como arrendadores y administradores de Centros Comerciales y oficinas centros de entretenimiento *high end*, de manera de poder alcanzar una rentabilidad sostenible en el tiempo, manteniendo vigencia en los mercados de capitales nacionales e internacionales.

En el desempeño de sus funciones, el FVI aspira satisfacer los intereses de sus clientes, accionistas, trabajadores, entes reguladores y proveedores.

Nuestra misión:

Somos una empresa especializada en el negocio inmobiliario y financiero, dedicada a invertir, promover y gerenciar el alquiler de espacios de Centros Comerciales, de entretenimiento y oficinas *high end*, intermediando recursos financieros competitivamente, creando valor a la empresa y logrando altos rendimientos para nuestros accionistas.

Postulados de la filosofía corporativa del FVI.

1. Partir del supuesto de que el entorno será difícil, cambiante y ambivalente.
2. Concentrarse en el foco (misión y visión) del negocio, convivir y seguir creciendo en un escenario difícil.
3. Diversificarse geográficamente.
4. Desarrollar la cohesión interna en la empresa.

Objetivos primarios de la empresa.

- Maximizar el patrimonio de los accionistas (preservar capital)
- Mantener la disciplina financiera.
- Aumentar los ingresos y reducir los costos.
- Captar nuevos negocios / crecimiento, bajo el esquema de *project finance*.
- Mantener altos estándares de calidad de servicio.

En esencia, queremos aumentar nuestros ingresos de forma constante, dar un buen servicio a nuestros clientes, dividendos a nuestros accionistas y beneficios a nuestros empleados. Todo esto conjugado con un alto nivel de responsabilidad social corporativa, en donde la empresa no sólo busca el éxito productivo, sino también contribuir de manera activa en el bienestar de la comunidad.

El ambiente donde operamos presenta constantes altibajos macroeconómicos, imperfecciones de mercado y alto riesgo político. Entender estas variables, saber gerenciar y sacar provecho, es nuestro valor agregado y hemos demostrado que podemos transitarlo exitosamente.



Maria Elena Ruiz



Principios del buen gobierno corporativo.

El marco regulatorio del mercado de valores venezolano, considera pertinente instar a las empresas emisoras a que acojan en su gestión corporativa los “Principios del Buen Gobierno Corporativo”, entiéndase estos, como el conjunto de prácticas o elementos éticos que una vez incorporados a la cultura empresarial, permiten la existencia de las relaciones armónicas y transparentes entre los diferentes actores que hacen vida o se interrelacionan con la sociedad, tales como los accionistas, directores, administradores, empleados, clientes, inversores y, en general, la comunidad, todo esto, con el fin de obtener mayor credibilidad y estabilidad de la empresa en el mercado en el cual se desarrolla.

Con base a estos principios el F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. dando fiel cumplimiento a los mismos y en beneficio de procurar la mayor transparencia posible en el desarrollo de sus actividades, mantiene en el seno de su Junta Directiva una proporción de directores independientes que excede de la mitad de sus miembros.

De igual forma, el Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. con el objeto de formentar que sus empresas filiales apliquen normas de funcionamiento y mecanismos tendientes a garantizar los

estándares de transparencia y confianza en el mercado de valores, mantiene con la intervención de los directores independientes el Comité de Auditoría, el cual tiene entre sus responsabilidades las siguientes:

- 1) El conocimiento previo de los estados financieros antes de su consideración por parte de la Junta Directiva y su posterior aprobación por la Asamblea de Accionistas.
- 2) Apoyar a la Junta Directiva en la preservación de la integridad de la información financiera de la sociedad.
- 3) Colaborar en la supervisión de la auditoría interna y externa.

Asimismo, este año el Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. mantiene en su estructura el Comité Estratégico y el Comité Operativo, los cuales están conformados por el Director ejecutivo, el Vicepresidente de Finanzas y los distintos Generales responsables de las diferentes áreas de actividad gerencial de la empresa los cuales vigilan el cumplimiento de los objetivos, económicos, laborales, legales y sociales de la empresa y velan por la ejecución de los procedimientos y las políticas internas de la sociedad.

Consolidando nuestro *know how* en los centros comerciales



Tolón Fashion Mall



Paseo El Hatillo-La Lagunita



Centro San Ignacio



Blue Mall Santo Domingo



ollar*
Yen*

\$-Can \$
\$-Euro €
\$-Euro €
\$-Sw Franc t

010101000101010010101
010001010100101010010
0100010101001010100101
0101001010100

0.796
1.238
1.22

0101000101000101010010
0101000101010010101010
1000101010001010101010
010001010101010101010

Dec

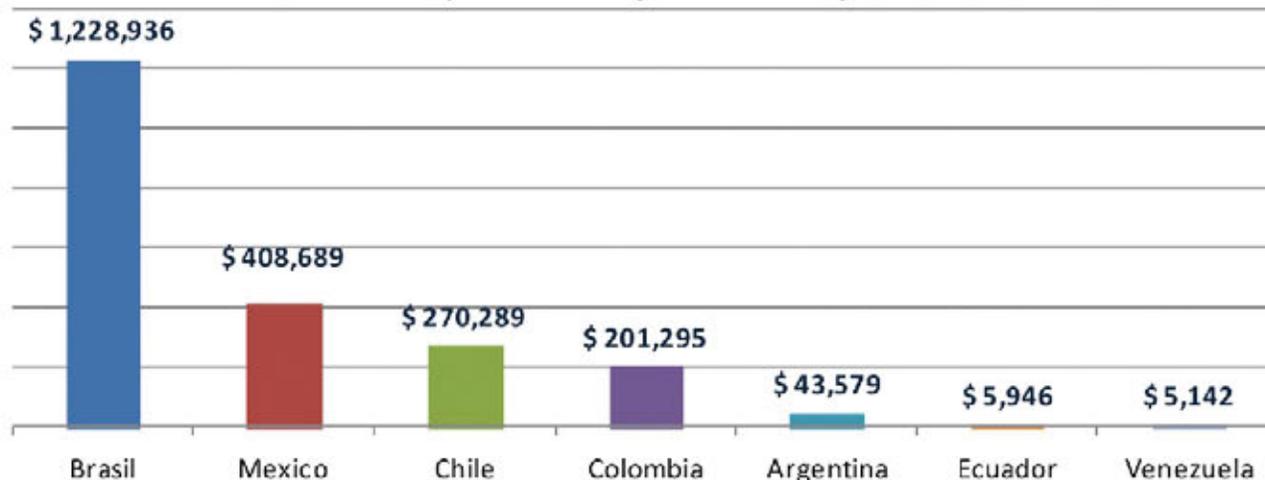
Mercado de capitales



Durante el año 2011 las principales bolsas mundiales mostraron resultados negativos, envueltos en un clima de temor por la recuperación de las principales economías mundiales y por una nueva crisis en puertas debido a los altos niveles de deuda de algunos países miembros de la Unión Europea y sus bajas o nulas tasas de crecimiento del PIB.

En Venezuela el año 2011, se inició con una nueva Ley del Mercado de Valores, que entre otras novedades contempló la entrada en participación en el mercado a una nueva institución financiera: La Bolsa Pública de Valores Bicentenario, institución orientada a canalizar el ahorro de personas naturales y los excedentes de caja de las personas jurídi-

Capitalización Bursátil (MM US\$ a septiembre 2011)



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE VALORES/FEDERACION IBEROAMERICANA DE BOLSAS (FIAB)

El S&P 500, principal marcador accionario de Estados Unidos mostró durante el año 2011 un incremento importante en su volatilidad a partir del segundo semestre del año, principalmente por las dudas sobre la recuperación del mercado norteamericano de trabajo, que siguió mostrando signos de debilidad y poca capacidad del sector privado para generar nuevos empleos. A estos factores se sumó la crisis de la deuda de los países europeos, encabezada por Grecia, Italia, España y Portugal. Todo esto llevó al S&P 500 a cerrar con una pérdida marginal de 0,02% durante el período. De la misma manera, los principales mercados latinoamericanos se vieron golpeados con caídas de 20% en Brasil, 10% en México y 20% en Chile, siendo la excepción la Bolsa de Valores de Caracas cuya capitalización aumentó en el mismo período 29%.

cas en instrumentos de inversión de Renta Fija (Obligaciones tanto de empresas privadas como de la Deuda Pública Nacional). El mercado durante el primer semestre del año se mostró con lentitud, producto de los cambios en la legislación, así como por la salida de algunos players importantes, siendo el principal oferente de papeles en el mercado la estatal petrolera PDVSA. Sin embargo, comenzando el segundo semestre del año, algunos emisores comenzaban a estructurar y colocar obligaciones y papeles comerciales en el mercado de renta fija, dentro de los cuales el F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios participó activamente emitiendo obligaciones quirografarias no convertibles en acciones por un monto de Bs. 270 millones, siendo una de las más importantes emisiones de empresas privadas realizada durante el año 2011.

