

F V I

EN ACCIÓN



F V I
EN ACCIÓN

FONDO  VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A

J-00374108-6

"No puedes lograr nada
cuando solo ves lo negativo".

*"You cannot achieve anything
when you only see the negative"*

Angela Merkel

Canciller de Alemania
Chancellor of Germany



CRÉDITOS

Concepto

Horacio Velutini

Coordinación General

Rina Morillo

Textos

Adiary Caicedo

Alberto Sonnessa

Alfredo Sayegh

Carolina Smiroldo

Gabriela Velutini

Horacio Velutini

Juan Andrés Romaguera

Juvenal Uzcategui

Luis García Armas

Manuel Cárdenas

Nairim Márquez

Rina Morillo

Revisión de Textos

Verónica Fraíz

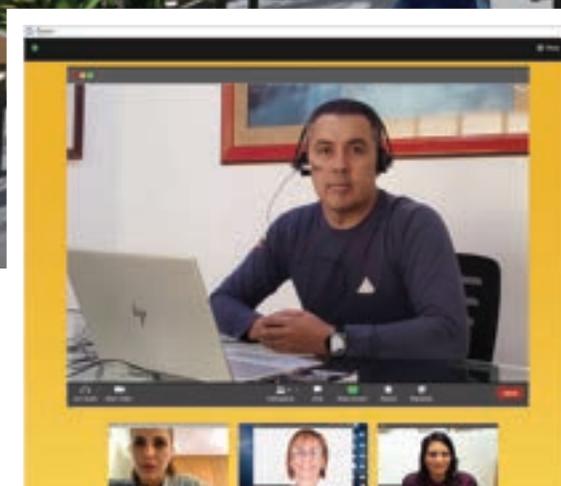
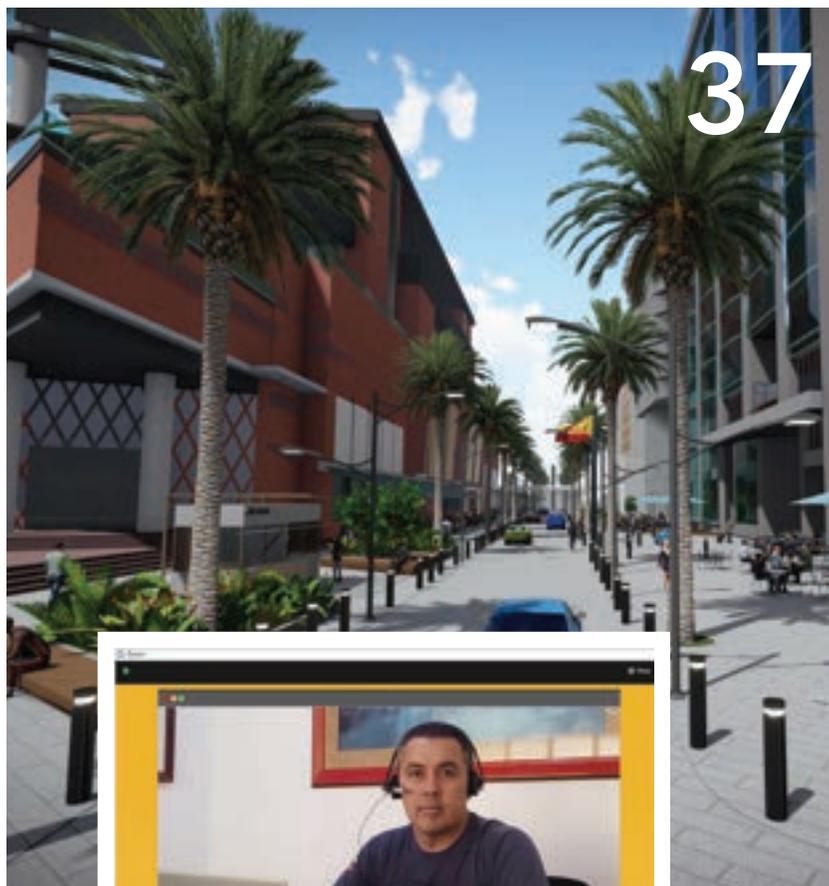
Fotografía

Archivo Shutterstock

Banco de imágenes FVI

Dirección y Diseño Gráfico

Yulimar Jiménez



CONTENIDO

- 7 CARTA A LOS ACCIONISTAS** | Horacio Velutini
- 11 VISIÓN: HACIA DONDE VAMOS** | Luis García Armas
- 15 ORGANIZACIÓN, PROCESOS Y PLANIFICACIÓN** | Manuel Cárdenas
- 19 EL PANORAMA HA CAMBIADO** | Juan Andrés Romaguera
- 23 NUESTRA PRIORIDAD ES COMUNICAR** | Rina Morillo
- 37 BOULEVAR TOLÓN** | Gabriela Velutini
- 41 CSI LA OPORTUNIDAD HACER NEGOCIOS EN EL MUNICIPIO CHACAO** | Nairim Márquez
- 45 GESTIÓN OPERATIVA** | Alfredo Sayegh

FONDO VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A

J-00374108-6

NOS DEDICAMOS AL ÉXITO

WE ARE DEDICATED TO SUCCESS

 www.fvi.com.ve

BULEVAR TOLÓN

EL DESTINO DE TUS ENCUENTROS

R O S E W O O D

NUEVOS ALIADOS COMERCIALES

Piso 5, Tolón Fashion Mall
@rosewood_vzla



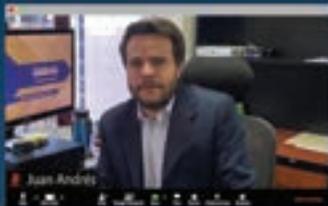
QANA

PISO 5 - PASEO EL HATILLO - LA LAGUNITA



PISO 3 - PASEO EL HATILLO - LA LAGUNITA





CARTA A LOS ACCIONISTAS

HORACIO VELUTINI
PRESIDENTE EJECUTIVO & CEO

El año 2020 ha sido inédito para nuestra generación. Podemos decir que el mundo cambió y nunca será el mismo. No sabemos aún cuál será ese nuevo "normal" del que tanto se ha hablado.

Desde el mes de febrero comenzamos a oír sobre una contagiosa enfermedad, cuyo origen se sitúa en la ciudad de Wuhan, China, lo que obligó al gobierno local a realizar un estricto "lockdown" o cuarentena, como le conocemos nosotros. Hacia finales del mismo mes y principios de marzo, toda Europa y poco después el resto del mundo, conoció los primeros casos de esta contagiosa enfermedad llamada Coronavirus SARS-CoV-2 o COVID-19, que afecta esencialmente el sistema respiratorio.

El mundo no había visto algo así desde la pandemia de Influenza del año 1918, en la que fallecieron millones de personas en el mundo, incluido Alí Gómez, hijo del dictador de Venezuela, Juan Vicente Gómez.

El COVID-19 no ha afectado al mundo por igual, por alguna razón Norte América y Europa han sido los más afectados. Estas dos regiones cuentan con el 40% de los fallecidos registrados hasta el

momento, contando solo con el 10% de la población mundial. Al momento de escribir estas notas, únicamente Norte América cuenta con alrededor de 370.000 fallecidos a causa del COVID-19, lo que se ha convertido en la principal causa de muerte de ese país.

En Venezuela se levantaron las alarmas el 13 de marzo, y al igual que muchos otros países, el Ejecutivo Nacional decidió llevar a cabo una estricta y larga cuarentena a toda la población que duró hasta el mes de septiembre.

El "lockdown" global trajo profundos cambios en el comportamiento de la población, lo que aceleró de forma exponencial la digitalización del trabajo y de las relaciones humanas. La empresa de videoconferencias Zoom, pasó de 10 millones de usuarios a 300 millones en solo 5 meses. Trabajar desde la casa se volvió el día a día, los comercios se volcaron al delivery, el contacto humano se digitalizó, las redes sociales se convirtieron en el principal atractivo para la mayoría de los seres humanos y "scrolling" comenzó a ser el principal pasatiempo del mundo.

Hoy más que nunca el mundo está interconectado, los linderos geográficos

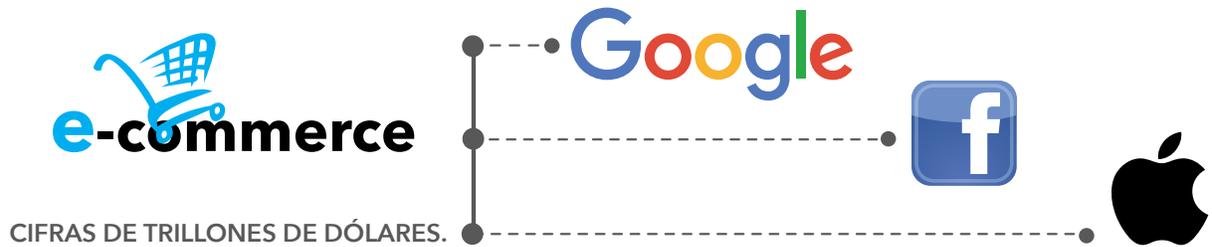


Año 2020

desaparecen en el universo digital, donde el "e-commerce" potencia como nunca el intercambio de bienes y servicios. Los conglomerados como Amazon, Google, Apple y Facebook lideran el mercado de capitales mundial con cifras de trillones de dólares.

Para Venezuela un "lockdown", es un elemento más que se suma a las

LIDERES EN EL MERCADO DE CAPITALES MUNDIAL EN EL 2020



grandes dificultades que hemos vivido como la hiperinflación, la falta de inversión en las áreas de servicios, las sanciones impuestas por Norte América, la caída de la producción petrolera -principal generador de divisas del país- y el aislamiento financiero internacional. Se estima que Venezuela ha perdido el 75% de su GDP.

El “lockdown” significó que nuestros espacios comerciales, principal generador de ingresos, se redujeran hasta en un 90% durante 9 meses, hasta el último trimestre del año cuando el Ejecutivo Nacional permitió la flexibilización, por lo que pudimos regresar con un 80% de espacios abiertos.

Durante estos disruptivos meses nos dimos a la tarea de cambiar, aprovechamos la oportunidad para reorganizarnos de forma más eficiente, reducir los gastos y el “headcount” nos ha conducido hacia una empresa

ÚLTIMO TRIMESTRE
FLEXIBILIZACIÓN

80%
ESPACIOS
ABIERTOS

más liviana y ágil, con capacidad para atender nuestro negocio y crecer, dando paso, además, a una nueva generación, a las ideas, a la innovación, por lo que la presente memoria está dedicada a presentarlos.

En el FVI desde el inicio de la debacle económica del año 2013, definimos nuestra estrategia central en generar valor en todas las acciones de nuestro día a día, y así mantener la opción de valor “option value o up side potencial”, con una visión de “long term value creation” bajo los mayores estándares de gestión.

Hemos mantenido y ampliado el programa de

ADR’s nivel 1 en el NYSE a través de Bank of New York, que permite compra de acciones fuera del territorio venezolano a inversionistas sofisticados. Estamos seguros que este es un atractivo mecanismo para la monetización de la inversión en el FVI para nuestros presentes y futuros accionistas.

Venezuela tiene una capacidad de rebote económico realmente extraordinario, al ser el primer país del mundo con reservas de petróleo y gas, y de los diez primeros con reservas de oro, bauxita, diamante y materiales raros. El Estado posee más de 900 empresas que pueden ser vendidas total o parcialmente para levantar billones de dólares. El país cuenta con atractivos naturales y una ubicación geográfica privilegiada para el turismo. El potencial es realmente inmenso y los posibles retornos son asimétricos con respecto al mundo financiero.

El potencial es claro, pero ¿cuándo? es la variable por definir, que además está sujeta a acuerdos políticos complejos que han sido evasivos hasta ahora. El análisis político venezolano es extremadamente espinoso e ingrato, solo nos toca analizar el económico.

Venezuela ya ha iniciado un cambio de paradigma económico en referencia a las últimas décadas, se han relajado los controles, incluido el control de cambio que, por primera vez en nuestra historia contemporánea, es arbitrado por el sector privado. Se permite la libre trazabilidad en moneda extranjera, algo inédito para nuestra generación, la gasolina se vende en dólares a precios internacionales, algo impensable hasta hace pocos meses.

Venezuela está lejos de la estabilidad política y económica, pero hay indicadores que nos dicen

que ese es el camino que se recorre.

El año 2021 luce lleno de retos, pero también de oportunidades, sobre todo en el comercio de bienes y servicios. Nuestro país en el contexto presente ofrece la opción de obtener retornos asimétricos con respecto al mundo, ese es un atractivo para los capitales que no encuentran dónde lograr retornos por encima del 1%, en Venezuela hablar del 20% anual no es inusual.