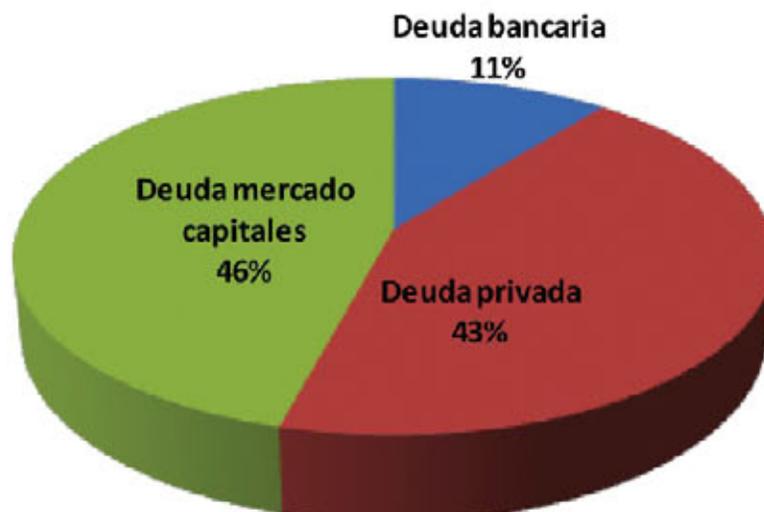
EMISOR	MONTO EN CIRCULACION OBI (BsF. Dic-11)	% DEL TOTAL EN CIRCULACIÓN
Fondo de Valores Inmobiliarios	562.000.000	29,59%
Toyota Services de Venezuela C.A.	450.000.000	23,69%
Corporación Andina de Fomento (CAF)	235.000.000	12,37%
Aserca Airlines Venezuela	170.000.000	8,95%
Corporación Telemic	115.000.000	6,05%
Hotel Tamanaco	80.000.000	4,21%
OTROS EMISORES	287.591.000	15,14%
TOTAL MONTO EN CIRCULACION OBLIGACIONES	1.899.591.000	100%

FUENTE: SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE VALORES

Igualmente y después de un año, 2010 en el que no se realizaron aprobaciones de nuevas emisiones, el F.V.I. lanza de nuevo en el 2011 su programa de papeles comerciales, logrando colocarlos a una tasa de 8,50% y con vencimiento a 360 días. De los Bs 273MM que se cruzaron en colocación primaria a través de la Bolsa Pública de Valores Bicentenario, el F.V.I. cruzó con su emisión 2011-I Bs 200MM a través de esta institución siendo una de las más importantes en cuanto montos negociados se refiere durante su primer año de operaciones.

Durante el año 2012, el F.V.I. tiene la firme intención de continuar siendo uno de los más importantes emisores dentro del mercado de valores local, con la continuación de nuestro programa de papeles comerciales, así como nuevas emisiones de obligaciones que nos permitan hacer el roll over de las emisiones privadas contraídas durante el año 2010. De igual forma dentro de nuestra estrategia financiera se encuentra la emisión de instrumentos de renta variable (Equity) con el objetivo de financiar futuros planes de expansión local e internacional de nuestro negocio de centros comerciales.

Composición de la deuda F.V.I. según el tipo de obligación



C.C. Blue Mall Santo Domingo



Nuestro negocio





Minerva Panzarelli
Gerente Corporativo de
Comercialización

● BLUE MALL

UN PACTO DE AFINIDAD Y FIDELIDAD.

BLUE MALL es la marca insignia con la cual el Fondo de Valores Inmobiliario se está posicionando exitosamente en nuevos mercados del área del Caribe, en el marco de un audaz proceso de internacionalización y de alianzas estratégicas.

El Fondo de Valores Inmobiliarios, con una reconocida trayectoria en el manejo de un importante grupo de centros comerciales en Venezuela, ha

ampliado el alcance de su visión empresarial con “BLUE MALL” como “marca ancla” que entra al competitivo mercado del Caribe.

Como Gerente Corporativo de Comercialización, considero que el prestigio y el éxito financiero que ha podido garantizar el Fondo de Valores Inmobiliarios a sus clientes e inversionistas en Venezuela es “una de las más importantes cartas de presentación en esta etapa de expansión internacional, que ha permitido materializar excelentes alianzas estratégicas en los nuevos proyectos internacionales”.

Exportando *know how*

Una de las ventajas competitivas del FVI es precisamente ese *know how* demostrable en todas sus operaciones en Venezuela que inclusive, ha abierto oportunidades de negocios con otros promotores nacionales quienes se han acercado para presentar alianzas estratégicas para gerenciar sus centros comerciales.

En un mercado tan versátil, multicultural y globalizado como el área del Caribe donde coinciden visitantes europeos, estadounidenses, asiáticos y latinoamericanos, el FVI se presenta como una opción realmente atractiva de inversión pues, conjuga su experiencia no sólo en el diseño y ejecución de los proyectos arquitectónicos y en su manejo financiero, gerencial y administrativo, sino también en su amplia experiencia en cuanto a *tenant mix* de los centros comerciales, es decir, bajo que lineamientos se escoge el tipo de establecimientos, marcas y servicios que garantizarán el éxito.

Inversión, Gerencia y Operación de Activos Inmobiliarios

Centros Comerciales

C.C. San Ignacio

C.C. Blue Mall, Sto. Domingo

C.C. Paseo El Hatillo - La Lagunita

C.C. Tolón Fashion Mall

C.C. Blue Mall, St. Maarten

Oficinas

Torre HP

Torre Centro San Ignacio

Torre Provincial

Torre 3M

Torre Galipán

Estacionamientos

Centro San Ignacio

Torre HP

Torre 3M

C.C. Tolón Fashion Mall

Torre Galipán

Proyectos en Planificación y Desarrollo

Nos encontramos en constante planificación y evaluación de nuevos proyectos y oportunidades de negocio, tales como el Centro Comercial Tolón Segunda Etapa.

De igual manera, este buen hacer con eficiencia, alto nivel de calidad y rentabilidad, nos ha permitido ir generando la creación de una red de marcas internacionales de prestigio que nos respaldan con su confianza y presencia en todos los centros comerciales que hemos desarrollado en Venezuela y que han decidido apostar nuevamente por el éxito en las iniciativas internacionales que estamos llevando a cabo, tanto en República Dominicana, como en St. Maarten. Estas marcas de renombre como Carolina Herrera, Louis Vuitton, Ferragamo, a través de sus representantes son nuestros aliados estratégicos.

Una marca forjada en la mente de nuestros clientes

Nuestros centros comerciales están dirigidos a un público de nivel socio económico medio y alto. Con una concepción arquitectónica que apunta a la exclusividad, a la intimidad, al mediano formato. Son centros comerciales verticales, cerrados y climatizados, con acabados de lujo. Proyectan una imagen por su estructura, ubicación, diseño y el tipo de productos y servicios que ofrecemos.

Buscamos posicionarnos en la mente de nuestros clientes, tanto en Venezuela, como con la reciente marca internacional BLUE MALL, con ideas aspiracionales tales como: prestigio, exclusividad, estatus, diferenciación.

En tal sentido, el Fondo de Valores Inmobiliarios, ha creado una sólida imagen corporativa que se proyecta en sus centros comerciales, donde el consumidor se asocia emocionalmente con sus marcas y con los servicios que se ofrecen y piensa en ellos como personas, atribuyéndoles características humanas y rasgos de personalidad.