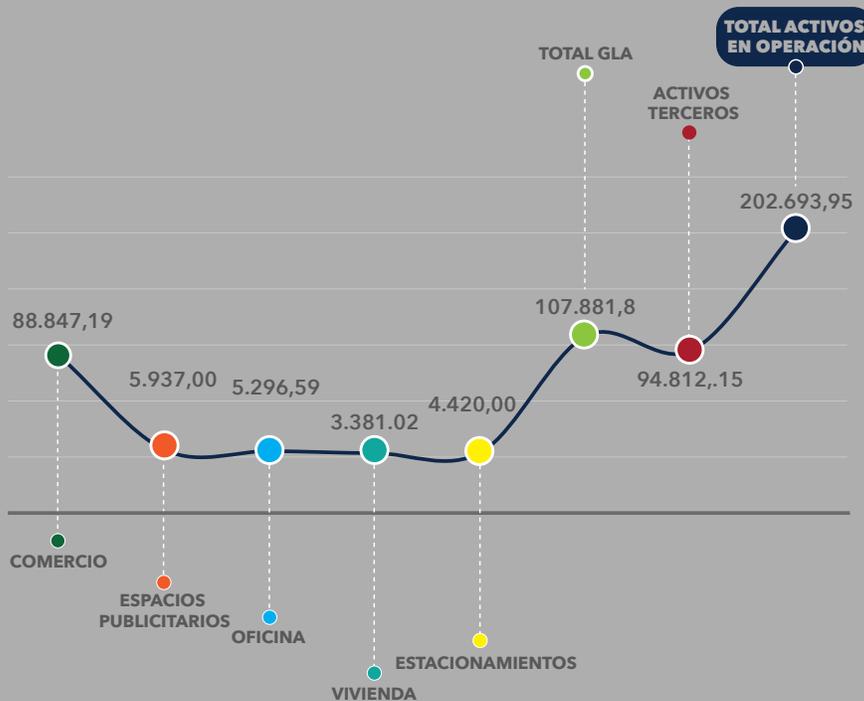
Abrazar el cambio que representó el 2020, fue la mejor decisión que hemos tomado en beneficio de nuestros accionistas, empleados y aliados comerciales, comenzamos el 2021 con el entusiasmo que nos ha caracterizado siempre y con la misma filosofía corporativa: generar valor a la empresa con visión a largo plazo.

HORACIO VELUTINI
PRESIDENTE EJECUTIVO & CEO

Acerca de: Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A.

- Fundada en el año 1992 en Caracas, Venezuela.
- Al año siguiente fue inscrito en la Bolsa de Valores de Caracas (BVC). Bajo el código FVIA y FVIB
- Mantiene un programa de ADR, desde 1999 bajo el símbolo FNDOD. Recientemente ampliado por BNY Mellon.
- Ha tenido tres aumentos de capitales entre 1996 y 2000 por 170MM\$ incluido IPO NYSE.
- Ha tenido socios estratégicos tales como Grupo IRSA junto con el conocido inversionista George Soros y en el año 2000 *Equity International Properties* (EIP), liderado por el inversionista norteamericano Samuel Zell.
- Tiene presencia con renta fija en el Mercado de Valores Venezolano desde 1999. Todos calificados por firmas autorizadas independientes, con el Riesgo A3.
- El negocio ha sido tomar oportunidades de los ciclos históricos del sector inmobiliario, bajo un conocimiento profundo de este mercado y su contexto financiero.
- Invierte y opera espacios de oficinas, comercios y estacionamientos.
- Ha realizado operaciones "in & out" en el negocio residencial.

MÁS DE 200.000 M2 AAA EN OPERACIÓN





VISIÓN: HACIA DONDE VAMOS

LUIS ALBERTO GARCÍA ARMAS
VP DE CONSULTORIA JURÍDICA

Fondo de Valores Inmobiliarios ha sido durante los últimos 27 años una empresa líder no solo en el sector inmobiliario, sino que además se ha mantenido activamente innovando en el mercado de valores y en las mejores prácticas corporativas de la industria.

El año 2020 trajo consigo un cambio de perspectivas, no solo a nivel regional, sino a nivel mundial. No cabe duda que la llegada del Coronavirus implicó un giro sobre la manera de aproximar nuestro negocio.

El transcurso del 2020 nos sirvió para ser más eficientes, más productivos y sobretodo más organizados como empresa. Nos dedicamos a ser empáticos con nuestros aliados comerciales, a mantener y potenciar nuestras edificaciones, a dar paso a nuevos liderazgos y como no

podía ser de otra manera, a seguir impulsando el mercado de valores del que estamos seguros está el futuro.+

Cuando nos sentamos a pensar lo que esperamos para los tiempos que están por venir, lo hacemos con mucho optimismo y pragmatismo, por lo que para nuestro futuro avizoramos:



VISITANTES SEGUNDO SEMESTRE 2020



Fuente: Cálculos propios

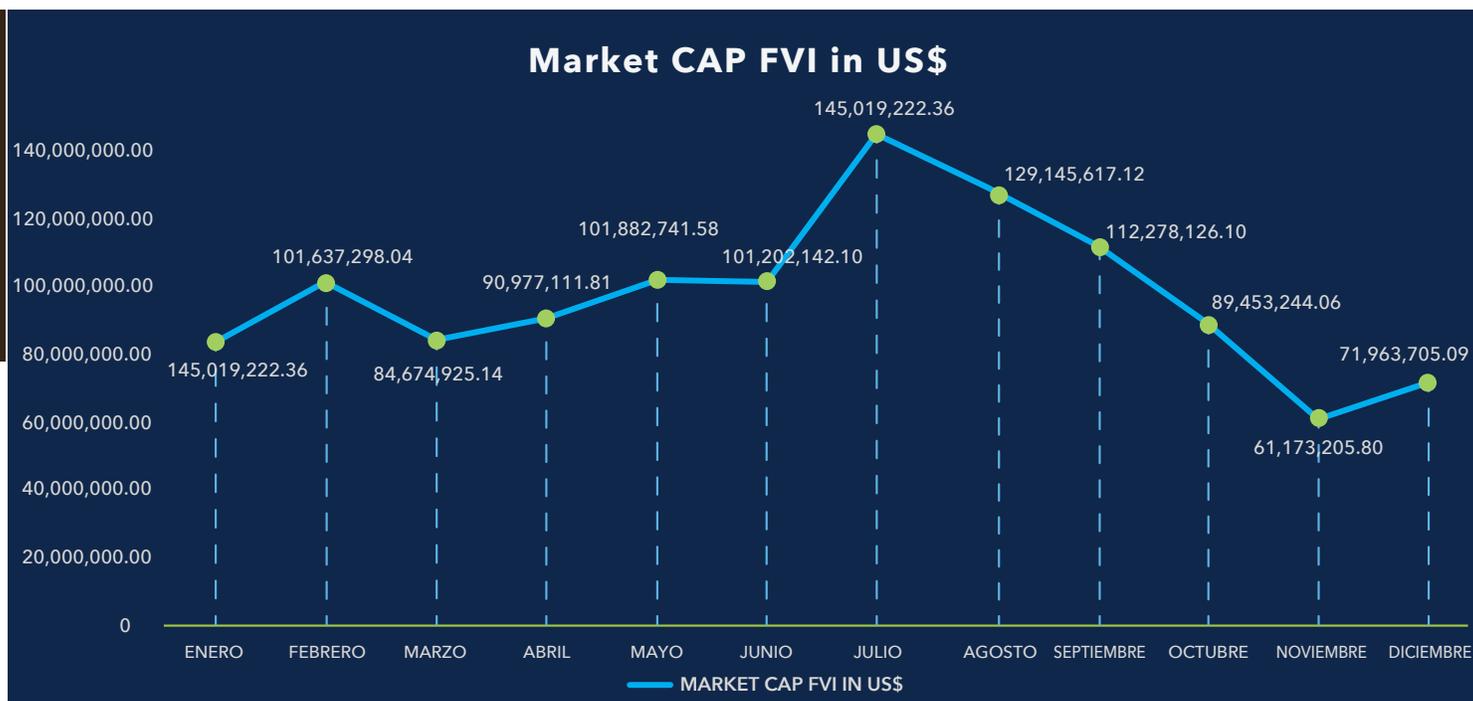
- 1.** Una recuperación gradual de visitas a nuestros centros comerciales que se traduzca en un incremento en el consumo y por ende en más ingresos para nuestros aliados y la empresa. Para esto es realmente valiosa la llegada de la vacuna del COVID al país, anunciada en enero 2021 por el Ejecutivo Nacional.
- 2.** Un incremento en el valor del canon fijo de nuestros contratos, como consecuencia del crecimiento económico que se espera este año 2021 para la economía del país, en el que el sector comercial representará un porcentaje importante del crecimiento esperado en el Producto Interno Bruto.
- 3.** Unas instalaciones en óptimas condiciones para esperar con los brazos abiertos a los visitantes que con tantas ansias se reencuentran con sus espacios y que nuevamente volverá a abrazarse en ellos, luego de una importante inversión y esfuerzo que la gerencia realizó durante el período de cuarentena radical del año 2020.
- 4.** Un liderazgo renovado porque creemos que las compañías deben mantenerse siempre jóvenes, con ideas retadoras y que jamás deben acomodarse, pues siempre deben reinventarse y adaptarse a los permanentes cambios del entorno y del sector.
- 5.** Una reducción en la estructura que nos obliga a ser más eficientes y que nos dará mayor agilidad y rapidez en la toma de decisiones. Esto permitirá maximizar la rentabilidad para nuestros accionistas.
- 6.** Una empresa que seguirá captando el mayor talento del mercado laboral del país, y que permitirá a ese talento desarrollar sus potencialidades y hacer una carrera profesional exitosa.
- 7.** Un refrescamiento en el mercado de nuestro negocio, en la forma de aproximarse a su público objetivo y a los potenciales inversionistas.
- 8.** Un fortalecimiento del programa de ADR's que la empresa ha mantenido por más de 25 años con el *Bank of New York Mellon* y que es un orgullo para esta compañía. Este programa permite a inversionistas sofisticado invertir en la empresa a través de mercados foráneos.



Gabriela Velutini | **Gerente de Innovación y Nuevos Negocios**



Horacio Velutini | **Presidente Ejecutivo CEO y**
Alfredo Sayegh | **VP. de Operaciones y Técnico**

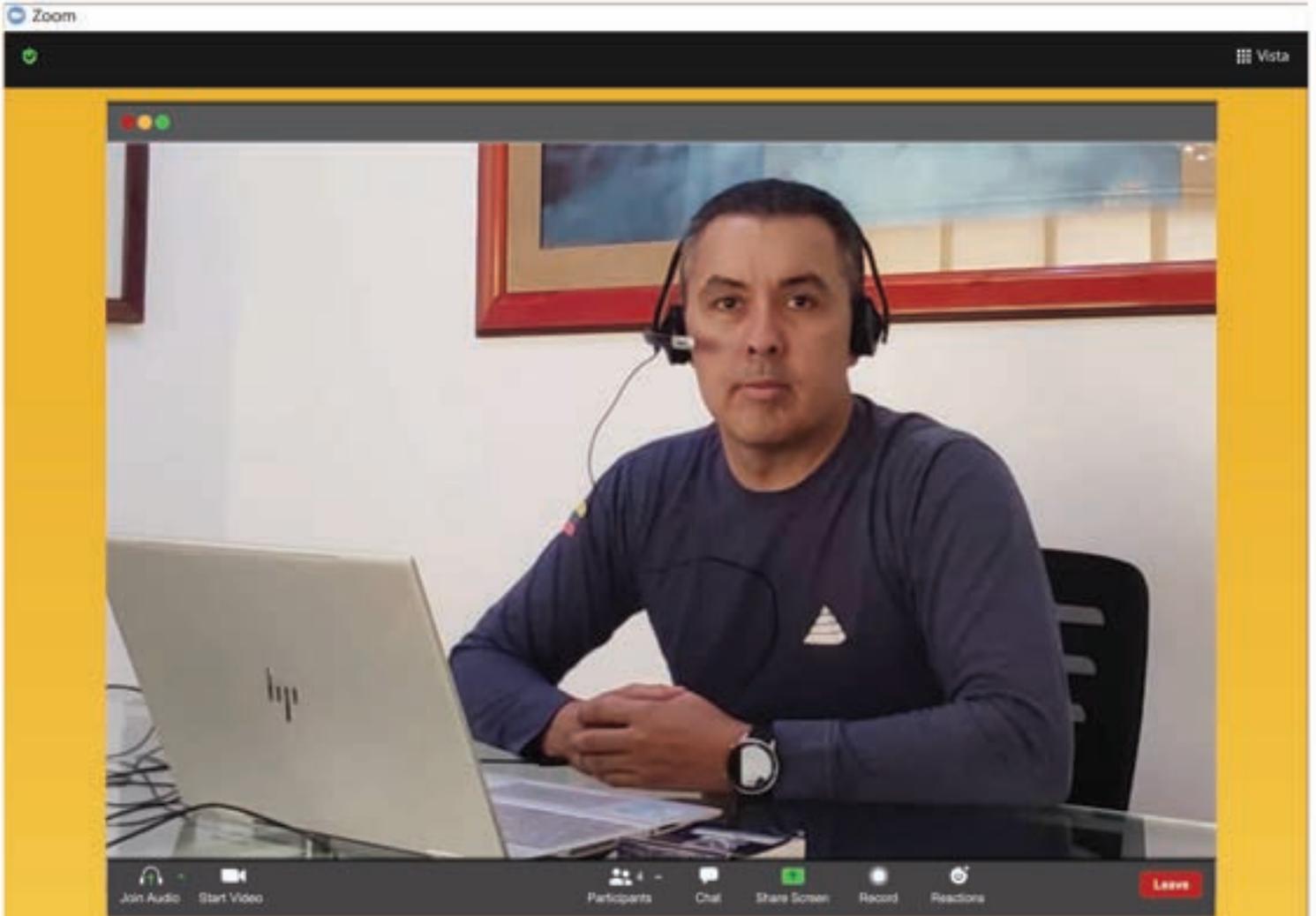


Fuente: Bolsa de Valores de Caracas

9. Potenciar que continúe incrementando el *market cap* de la compañía, el cual ha venido aumentando de manera continua desde el mes de octubre del año 2020.

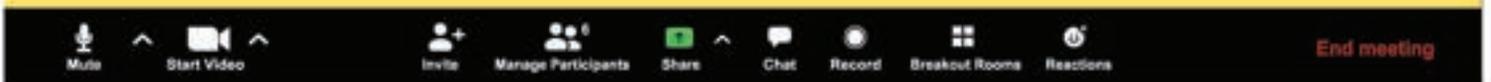
Finalmente, debo confesar a los lectores que cuando me encomendaron escribir este artículo, lo primero que se me vino a la mente fue que, en el Fondo de Valores Inmobiliarios, seguimos viendo al futuro con la vista puesta en el presente, al que afrontamos a diario con muchas ganas, perseverancia e incansable trabajo, porque como dice Steve Jobs: “El único modo de hacer un gran trabajo es amar lo que haces” y en el Fondo de Valores Inmobiliarios eso es lo que hacemos.





ORGANIZACIÓN, PROCESOS Y PLANIFICACIÓN

MANUEL CÁRDENAS
VP. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



El año 2020 fue inédito y uno de los más difíciles de la historia contemporánea para Venezuela y el mundo. La pandemia global generada por el virus Covid-19 implicó el decreto de emergencia sanitaria mundial y una crisis económica asociada a la paralización de las actividades en sectores no priorizados.

Nuestro país no escapó a esta coyuntura, y aunque las cifras oficiales han mostrado un impacto mucho menor del que ha sufrido el resto de la región, las medidas adoptadas a partir de la confirmación del primer caso de Covid-19 en Venezuela trajo consecuencias que afectaron al sector salud, así como también la dinámica económica y social debido a la implementación del esquema de cuarentena radical adoptada por el Gobierno desde la segunda quincena del mes de marzo del 2020, con el Decreto de Estado de Emergencia que perduró hasta finales de julio, lo que cambió radicalmente la dinámica empresarial.

En los últimos años el país venía transitando múltiples desequilibrios económicos y financieros, entre los que destacan una

constante contracción del PIB, tres años de hiperinflación, incremento del déficit fiscal, contracción de la renta petrolera, disminución del consumo público y privado, entre otros. Y si a esto sumamos los efectos de las sanciones internacionales, el panorama económico, aún sin pandemia, ya representaba todo un reto para el sector empresarial.

Para finales del mes de marzo nuestro sector recibe un nuevo impacto con la publicación de un Decreto Presidencial en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.522, el cual suspende el pago de los cánones de arrendamiento de inmuebles de uso comercial y de aquellos utilizados como vivienda principal, por un período de seis meses, Decreto que fue prorrogado por seis meses más, con la su publicación el 02 de septiembre 2020 de la Gaceta Oficial N° 41.956.

A finales del mes de marzo nuestro sector recibió un nuevo impacto con la publicación de un Decreto Presidencial en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.522, en el que se suspendió el pago de los cánones de arrendamiento de



inmuebles de uso comercial y de aquellos utilizados como vivienda principal por un periodo de seis meses, prorrogado por seis meses más el 02 de septiembre 2020 de la Gaceta Oficial N° 41.956.



La planificación anual se vio alterada por completo. A pesar de iniciar el 2020 con cifras auspiciosas y grandes expectativas, todo el contexto de pandemia generó un fuerte impacto en nuestro modelo de negocio y nuestra forma de trabajar. No estábamos preparados para el trabajo a distancia, en gran medida porque muchas de nuestras actividades hay que realizarlas de forma presencial por tratarse de una empresa prestadora de servicios.

Surgieron grandes retos y preguntas: ¿Cómo mantener el flujo de caja? ¿Cómo mantener nuestra estructura de colaboradores? ¿Cómo generar ingresos dada la suspensión de los cánones? ¿Cómo mantener la operatividad de

nuestros centros comerciales? Debíamos adaptar nuestros establecimientos a las medidas de bioseguridad, indexar nuestras cuentas por cobrar, trasladar al personal mínimo requerido para operar los centros comerciales, entre muchos otros. El período de marzo-junio representó el más complejo, prácticamente no hubo operatividad en las unidades de negocio sino hasta finales de junio. El resultado ha sido una estructura plana y más ligera, con una reducción importante de costos asociados y un liderazgo joven emergente. Respetando las normas de buen gobierno corporativo, hemos hecho cambios sutiles pero fundamentales en nuestra cultura, enfatizando la labor de equipo y el servicio al cliente, sin olvidar trabajar sobre el celo informativo y la jerarquía.