De esta interrelación con todos los aliados estratégicos: socios financieros, marcas internacionales, clientes y el propio equipo humano del Fondo de Valores Inmobiliarios, ha surgido lo que podríamos denominar como un pacto de afinidad y fidelidad que es otra de las fortalezas que nos ha permitido entrar con respaldo en el mercado del Caribe y ser optimistas en el presente y el futuro de nuestro crecimiento regional.

Minerva Panzarelli
Gerente Corporativo de Comercialización

HUSH PUPPIES

Bershka *Clarks*

Timberland 

SWAROVSKI

 **Apple**

GNC



LACOSTE

ESPIRIT

LOUIS VUITTON

**MONT
BLANC**

Calvin Klein

Ray-Ban

Cartier

LANCÔME
PARIS

NINE WEST

La SENZA

CLINIQUE

TechnoMarine 



CONVERSE

ZARA

MAC



Michele De Prisco Carrabs
Gerente General de BLUE
MALL Santo Domingo, RD

● Apuntando al crecimiento regional.

Cómo surge la marca BLUE MALL a raíz del crecimiento Fondo de Valores Inmobiliarios en la región.

En el año 2006, el Fondo de Valores Inmobiliarios, como parte de su estrategia de negocios, inicia un serie de viajes exploratorios por Latinoamérica, Centroamérica y el Caribe en busca de destinos donde se dieran las condiciones para el desarrollo de negocios orientados principalmente a la exportación del *know how* en el diseño, desarrollo y gerencia de centros comerciales *high end*.

Esta búsqueda dio sus frutos cuando invitados por el Presidente de República Dominicana, visitamos el país que por su similitud con la idiosincrasia de Venezuela ofrecía muchas facilidades para el desarrollo del modelo de negocio que se buscaba exportar. Se logra concretar una alianza estratégica con un socio local y se identifica una ubicación idónea para el desarrollo de un proyecto comercial. Fue también durante esos viajes, que localizamos un proyecto en la isla de St. Maarten, hoy en proceso de construcción.

La convergencia en ambos casos de 3 importantes factores, como lo son, las garantías jurídicas ofrecidas por el Estado, la alianza con un socio local, condición ineludible de la fórmula preestablecida de internacionalización y la ubicación ideal para el desarrollo, fueron suficientes para iniciar un proceso de análisis y minuciosos estudios, diseños

y propuestas, que desembocaron finalmente en la firma de las alianzas estratégicas con ambos grupos para el desarrollo de ambos proyectos.

Estos 2 proyectos, que tenían en común su vocación comercial, su ubicación en islas del mar Caribe, la estrecha relación entre los países insulares identificados como un mismo mercado, fue lo que generó la necesidad de desarrollar una marca que le permitiera al Fondo de Valores Inmobiliarios, identificarse en el Caribe, como una marca de centros comerciales. Es entonces cuando basados en diferentes sesiones creativas se identificó el azul del mar Caribe como denominador común, que finalmente dio origen a BLUE MALL.

A partir de ese momento los proyectos en desarrollo se conocerían como BLUE MALL Santo Domingo y BLUE MALL St. Maarten.

El desarrollo de BLUE MALL Santo Domingo, el proyecto y su marca, ha empezado a rendir sus frutos, es así como en el año 2010 se logra otra importante alianza estratégica con un nuevo socio local en la República Dominicana, para desarrollar lo que próximamente se conocerá como BLUE MALL Punta Cana, en estos momentos en fase de diseño y conceptualización.



Blue MALL
Santo Domingo, RD

● Proyecto BLUE MALL Santo Domingo.

Con una ubicación privilegiada, una arquitectura imponente y una mezcla comercial única en la República Dominicana y el Caribe, BLUE MALL Santo Domingo abrió sus puertas en agosto de 2010, para convertirse inmediatamente en el centro comercial más moderno y lujoso del país, y el punto de referencia obligado del acontecer comercial de la ciudad.

Acabados innovadores, amplias alturas, generosas áreas de circulación y abundantes escaleras y ascensores, son algunos de sus atributos conceptuales, que combinados con los más modernos conceptos y estándares de la industria de los centros comerciales, sello de distinción que el Fondo de Valores Inmobiliarios le imprime a todos sus desarrollos, junto con una impresionante gama de marcas, tales como Cartier, Louis Vuitton, Ferragamo, muchas de las cuales están por primera vez en el país, hacen que la experiencia de compras en BLUE MALL Santo Domingo sea única e insuperable.

Exportando el *know how*.

Los centros comerciales operados por Fondo de Valores Inmobiliarios son reconocidos por su modelo estructurado de gestión, como una escuela invaluable para los profesionales que en ellos laboran y a su vez una fuente de recursos humanos entrenados y certificados, comprometidos con los altos estándares que exige la industria de los centros comerciales en estos tiempos.

No es producto de la casualidad o de la suerte, que todas las personas que ocupan hoy posiciones gerenciales en los centros comerciales del Fondo de Valores Inmobiliarios, nacional e internacionalmente, sean talento humano desarrollado desde la base de su estructura.

Cuando la organización decidió emprender la aventura de la internacionalización, sabía que contaba con ese valioso activo, el recurso humano como su principal fortaleza, por lo que pudo designar a sus profesionales más destacados, los de mayor experiencia, para que fueran los embajadores de la forma de hacer negocio del Fondo de Valores Inmobiliarios en el exterior, quienes dejando todo atrás, emigraron y se comprometieron a darle

forma y vida a proyectos que son muy importantes para la organización, BLUE MALL Santo Domingo, hoy transformado en una realidad y BLUE MALL St. Maarten, hoy en fase final de construcción que estará abriendo sus puertas en este año 2012.

Elementos claves para el éxito.

BLUE MALL Santo Domingo fue considerado desde sus inicios, la tarjeta de presentación del Fondo de Valores Inmobiliarios hacia su internacionalización, el proyecto que permitiría demostrar la capacidad de desarrollar y exportar el modelo de negocio, fuera de sus fronteras, por lo que una vez definido el Caribe como destino del crecimiento regional de la organización, la ruta de dicho crecimiento pasaba por la puesta en marcha del primero de los proyectos, BLUE MALL Santo Domingo.



Blue MALL
Santo Domingo, RD



Blue Mall Santo Domingo, RD

Las dificultades desde el principio fueron muchas, en un nuevo país, hicieron que los profesionales involucrados en el desarrollo del proyecto, pronto se dieran cuenta, que la oportunidad de ser el primer centro comercial de nueva generación de República Dominicana, se transformaría en una tarea compleja, dado que hubo que convencer a los comerciantes del mercado local, para que adoptaran un modelo de negocio distinto al que hasta ese momento era conocido, cuyas características principales son:

- Una mezcla comercial preestablecida o *tenant mix*.
- Que privilegiaba el concepto de las tiendas mono marca por encima de las tiendas multimarca.
- Que los alquileres de los espacios incluían una renta porcentual basada en las ventas de cada local, razón por la cual se necesitaba tener acceso a las mismas de manera continua y confiable a través de la conexión a las cajas registradoras de cada comercio.
- Explicar que para maximizar las ventas se pretendía que los locales operaran en horarios extendidos durante los 365 días al año.
- Exigir que los locales debían trabajar en su remodelación simultáneamente con los trabajos de finalización del centro comercial.

Todo este trabajo, realizado sin descanso por un equipo comprometido, integrado desde la cabeza de la organización hasta el último de los trabajadores, rindió sus frutos y se vio recompensado con creces el 10 de agosto de 2010, cuando en un evento único fue inaugurado BLUE MALL Santo Domingo por el Presidente de la República Dominicana y fue así como el Fondo de Valores Inmobiliarios abrió las puertas de su ruta hacia el crecimiento regional, convirtiéndose BLUE MALL Santo Domingo en su tarjeta de presentación hacia la internacionalización, siendo el éxito comercial lo que consolide el crecimiento regional de la organización.

El principal objetivo de BLUE MALL Santo Domingo en el 2011, es concentrar sus esfuerzos en el posicionamiento de la marca BLUE MALL en la mente del consumidor y lograr una ampliación del mercado target.