Sin embargo, ese periodo nos permitió realizar un ejercicio de evaluación. Fue necesario replantear nuestro modelo de negocio, así como la forma en que desarrollábamos nuestras operaciones, y, en el ínterin, comenzamos con una revisión de los procesos medulares en el contexto de la nueva realidad. Así las cosas, identificamos cada uno y combinamos las actividades de diferentes departamentos, lo que nos permitió eliminar a aquellas que no generaban valor a la empresa. Luego, precisamos a los líderes o propietarios de cada proceso y construimos una estructura de gestión de forma horizontal. Adoptamos un modelo de trabajo con nuevos enfoques de liderazgo, medición del rendimiento, compensación y capacitación, todo centrado en los clientes y el trabajo en equipo, actuando de forma armónica con los procesos ya integrados y optimizados, en el que la información fluye hacia todos los responsables de áreas a través de comités ejecutivos y operativos periódicos. Esta reingeniería de procesos y estructura ha facilitado al tren ejecutivo tener una visión global del negocio, aportar ideas, informar oportunamente, generar directrices y realizar seguimiento a la operación de forma continua, lo que ha permitido la toma de decisiones oportunas ante

la situación cambiante que tiñe la dinámica actividad comercial en este momento.

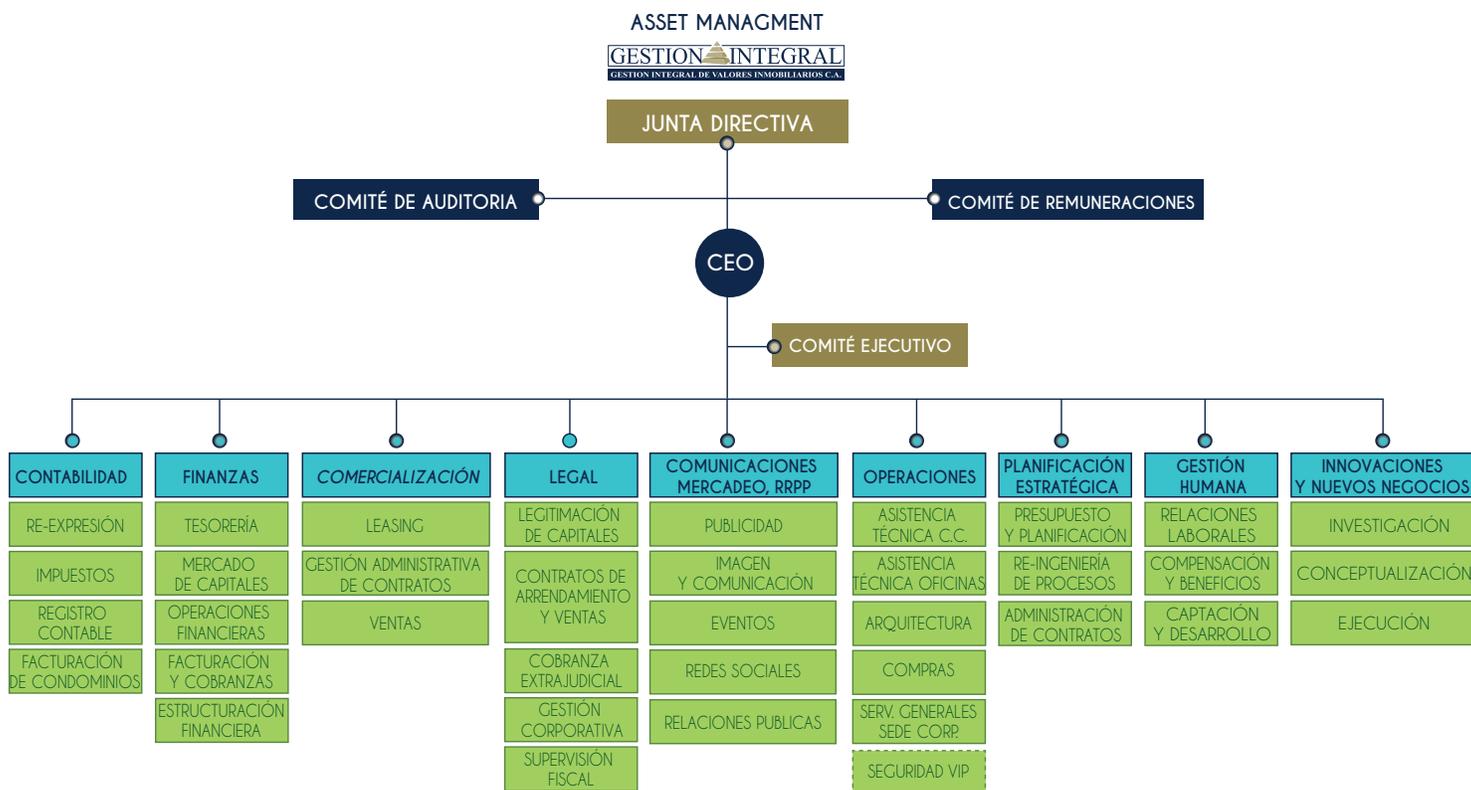
El resultado ha sido una estructura plana y más ligera, con una reducción importante de costos asociados y un liderazgo joven emergente. Respetando las normas de buen gobierno corporativo, hemos hecho cambios sutiles pero fundamentales en nuestra cultura, enfatizando la labor de equipo y el servicio al cliente, sin olvidar trabajar sobre el celo informativo y la jerarquía.

Nuestros objetivos a corto y mediano plazo se resumen en operar más rápido y eficientes, automatizando nuestras actividades y haciendo uso de la tecnología de la información de manera más productiva; mejorar el desempeño de los colaboradores dándoles más autoridad y

una visión más clara de cómo su trabajo encaja en las operaciones de la empresa en su conjunto; compensar a los clientes con productos de mayor calidad y prestando un servicio diferenciador, así como generar dividendos a los accionistas por la vía de la reducción de costos de la empresa, aumentando sus ingresos y su valor bursátil.

El mundo cambió. No podíamos quedarnos estáticos. Nosotros también hemos cambiado. La nueva realidad exige planificación. Continuamos en un proceso de transición en el que los cambios conllevan riesgos, pero estamos convencidos que las mejoras se verán reflejadas en lo inmediato. El 2021 también será un año de grandes retos, y estamos más preparados para afrontarlos.