Para el desarrollo del posicionamiento de la marca BLUE MALL Santo Domingo, se ha identificado la necesidad de utilizar medios de comunicación masivos, una nueva experiencia en materia de marketing para los centros comerciales operados por el Fondo de Valores Inmobiliarios y que responde a la

necesidad de adaptarse al entorno. En ese sentido, se han desarrollado campañas publicitarias masivas, las cuales abarcan comerciales de TV, cuñas de radio e incluso presencia en vallas exteriores a lo largo de la ciudad capital y el Aeropuerto Internacional de Las Américas.

Otra de las estrategias importantes en el desarrollo de la operación de este año 2012, es la ampliación de mercado target. Siendo la República Dominicana un país de gran demanda turística para Norteamérica y Europa, se destinará gran parte de los recursos presupuestarios, a la captación de turistas, de modo que BLUE MALL Santo Domingo se convierta en el punto de encuentro natural del turismo que visita Santo Domingo y la República Dominicana. Alianzas con transportistas turísticos, agencias de viajes, hoteles en Santo Domingo y Punta Cana; además de una clara comunicación publicitaria en las líneas aéreas, aeropuertos y puertos turísticos, darán la presencia necesaria para lograr captar el mercado turístico de la isla que cuenta con más de 2.000.000 visitantes al año.

Estas nuevas experiencias, sumadas al *know how* acumulado en el manejo de los centros comerciales en Venezuela, por una parte definen una de las grandes fortalezas del Fondo de Valores Inmobiliarios como organización, que es su capacidad de evolucionar y adaptarse a los cambios del entorno, para mantenerse siempre a la vanguardia y constante crecimiento en el modelo de negocio en el que se desenvuelve; y por otra parte permitirá allanar el camino para que los futuros proyectos puedan retroalimentarse de las experiencias de BLUE MALL Santo Domingo en la ruta de su consolidación.

Pero el crecimiento del Fondo de Valores Inmobiliarios en la región no se detiene, en el área de manejo de centros comerciales mientras una parte del equipo de profesionales trabaja en la consolidación de BLUE MALL Santo Domingo, otro grupo está a cargo del próximo reto inmediato que es la apertura y puesta en marcha de BLUE MALL St. Maarten, prevista para finales de este año 2012.

En el área de desarrollo, se está construyendo la Torre BLUE MALL, una imponente y moderna edificación con 14 niveles, que inician a partir del 6to nivel de BLUE MALL Santo Domingo, siendo este mismo, el primer piso de un hotel 5 estrellas de 131 habitaciones, que será operado por la

prestigiosa cadena hotelera Marriott, con quienes se firmó un convenio para el desarrollo del primer JW Marriott del Caribe. Finalmente y en este marco, los siguientes 7 niveles (20 a 27) están destinados al uso de Oficinas AAA, que desarrollándose a 56 metros del nivel de calle, ofrecen una visual panorámica única de Santo Domingo en todas sus direcciones.

En concreto, más de 25.000 M2 que vienen a completar la concepción original del proyecto BLUE MALL Santo Domingo, para convertirlo en el complejo de uso mixto más completo del país.

La inauguración de la torre, prevista para el 2013, marcará el inicio de obras del próximo centro comercial, BLUE MALL Punta Cana, actualmente en fase de diseño y concepción.

Todo lo anterior le permite al Fondo de Valores Inmobiliarios afirmar que está en la vía correcta del crecimiento regional y que en un futuro muy cercano contará con una operación internacional, casi del tamaño de la operación local original, con lo cual el objetivo de crecimiento y diversificación de mercados se habrá alcanzado

Michele De Prisco
Gerente General Blue MALL Santo Domingo



Blue MALL
Santo Domingo, RD



Omar Becerra
Gerente General de BLUE
MALL St. Maarten.

• Blue Residence and BLUE MALL, en la isla de St. Maarten.

En el marco de la expansión de las actividades del Fondo de Valores Inmobiliarios, en el ámbito internacional, el grupo ha desarrollado, BLUE MALL and Residences, en la isla de St. Maarten. Con más de 40.000 M2 de construcción, el complejo se levanta imponente en una estrecha franja de tierra del territorio holandés, entre la hermosa Laguna de Simpson al norte y el azul turquesa del Mar Caribe al sur, a muy poca distancia de la frontera con el territorio francés.

BLUE MALL and Residences tiene una privilegiada ubicación en Lowlands / Terre Bassé, la cual coloca dentro de su área de influencia primaria a las urbanizaciones de mayor ingreso neto disponible de ambos lados y a toda la isla en su área de influencia secundaria. La dinámica del comercio regional, pone a BLUE MALL al alcance de las islas cercanas, cuyas poblaciones ya vienen a St. Maarten para adquirir bienes y servicios. Estando en el lado holandés, el complejo ofrece enormes ventajas impositivas y laborales. Adicionalmente, por su ubicación y la altura del edificio, desde BLUE MALL y Blue Residences se disfruta de una de las vistas más espectaculares que la isla ofrece.

El complejo está dividido en tres secciones: Parking, BLUE MALL y Blue Residence, las cuales comparten recursos entre sí, lo que abarata la inversión y operación, sin comprometer la privacidad de cada sector. Dentro de la sección Parking están ubicadas las fundaciones de la estructura, la mayoría de los sistemas operativos mayores y las áreas de estacionamiento. Sobre el nivel de calle, se levantan cinco pisos de espacio comercial con capacidad hasta para 84 tiendas y restaurantes, conectados entre sí por un conjunto armonioso de áreas comunes y sistemas de transporte vertical. Coronando la edificación están 3 niveles de apartamentos residenciales con acceso totalmente independiente, acabados de primera y generosas áreas comunes que incluyen saunas, piscina y gimnasio.

Las características arquitectónicas y técnicas de la edificación son el producto del trabajo mancomunado de profesionales de la ingeniería vinculados al Fondo de Valores Inmobiliarios desde hace muchos años, los hermanos Giogia (socios locales) y las diferentes gerencias corporativas del FVI, quienes por varios años han dado y siguen dando sus aportes para la culminación de la edificación, al igual que lo hicieron en BLUE MALL Santo Domingo, el cual es primer centro comercial del Fondo de Valores Inmobiliarios operando en el extranjero.

Pero la exportación del *know how* del Fondo de Valores Inmobiliarios no sólo se ha limitado a las primeras etapas del desarrollo del proyecto. Incluso ahora, justo antes de finalizar la construcción, las gerencias corporativas de la empresa continúan en diferentes frentes dándole forma a las estructuras que soportan al negocio. Bien sea en la implementación de sistemas informáticos, la comercialización de los espacios, la organización administrativa



Residence and BLUE MALL
Isla de St. Maarten

o el mejoramiento de las finanzas de los proyectos, el conocimiento adquirido durante 20 años en Venezuela y durante los últimos 6 en República Dominicana y St. Maarten, se afina y comparte con nuestros socios, clientes y proveedores.

Con Blue Residence ya en operación y BLUE MALL pronto a abrir sus puertas al público, entra en juego un elemento que siempre ha diferenciado al Fondo de Valores Inmobiliarios: su gente. Es por ello que para BLUE MALL and Residences, se ha hecho una selección del equipo gerencial, siguiendo el ejemplo del explorador Ernest Shackelton, a través de la combinación de profesionales jóvenes, pero con conocimiento y experiencia en la industria, que comparten valores y estilos de vida similares, lo que a largo plazo garantiza un resultado consistente y coherente. Siendo nuestra organización un tercio de las que normalmente tenemos en nuestros centros comerciales en Venezuela y República Dominicana, el impacto de este equipo gerencial en los resultados es crucial.

La Gerencia de BLUE MALL and Residences acumula mas de 30 años de experiencia en la industria de centros comerciales y cerca de 40 en el negocio inmobiliario. Una fuerte formación académica, con títulos de pre-grado y post-grado

de La Universidad del Valle, Cali-Colombia, Universidad Católica Andrés Bello Caracas-Venezuela, Universidad de Delaware, Delaware Estados Unidos y Universidad de New Brunswick, St. John Canadá. Todos ellos son jóvenes entusiastas, con gran disposición para el aprendizaje, que trabajan en equipo buscando siempre la excelencia.