ESTRUCTURA





EL PANORAMA Ha cambiado

JUAN ANDRÉS ROMAGUERA CONTI
VP. DE FINANZAS Y TESORERÍA

La crisis derivada de la pandemia de COVID 19 ha sido uno de los desafíos más serios que ha enfrentado la humanidad en tiempos recientes. El mundo está siendo testigo de un colapso económico que impactará de manera severa el bienestar de grandes segmentos de la población durante los próximos años.

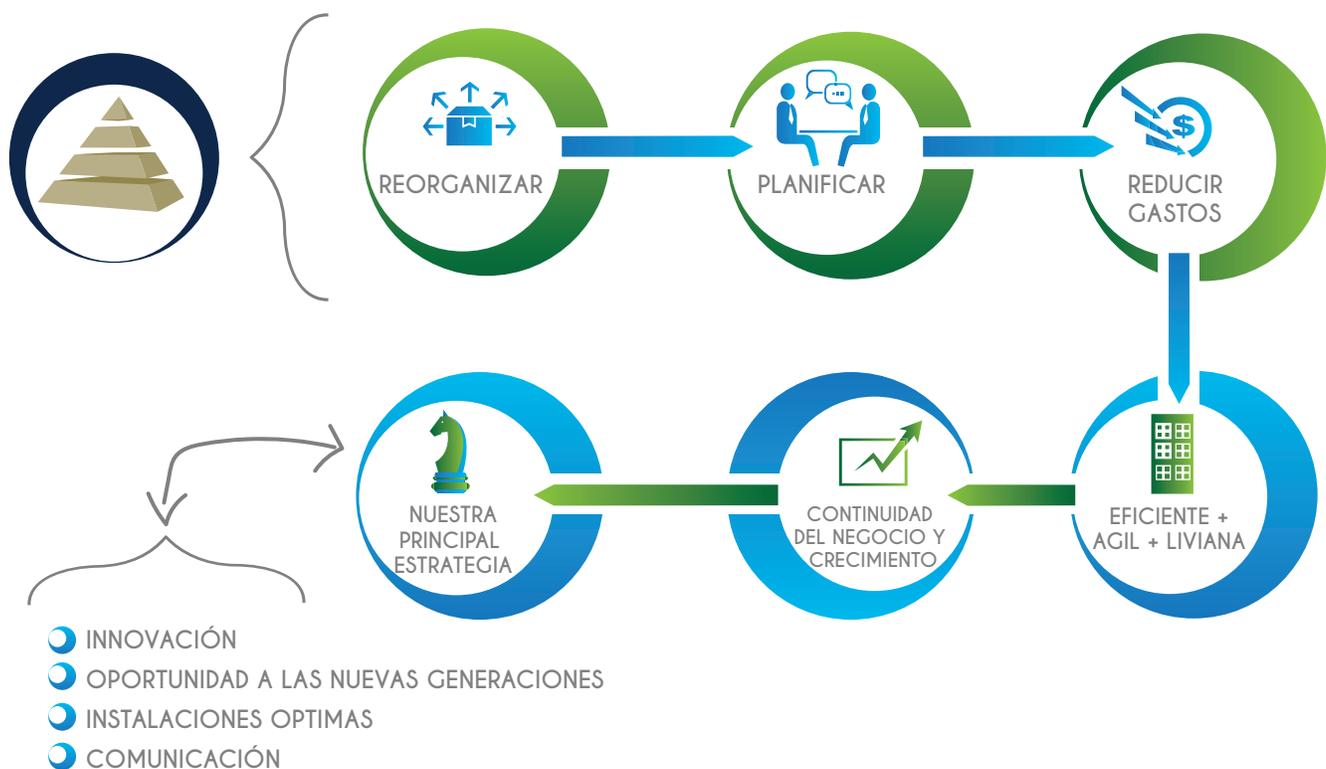
Venezuela cierra el año 2020 con una recesión en la economía y un aumento de la dolarización transaccional, además de una caída inédita de la producción petrolera y de los ingresos fiscales, el colapso general de los servicios públicos y un aumento de la desigualdad y la pobreza, todo ello, acompañado de algunas medidas que hemos vivido desde marzo 2020 que buscan mitigar los efectos del coronavirus en Venezuela, a saber: cuarentena social con el uso obligatorio de tapabocas bajo el esquema 7+7, se ratifica la inamovilidad laboral, se suprime por 6 meses el pago de arrendamientos de comercios y viviendas principales, suspensión por 6 meses el pago de intereses y capital de créditos otorgados en UVCC, prohibición de corte en el servicio de telecomunicaciones, paralización

absoluta de todas las actividades, excepto aquellas que por su naturaleza sean fundamentales.

En Venezuela las ventas de e-commerce aumentaron, lo que impulsó la venta de productos de primera necesidad, aunado a un cambio en la cotidianidad de todos los ciudadanos, donde el hogar pasó a ser la oficina "home office", las reuniones en formato digital y el contacto social disminuyó a su mínima expresión.

Desde el FVI aprovechamos este tiempo para reorganizar, planificar y reducir gastos, por lo que logramos cerrar el año con una empresa más eficiente, liviana y ágil, con capacidad para continuar con el negocio y seguir creciendo. Nuestra principal estrategia fue la innovación, oportunidad a las nuevas generaciones, instalaciones óptimas y comunicación.

Dentro de este contexto tan adverso, en el FVI hemos manejado nuestro negocio con el optimismo y profesionalismo que nos ha



caracterizado durante al menos 28 años, consolidando una marca propia, orientados en diferenciar nuestros centros comerciales, por lo que hemos podido mantener una sólida posición dentro del mercado debido al alto nivel de calidad y seguridad en los servicios, así como la realización de inversiones necesarias para el mantenimiento de nuestros activos, pudiendo con ello prestar un mejor servicio de la mano de los aliados comerciales.

Por otra parte, con el inicio de la campaña de vacunación contra el Covid 19 se espera la reactivación de la actividad económica global. En ese contexto, los migrantes venezolanos podrían recuperar sus trabajos, lo que les permitiría reanudar el envío de remesas a sus familiares, dando impulso a la reanimación del consumo privado, que será la principal fuerza motriz de la dinámica económica interna.

El año 2021 sin duda representa un gran desafío, será un periodo en el que la economía "mejore levemente" con participación importante del sector privado e incremento en el consumo privado, en el cual la inflación será un elemento volátil. Creemos que Venezuela podría experimentar un crecimiento en el PIB real desde el año 2013, esto, motivado a algunos cambios económicos que se han materializado en el país tales como la flexibilización en los "controles" y una mejora en el suministro de bienes y servicios dado un uso más generalizado a otras monedas como medio de pago además del Bolívar.