Por último, BLUE MALL and Residence ha sido posible gracias a nuestra sociedad con G5, un grupo empresarial de St. Maarten, cuyo portafolio de actividades les ha hecho adquirir una dilatada experiencia en el desarrollo inmobiliario de la isla. Sus contribuciones han enriquecido todos los aspectos del negocio, incluyendo arquitectura, ingenierías, financiamiento, obtención de permisos, comercialización, administración y un largo etc. Sin duda, G5 ha sido un aliado invaluable para nosotros, a través de su sólido liderazgo en el ámbito local, tanto para nuestros empleados, nuestros clientes y proveedores.

Omar Becerra, CSM
Gerente General Blue MALL St. Maarten



Residence and Blue Mall
Isla de St. Maarten



LLANO MALL
Acarigua, Estado Portuguesa.

- **Un Crecimiento apalancado en su experiencia y su equipo humano.**

Desde su nacimiento en 1992 como un innovador vehículo de captación de dinero público para invertir en proyectos inmobiliarios del alto rendimiento, el Fondo de Valores Inmobiliarios ha acumulado una vasta experiencia en agregar valor a sus activos con una operación eficiente.

Sobre la plataforma de la operación de inmuebles de oficinas AAA, en el año 2002 el Fondo de Valores Inmobiliarios se encaminó al nicho de los Centros Comerciales *high end* como un segmento de negocios de consolidación. La base del éxito obtenido en el posicionamiento, gestión y operación de Centro San Ignacio en Caracas, permitió al Fondo de Valores Inmobiliarios inaugurar en el año 2003 el centro comercial Tolón Fashion Mall y en el año 2005 el centro de usos mixtos (comercial y de oficinas) Paseo El Hatillo-La Lagunita. Una búsqueda constante de oportunidades impulsó al Fondo de Valores Inmobiliarios a llevar su experiencia más allá de las fronteras, desarrollando junto con inversionistas locales, BLUE MALL Santo Domingo en República Dominicana, un complejo de uso mixto cuyo centro comercial fue inaugurado en agosto del año 2010 en un evento que conmocionó a la capital dominicana.



Noraida Negretti,
Gerente Corporativo
de Centros Comerciales

La indudable experiencia que surge de la gerencia de 123.000 M2 de oficinas y residencias, 7.500 puestos de estacionamiento, 137.000 M2 comerciales que reciben 29 millones de visitas al año para realizar sus compras en las más de 1.200 ofertas de tiendas y servicios con presencia de las mejores y conocidas marcas nacionales e internacionales, aunado al calificado equipo de profesionales preparados y acreditados por el Internacional Council of Shopping Centers, sirven para hacer propicio el crecimiento regional del Fondo de Valores Inmobiliarios.

Es así como el Fondo de Valores Inmobiliarios asume un nuevo reto con la adquisición de LLANO MALL Ciudad Comercial ubicado en la ciudad de Acarigua.

Acarigua posee una ventajosa posición geográfica en un punto nodal de las comunicaciones regionales, estando conectada al sistema vial nacional mediante la autopista José Antonio Páez y siendo paso obligado hacia los Llanos y los Andes. La expansión de la población de Acarigua que la unió a la ciudad de Araure, ha formado un área metropolitana que en la actualidad cuenta con más de 600 mil habitantes.

LLANO MALL Ciudad Comercial, allí enclavado, es un centro comercial de moderna y reciente construcción con apenas tres años de operación. Prácticamente sin competencia, en sus 34.500 M2 de área comercial en dos niveles, ofrece una mezcla comercial variada capaz de satisfacer a la heterogénea población de las ciudades gemelas. Con una estructura de propiedad en régimen de condominio, la tenencia de más del 80% de los inmuebles permitirá al Fondo de Valores Inmobiliarios operar a LLANO MALL como un centro comercial de nueva generación en el marco de una gerencia de activos con el único norte de agregarle valor al inmueble y bajo una economía de escala que sólo la experiencia y la cartera del Fondo de Valores Inmobiliarios puede generar.

El Fondo de Valores Inmobiliarios sigue en crecimiento y expansión. Su conquista del mercado caribeño sumará nuevas inversiones a los centros comerciales en desarrollo: BLUE MALL St. Maarten de próxima inauguración y BLUE MALL Punta Cana a construirse en ese importante polo turístico del Mar Caribe. Es inminente la expansión del Fondo de Valores Inmobiliarios a otras zonas del

país, crecimiento que estará comprometido con una adecuada investigación y análisis para la adquisición de centros comerciales operativos o para construirlos en regiones con mercados insatisfechos y posicionarlos apalancados en el know how del Fondo de Valores Inmobiliarios, así como en su valioso y comprometido equipo humano.

Sin duda alguna que el Fondo de Valores Inmobiliarios continuará apuntándose éxito tras éxito en su crecimiento regional.

Noraida Negretti, CSM, CLS, CDP
Gerente Corporativo de Centros Comerciales



LLANO MALL
Acarigua, Estado Portuguesa.



tolon

100% L. 100% L. 100% L.

En búsqueda de la excelencia





● **Nuestro compromiso de excelencia con la empresa Tolón “Great Place to Work”**

Great Place to Work® Institute ha desarrollado y validado mundialmente un modelo para el entendimiento y comprensión de la cultura organizacional a partir de la construcción, reconocimiento e interacción de las tres relaciones básicas en cualquier lugar de trabajo, como son:

- a) **Con los líderes - Confianza.** Relación de la persona con la Administración o la Gerencia
- b) **Con mis compañeros – Camaradería.** Interacción de la persona con sus pares o compañeros de trabajo
- c) **Con él mismo – Confianza.** Su rol en la Organización

El instituto mide el clima laboral de las empresas a través de la calibración de cinco dimensiones que son: credibilidad, respeto e imparcialidad, asociadas a la confianza; camaradería y orgullo.

En la edición número siete (7) del ranking de las mejores lugares para trabajar en Venezuela, participaron en las encuestas de valoración de clima y cultura organizacional empresas, que abarcan múltiples sectores como alimentos, consumo masivo, comunicaciones, farmacéutico, tecnología, servicios financieros y bienes raíces. Este último, incursionado por primera vez, con la participación de Tolón Fashion Mall como el primer centro comercial que realiza una exploración de su clima organizacional y queda valorada en el octavo lugar entre las 16 mejores empresas para trabajar en Venezuela, año 2012.

Adicionalmente es motivo de orgullo anunciar que Tolón Fashion Mall calificó en la lista de LAS 50 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN LATINOAMERICA 2012 NACIONALES de 50 a 500 colaboradores, logrando el puesto N° 22.

Por novena vez, Great Place to Work® Institute premia a las mejores organizaciones para trabajar en América Latina. Para esta selección participaron empresas de los siguientes países: Brasil, Argentina, Bolivia, Chile, Centroamérica, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

Este es sin duda, el resultado de la consolidación de esfuerzos y una política clara de valoración del talento humano como el principal recurso con el que cuenta nuestra gerencia de Tolón Fashion Mall, apalancado en las políticas de recursos humanos instauradas por el Fondo de Valores Inmobiliarios.

La gerencia del centro comercial ha venido trabajando por asentar las bases de una cultura organizacional dirigida al servicio, naturaleza del negocio que regentamos, orientando las estrategias hacia la concientización de nuestros colaboradores sobre el valor y orgullo de representar en cada uno de los puestos de trabajo, la marca Tolón Fashion Mall, logrando el valor agregado de contar con talentos comprometidos y dispuestos a dar su mejor esfuerzo en el cumplimiento de las responsabilidades asignadas.



Entrega premios Great Place to work America Latina®

Para Tolón Fashion Mall haber quedado en el top ten de las empresas significa la firme convicción de mostrar que los sueños se hacen realidad; que el trabajo constante desarrollado en estos tres (3) años ha rendido sus frutos. Significa poder brindarle a nuestra gente, espacios agradables; ambientes de trabajo cálidos; confianza en sus líderes; simplemente que nuestros colaboradores sientan que están en el mejor sitio para trabajar con la mejor gente. La clave es el compromiso de seguir adelante; luchando por nuestra gente; acompañándoles durante su vida laboral; desarrollándolos como profesionales; potenciando sus capacidades y habilidades, en pro de la optimización de los servicios que prestamos a clientes internos y externos, valor casi siempre intangible pero diferenciador al momento que los visitantes deciden a dónde dirigirse a realizar sus compras.



Carlos Moreno
Gerente General de Tolón
Fashion Mall

Creemos que tender puentes humanos entre los líderes y sus equipos, es la fórmula para obtener los mejores resultados de nuestra gestión, venir cada día con pasión a laborar, garantiza una entrega de esfuerzo adicional, impulsados por la emoción y gratificación del ambiente laboral, manteniendo a nuestros colaboradores centrados en sus actividades, evaluando la forma en que hacen las cosas y participando activamente en las decisiones operativas en pro de la mejora del trabajo en sus áreas.

Por otro lado contar con colaboradores con alto nivel de motivación, trae como resultado la minimización de los índices de ausentismo y de rotación, factor fundamental para rutinas de trabajo como las de nuestro negocio, donde el personal labora los fines de semanas, días feriados, noches, etc., lo que ocasiona pérdida en el disfrute con sus familiares, razón por la cual nuestra empresa le da mucho valor a este esfuerzo. De la misma manera la baja de estos índices disminuye los costos asociados a RRIH, facilita las relaciones contractuales y adicionalmente posibilita contar con mano de obra experta, la cual resulta escasa en el entorno laboral asociado a los centros comerciales.

Todo se trata de romper paradigmas, prototipos estandarizados para generar resultados y vencer la resistencia al cambio. Nos hemos basado en un proceso metodológico de análisis y detección de necesidades, evaluación del entorno y de nuestras fortalezas y debilidades como empresa.

Estructuramos un plan, con el apoyo de la experiencia de 20 años del Fondo de Valores Inmobiliarios, corporación que se ha caracterizado por tener siempre como su principal valor a su gente, evidenciado en sus bajos niveles de rotación, así como la Fundación Fondo de Valores Inmobiliarios, quienes siempre han estado de la mano con nosotros. Apalancados en esta característica diferenciadora simplemente mostramos a nuestra gente lo especial que es trabajar aquí, al llevarlos a entornos fuera de nuestro contexto donde la realidad es otra.

Por otro lado, les recordamos el valor que cada uno de nuestros colaboradores posee como individuo, reconocemos el valor de sus familias en el desempeño de sus funciones y reiteramos su responsabilidad como ciudadanos y miembros activos de la comunidad, mostrándoles que son capaces de generar cambios en sus entornos ya sea familiar o comunal, de tal forma de convertirnos en un centro comercial que se diferencia por la búsqueda constante de la excelencia.

Durante el año 2011, siguió siendo un punto principal dentro de la agenda de nuestra organización de crear las condiciones para contar con un equipo altamente comprometido, logrando altos estándares de calidad y eficiencia dentro de los procesos de gestión de nuestro negocio.



Gerente General del CC Tolón Fashion Mall y su equipo de gerentes.



A lo largo de los años, el Fondo de Valores Inmobiliarios ha trabajado incansablemente en obtener altos niveles de cohesión con sus empleados, buscando ser un marco referencial para el sector empresarial y un ejemplo para el colectivo, con una visión de responsabilidad social con nuestros empleados y con nuestra comunidad; así como lograr estandarizar nuestros procesos para hacerlos más eficientes, trazándonos como meta ser altamente productivos y rentables.

En este contexto, la empresa ha implementado diversas políticas para lograr destacarse como un negocio que presta altos niveles de calidad, entre los cuales podemos mencionar:

- Fomentar el trabajo en equipo.
- Desarrollar una gerencia horizontal de puertas abiertas.
- Ampliar nuestra labor social.
- Promover un equipo profesional comprometido con nuestros objetivos.
- Realizar un constante monitoreo de nuestros clientes para prestar un servicio óptimo con elevados niveles de calidad.
- Desarrollar la flexibilidad de ser capaz de redireccionar los objetivos de nuestro negocio de acuerdo a los retos que se presenten en el entorno político, social y económico que nos rodea.
- Motivar el talento y la preparación.
- Alentar el optimismo ante las dificultades del entorno.

Estrategias de diferenciación:

El Fondo de Valores Inmobiliarios ha desarrollado a lo largo de los años varias estrategias para diferenciarse como centros comerciales high end basadas en tres parámetros fundamentales: ubicación, seguridad y calidad de servicios.

Realizamos el monitoreo continuo del mercado y los clientes a través de diferentes estudios cualitativos y cuantitativos, para conocer las tendencias en materia de consumo, número de visitas, nivel de satisfacción, entre otras, lo cual nos permite tomar acciones en tiempo real que fortalecen nuestra estrategia competitiva.

Tenemos como estrategia fundamental "mantener altos estándares de calidad de servicio". Para cumplir con este objetivo nos enfocamos en el mantenimiento de los altos niveles de satisfacción de nuestros visitantes, identificación de sus diferentes perfiles y un trabajo conjunto con los

locatarios y la gerencia de cada centro comercial año a año que adelanta acciones correctivas para mantener nuestra calidad de servicio. Además, contamos con un proceso de auditoría operativa semestral que nos permite detectar de manera preventiva cualquier tipo de problema operacional y de estructura física e implementar los correctivos necesarios sobre la marcha.

Carlos Moreno
Gerente General Tolón Fashion Mall



Tolón Fashion Mall.



20 años de trayectoria siempre en equipo





Angel De Taramona, Stephen Lambert, Noraida Negretti



Equipo Legal y de Comercialización.



Equipo de Presidencia.



Equipo de Operaciones.



Equipo de Sistemas y Comunicaciones.



Equipo Técnico y Soporte.



Equipo de Recursos Humanos.



Equipo de Mensajería.



Equipo de Contabilidad, Finanzas y Administración.



Libsen Rodríguez, María Elisa Márquez, Iraidá Gabriela Álvarez, Daniela Gamus, Thays Marval.



Estados financieros

F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. y Subsidiarias

Estados Financieros Consolidados
30 de septiembre de 2011 y 2010

Con el informe de los
Controladores Públicos Independientes





Informe de los Contadores Públicos Independientes

A los Accionistas y a la Junta Directiva del
F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. y Subsidiarias:

Hemos efectuado las auditorías de los balances generales consolidados de F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. y Subsidiarias al 30 de septiembre de 2011 y 2010, y de los estados consolidados conexos de resultados, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años entonces terminados, expresados en bolívares constantes. Los estados financieros consolidados son responsabilidad de la gerencia de la Compañía. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre esos estados financieros consolidados con base en nuestras auditorías.

Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con normas de auditoría de aceptación general en Venezuela. Esas normas requieren que planifiquemos y realicemos la auditoría para obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contengan errores significativos. Una auditoría incluye el examen, con base en pruebas selectivas, de las evidencias que respaldan los montos y revelaciones en los estados financieros. También, una auditoría incluye la evaluación de los principios de contabilidad utilizados y de las estimaciones contables significativas hechas por la gerencia, así como la evaluación de la completa presentación de los estados financieros. Consideramos que nuestras auditorías proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

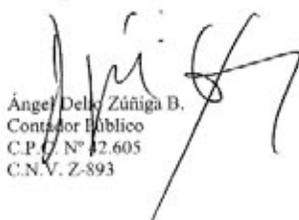
Como se explica en la nota 1(b) a los estados financieros consolidados, F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. y Subsidiarias está obligada a preparar y presentar sus estados financieros de conformidad con las Normas para la Elaboración de los Estados Financieros de las Entidades Sometidas al Control de la Superintendencia Nacional de Valores, las cuales, en el caso de la Compañía no difieren en forma significativa de los principios de contabilidad de aceptación general en Venezuela (VenPCGA).

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos sus aspectos substanciales, la situación financiera de F.V.I. Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. y Subsidiarias al 30 de septiembre de 2011 y 2010, los resultados de sus operaciones y sus flujos de efectivo por los años entonces terminados, de conformidad con las Normas para la Elaboración de los Estados Financieros de las Entidades Sometidas al Control de la Superintendencia Nacional de Valores.

Como se explica más ampliamente en la nota 8 a los estados financieros consolidados, en agosto de 2007 Venezolana de Turismo-Venetur decretó mediante un Acto Administrativo la rescisión unilateral del contrato suscrito con Inversora Turística Caracas, S. A. (ITC), subsidiaria totalmente poseída por Humboldt International, Ltd., en la cual C. A. de Inmuebles y Valores Caracas mantiene un interés de 50%; y asumió la operación del Sistema Teleférico Caracas-Litoral y Hotel Humboldt. Adicionalmente, el 13 de noviembre de 2007, el Ministerio del Poder Popular para la Cultura emitió la Providencia 036/07, declarando responsable a ITC por haber, presuntamente, infringido la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, al intervenir ilícitamente bienes del Complejo Arquitectónico y Paisajístico El Ávila sin autorización previa del Instituto del

Patrimonio Cultural; por consiguiente, se le impuso una multa de 1.000 unidades tributarias, equivalente a Bs37.632.000 (en valores históricos, calculados con base en el valor de la unidad tributaria en 2007) y se le ordena la restauración de tales bienes con un costo estimado de Bs131.000.000 (en valores históricos). Inversora Turística Caracas, S. A. presentó un Antejudio Administrativo ante el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, reclamando daños y perjuicios por la rescisión unilateral del Contrato de Operación del Sistema Teleférico Caracas-Litoral y Hotel Humboldt. Asimismo, el 20 de enero de 2008, presentó un recurso jerárquico ante el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, contra el silencio administrativo del Instituto de Patrimonio Cultural, relacionado con el Recurso de Reconsideración interpuesto contra la Providencia 036/07. La Compañía y sus asesores legales consideran que estos asuntos serán resueltos a su favor, por lo que los estados financieros adjuntos no incluyen los efectos que pudieran resultar de la resolución final de los mismos.

Rodríguez Velázquez & Asociados


Ángel Delgado Zúñiga B.
Contador Público
C.P. N° 42.605
C.N.V. Z-893

16 de diciembre de 2011

**F.V.I. FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS, S.A.C.A.
Y SUBSIDIARIAS**

Balances Generales Consolidados

30 de septiembre de 2011 y 2010

(Expresados en bolívares constantes)

Activo	<u>Notas</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Activo circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	2 y 3	119.668.081	264.006.346
Inversiones en títulos valores	2 y 4	110.293.301	293.689.998
Efectos y cuentas por cobrar -			
Comerciales	2	81.304.843	87.126.298
Compañías relacionadas	23	4.077.500	4.068.387
Empleados y directores		15.728.915	16.321.240
Otras	5	52.490.999	43.626.533
		<u>153.602.257</u>	<u>151.142.458</u>
Estimación para cuentas de cobro dudoso		(517.702)	(654.695)
Total efectos y cuentas por cobrar		<u>153.084.555</u>	<u>150.487.763</u>
Anticipos a contratistas	6	18.995.982	36.893.848
Gastos pagados por anticipado		32.995.075	41.444.335
Inmuebles destinados para la venta	7	444.172.852	240.972.191
Total activo circulante		<u>879.209.846</u>	<u>1.027.494.481</u>
Inversiones en títulos valores a largo plazo	4	265.664.729	1.384.873.751
Cuentas por cobrar a largo plazo - otras	8	95.732.567	121.150.131
Inversiones inmobiliarias arrendadas, netas	9	1.361.834.782	1.429.455.138
Inversiones inmobiliarias en desarrollo	10	63.808.630	372.768.345
Otras inversiones	11	1.147.416.976	103.741.316
Propiedades y equipos, neto	12	54.709.363	57.483.444
Cargos diferidos y otros	13	62.054.588	86.116.986
Exceso del costo sobre el valor en libros de subsidiarias adquiridas, neto	14	33.362.107	36.897.131
Total activo		<u><u>3.963.793.588</u></u>	<u><u>4.619.980.723</u></u>

**F.V.I. FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS, S.A.C.A.
Y SUBSIDIARIAS**

Balances Generales Consolidados, Continuación

30 de septiembre de 2011 y 2010

(Expresados en bolívares constantes)

	<u>Notas</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Pasivo, Intereses Minoritarios y Patrimonio			
Pasivo circulante:			
Préstamos bancarios	2 y 15	129.831.386	281.902.666
Porción circulante de préstamos a largo plazo	17	44.020.000	25.545.262
Obligaciones financieras	18	444.500.000	354.092.742
Cuentas por pagar -			
Comerciales	16	28.686.262	28.363.720
Compañías relacionadas	23	430.273	769.280
Participación estatutaria	21	23.143.815	16.319.941
Dividendos	21	35.904.206	67.939.623
Otras	2	19.052.996	18.346.768
Total cuentas por pagar		<u>107.217.552</u>	<u>131.739.332</u>
Gastos acumulados por pagar		73.093.523	81.470.782
Impuesto diferido	22	19.496.259	24.809.599
Total pasivo circulante		<u>818.158.720</u>	<u>899.560.383</u>
Cuentas por pagar comerciales a largo plazo	16	2.552.438	3.227.856
Préstamos a largo plazo	17	193.271.240	345.302.082
Obligaciones financieras a largo plazo	18	792.599.000	1.125.821.433
Dépositos recibidos en garantía y otros	19	26.455.263	23.924.778
Ingresos diferidos	20	338.158.912	465.972.711
Total pasivo		<u>2.171.195.573</u>	<u>2.863.809.243</u>
Intereses minoritarios		219.978.198	211.480.916
Patrimonio:	21		
Capital social actualizado, equivalente al capital social nominal de Bs54.044.915		406.774.292	406.774.292
Prima en emisión de acciones		938.143.010	938.143.010
Utilidades retenidas -			
Reserva legal		71.352.137	66.347.532
No distribuidas		233.553.830	207.844.822
Total utilidades retenidas		<u>304.905.967</u>	<u>274.192.354</u>
Resultado no realizado en inversiones	4	35.276	(36.964)
Acciones en tesorería		<u>(77.238.728)</u>	<u>(74.382.128)</u>
Total patrimonio		<u>1.572.619.817</u>	<u>1.544.690.564</u>
Total pasivo, intereses minoritarios y patrimonio		<u><u>3.963.793.588</u></u>	<u><u>4.619.980.723</u></u>

Las notas que se acompañan forman parte de los estados financieros consolidados.

**F.V.I. FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS, S.A.C.A.
Y SUBSIDIARIAS**

Estados Consolidados de Resultados

Años terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2010

(Expresados en bolívares constantes)

	Notas	2011	2010
Ingresos operacionales:	1(u), 9 y 20		
Por arrendamiento		222.488.012	242.818.600
Por servicios		47.475.676	41.365.542
Por estacionamiento		22.730.296	26.866.658
Por venta de inmuebles	7, 9, 10 y 20	252.761.294	582.822.847
Total ingresos		545.455.278	893.873.647
Costos y gastos operacionales:			
Inmuebles arrendados		73.010.624	74.980.881
Servicios		23.421.055	18.099.999
Estacionamiento		20.726.367	24.804.315
Inmuebles vendidos	7, 9 y 10	178.367.802	411.192.884
Gastos de comercialización		193.651	535.993
Total costos y gastos operacionales		295.719.499	529.614.072
Utilidad bruta		249.735.779	364.259.575
Gastos de administración y generales		71.035.693	68.255.277
Utilidad en operaciones		178.700.086	296.004.298
Ingreso (costo) integral de financiamiento:			
Ingresos financieros		156.681.155	295.354.676
Gastos financieros	15, 17 y 18	(277.696.986)	(409.100.910)
Comisiones financieras en emisión de obligaciones		(5.739.445)	(2.514.941)
Ganancia en cambio, neta	2	409.034	2.173.272
Pérdida en compra y venta de títulos valores		(145.797)	(268.689)
Resultado por posición monetaria	26	82.756.836	(7.789.811)
Total costo integral de financiamiento, neto		(43.735.203)	(122.146.403)
Otros ingresos (egresos):			
Amortización del exceso del costo sobre el valor en libros de subsidiarias adquiridas	14	(3.535.024)	(5.242.201)
Ajuste por deterioro en otras inversiones	11	(3.152.376)	-
Resultado de la venta de subsidiarias	1(c)	-	(2.139.959)
Diversos, neto		(12.648.390)	2.087.548
Total otros egresos, neto		(19.335.790)	(5.294.612)
Utilidad antes del impuesto sobre la renta y la participación de los accionistas minoritarios, Van,		115.629.093	168.563.283
Impuesto sobre la renta:	22		
Corriente		35.230.259	44.751.333
Diferido		(136.335)	14.878.910
Total impuesto sobre la renta		35.093.924	59.630.243
Utilidad antes de la participación de los accionistas minoritarios		80.535.169	108.933.040
Participación de los accionistas minoritarios		(31.793.638)	(36.821.369)
Utilidad neta		48.741.531	72.111.671
Utilidad neta por acción	1(w)	1,01	1,36

Las notas que se acompañan forman parte de los estados financieros consolidados.

**F.V.I. FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS, S.A.C.A.
Y SUBSIDIARIAS**

Estados Consolidados de Cambios en el Patrimonio

Años terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2010

(Expresados en bolívares constantes)

Notas	Capital social actualizado	Prima en emisión de acciones	Utilidades retenidas		Resultado no realizado en inversiones	Acciones en tesorería	Total patrimonio
			Reserva legal	No distribuidas			
Saldos al 30 de septiembre de 2009	406.774.292	938.143.010	58.258.950	151.048.094	209.307.044	4.106.180	1.557.851.676
Recompra de acciones	-	-	-	-	-	-	(73.903.278)
Resultado no realizado por ajuste a valor razonable	-	-	-	-	-	(4.143.144)	(4.143.144)
Dividendos decretados	-	-	-	(7.226.361)	(7.226.361)	-	(7.226.361)
Apartado para reserva legal	-	-	8.088.582	(8.088.582)	-	-	-
Utilidad neta	-	-	-	72.111.671	72.111.671	-	72.111.671
Saldos al 30 de septiembre de 2010	406.774.292	938.143.010	66.347.532	207.844.822	274.192.354	(36.964)	1.544.690.564
Recompra de acciones	-	-	-	-	-	-	(2.856.600)
Resultado no realizado por ajuste a valor razonable	-	-	-	-	-	72.240	72.240
Dividendos decretados	-	-	-	(18.027.918)	(18.027.918)	-	(18.027.918)
Apartado para reserva legal	-	-	5.004.605	(5.004.605)	-	-	-
Utilidad neta	-	-	-	48.741.531	48.741.531	-	48.741.531
Saldos al 30 de septiembre de 2011	406.774.292	938.143.010	71.352.137	233.553.830	304.905.967	35.276	1.572.619.817

Las notas que se acompañan forman parte de los estados financieros consolidados.

**F.V.I. FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS, S.A.C.A.
Y SUBSIDIARIAS**

Estados Consolidados de Flujos de Efectivo

Años terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2010

(Expresados en bolívares constantes)

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Flujos de efectivo de las actividades operacionales:	48.741.531	72.111.671
Utilidad neta		
Ajustes para conciliar la utilidad neta con el efectivo usado en las actividades operacionales -		
Depreciación de inmuebles arrendados	54.116.125	42.528.550
Depreciación de propiedades y equipos	(74.056.844)	(135.938.772)
Resultado de la disposición de inmuebles	629.879	-
Resultado de la disposición de propiedades y equipos	3.152.376	-
Ajuste por deterioro en otras inversiones	-	(2.139.959)
Resultado de la venta de compañías filiales	72.240	(4.143.144)
Resultado no realizado en inversiones		
Efecto de actualización sobre partidas de actividades de financiamiento	(446.252.968)	(665.015.922)
Amortización del exceso del costo sobre el valor en libros de filiales adquiridas	3.535.024	5.242.201
Participación de accionistas minoritarios	8.497.282	9.822.979
Impuesto sobre la renta diferido	(136.335)	14.878.910
Cambios en activos y pasivos operacionales -		
Disminución (aumento) en -		
Efectos y cuentas por cobrar	22.820.772	344.198.827
Anticipos a contratistas	17.897.866	21.430.909
Gastos pagados por anticipado	8.449.260	30.856.374
Cargos diferidos y otros	24.062.398	11.505.710
Aumento (disminución) en -		
Cuentas por pagar	(25.197.198)	44.471.618
Gastos acumulados	(8.377.259)	(60.706.954)
Impuesto sobre la renta por pagar	-	(19.453.489)
Impuesto diferido	(5.177.005)	(4.707.008)
Depósitos recibidos en garantía y otros e ingresos diferidos	(125.283.314)	(213.840.972)
Total ajustes	<u>(536.107.685)</u>	<u>(574.759.247)</u>
Efectivo neto usado en las actividades operacionales, Van,	<u>(487.366.154)</u>	<u>(502.647.576)</u>
Flujos de efectivo de las actividades de inversión:	(546.621.700)	(1.416.003.647)
Adquisiciones de inversiones temporales	809.279.739	2.139.947.342
Retiros de inversiones temporales		
Adquisiciones y capitalizaciones de inmuebles destinados para la venta, en desarrollo y arrendados	(59.441.165)	(178.741.431)
Proveniente de la disposición de inmuebles destinados para la venta, en desarrollo y arrendados	252.761.294	582.822.848
Adquisiciones de otras inversiones	(6.880.356)	(97.396.881)
Adquisiciones de propiedades y equipos	(6.627.323)	(8.007.775)
Proveniente de la disposición de propiedades y equipos	3.631.509	-
Efectivo neto provisto por las actividades de inversión	<u>446.101.998</u>	<u>1.022.620.456</u>
Flujos de efectivo de las actividades de financiamiento:	124.831.386	203.995.835
Proveniente de préstamos bancarios	(217.915.460)	(129.696.663)
Pagos de préstamos bancarios	-	96.110.887
Proveniente de papeles comerciales	-	(159.341.734)
Pagos de papeles comerciales	237.291.240	470.535.087
Proveniente de préstamos a largo plazo	(293.248.757)	(893.989.513)
Pagos de préstamos a largo plazo	600.000.000	1.018.016.633
Proveniente de obligaciones financieras	(533.148.000)	(855.044.184)
Pagos de obligaciones financieras	(18.027.918)	(7.226.361)
Dividendos en efectivo	(2.856.600)	(73.903.278)
Recompra de acciones		
Efectivo neto usado en las actividades de financiamiento	<u>(103.074.109)</u>	<u>(330.543.291)</u>
(Disminución) aumento neta en efectivo y equivalentes de efectivo	<u>(144.338.265)</u>	<u>189.429.589</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año	<u>264.006.346</u>	<u>74.576.757</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año	<u>119.668.081</u>	<u>264.006.346</u>
El resultado por posición monetaria corresponde a:	(55.242.460)	(16.276.076)
Efectivo y equivalentes de efectivo	207.188.595	21.357.186
Actividades operacionales	(36.072.762)	4.076.605
Actividades de inversión	<u>(33.116.537)</u>	<u>(16.947.526)</u>
Actividades de financiamiento	<u>82.756.836</u>	<u>(7.789.811)</u>

Las notas que se acompañan forman parte de los estados financieros consolidados.

Gustavo García

1923-2009

"Un ejemplo a seguir"





CUBA

HAITI

DOMINICAN REPUBLIC

JAMAICA

Puerto Rico

Caribbean sea

VENEZUELA

Panama

PANAMA

VENEZUELA

"Mi filosofía es, en esencia,
el concepto del hombre como un ser heroico,
con su propia felicidad como propósito moral de su vida,
con el logro productivo como su actividad más noble
y con la razón como su único absoluto."

Ayn Rand

Av. Venezuela, Torre El Samán, piso 10, El Rosal.

Caracas - Venezuela.

Telf. Máster: +58 212 905.90.11

Fax: +58 212 905.91.37

Atención al inversionista

e-mail: cabouhassan@fvi.com.ve

www.fvi.com.ve