Sin duda alguna el negocio de hoy debe ser rentable, debemos ser ágiles y flexibles para afrontar la volatilidad económica, las inversiones deben estar orientadas a generar nuevos ingresos y a reducir o eliminar gastos. Debemos ser eficientes de manera de poder alcanzar una rentabilidad sostenible en el tiempo, manteniendo vigencia en el mercado de capitales nacionales e internacionales.

Nuestra empresa se ha mantenido activa en el mercado de valores, en especial, el de renta fija.



Nuestros instrumentos financieros se cotizan como una de las más sólidas alternativas de inversión. Fondo de Valores Inmobiliarios se posiciona como una de las empresas líderes dentro del Mercado de Valores venezolano. Desde el año 2005 hasta la fecha el FVI ha llevado a cabo más de 20 instrumentos de renta fija y en el año 2020 fue aprobada la Emisión de Papeles Comerciales 2019I, las cuales fueron totalmente colocadas, lo que demuestra la posición dominante que mantiene el FVI como uno de los principales emisores de renta fija del país y la confianza de pequeños inversionistas e inversionistas institucionales en la calidad de los valores emitidos por la empresa. Es importante destacar que todas las emisiones realizadas por FVI, han sido calificadas por firmas autorizadas independientes, con el riesgo A3, y continúa dentro del rango de los emisores que colocan a mayor plazo.

En cuanto a la renta variable en el año 2020, FVI ejecutó un aumento de capital social a través del incremento del valor nominal de acciones, a razón de un intercambio de 100.000 acciones en tenencia por una nueva acción, así mismo continuó manteniendo su programa de ADR'S nivel 1 en el New York Stock Exchange.

Tenemos una interpretación positiva del futuro, hemos consolidado nuestra experiencia, estamos preparados para asumir nuevos retos, estamos seguros de que Venezuela recuperará la senda del progreso y crecimiento, por lo que sin duda nuestro país será una extraordinaria oportunidad de inversión. El año 2021 luce lleno de retos, pero sobre todo de oportunidades en el comercio de bienes y servicios.

FVI continua con la estrategia de generar valor a la empresa con visión a largo plazo.

FONDO VALORES INMOBILIARIOS S.A.C.A

Capital Suscrito y Pagado: Bs. 942.939.900.000
Capital Autorizado: Bs. 1.885.879.800.000
Capital Social Actualizado: Bs. 1.885.879.800.000

J-00374108-6

**OFERTA PÚBLICA DE PAPELES COMERCIALES AL PORTADOR
EMISIÓN 2019 HASTA POR VEINTE MIL MILLONES DE BOLÍVARES (Bs. 20.000.000.000,00).
SERIE DE LA 8 A LA 10
VALOR NOMINAL DE CADA SERIE: Bs. 2.000.000.000,00
MONTO TOTAL DE LAS SERIES 8 A LA 10: Bs. 6.000.000.000,00**

La Emisión 2019-I fue autorizada por la Superintendencia Nacional de Valores e inscrita en el Registro Nacional de Valores, según Providencia No. 022/2020 de fecha 28 de febrero de 2020, con base en lo aprobado por la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas de FVI "Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A" celebrada en fecha 20 de mayo de 2019, y en los términos y condiciones fijados por la Junta Directiva en su sesión del nueve (09) de septiembre de 2019 y en hoja de términos de fecha 12 de noviembre de 2020. La autorización tendrá una vigencia de un (1) año calendario contado a partir del día siguiente de la fecha de emisión de la primera serie de cada emisión. El monto máximo que podrá estar en circulación durante la vigencia de la autorización de la emisión es de **VEINTE MIL MILLONES DE BOLÍVARES (Bs. 20.000.000.000,00)**.

Lugar y Fecha de Inicio de la Colocación	Caracas, 19 de noviembre de 2020
Fecha de Vencimiento de las Series	19 de Mayo de 2021
Plazo de las Series	Ciento Ochenta días (180) días. (Base 30/360)
Plazo de la Oferta Pública	Treinta (30) días. Este plazo podrá ser renovado previa autorización de la Superintendencia Nacional de Valores.
Tasa de Interés anual	Noventa y Cinco por ciento (95%) anual fija durante la vigencia de las series.
Precio De La Colocación	El precio inicial de la colocación es de setenta y cinco coma sesenta y nueve por ciento (75,69%) del valor nominal. El precio de colocación y los intereses acumulados variaran según corresponda al día de la venta, conforme a lo establecido en el prospecto autorizado.
Pago de Intereses	Trimestral (Base 30/360)
Pago del Capital	Valor Nominal a la fecha de vencimiento
Sistema de Colocación	A mayores esfuerzos
Inversión Mínima	Un Millón Quinientos mil Bolívares (1.500.000,00 Bs.)
Pequeños y medianos Inversionistas	De conformidad con el artículo 26 de las "Normas Relativas a la Oferta Pública, Colocación y Publicación de las Emisiones de Valores", durante los primeros cinco (5) días del periodo de colocación primaria se dará preferencia a los pequeños y medianos inversionistas en un porcentaje que en ningún caso será inferior al cinco por ciento (5%) del monto total de la emisión y a su vez cada inversionista minoritario no podrá poseer más de dos (2%) de ese porcentaje.
Agente De Pago y Custodia	C.V.V. Casa Venezolana de Valores, S.A. (CVV) Dirección: Av. Sorocaima, entre Av. Venezuela y Tamanaco, Edif. Altrium, Nivel C-1, Urb. El Rosal, Municipio Chacao, Caracas, Venezuela.
Representante Común	Fabesta Estructuración y Asesoría Financiera, Sociedad de Corretaje, S.A. Dirección: Avenida Venezuela, Torre El Samán, PB, El Rosal, Chacao, Caracas 1060.
Denominación de los Títulos	El monto de cada una de las series de la Emisión 2019-I es de Dos Mil Millones de Bolívares (2.000.000.000,00). Cada una estará compuesta por un Macrotítulo, representativo de un millón (1.000.000) de fracciones de dos mil Bolívares (Bs. 2.000,00) cada una., el cual será depositado en la C.V.V., Caja Venezolana de Valores, S.A, en su condición de agente de custodia.
Dictámenes De Calificación De Riesgo	Global Ratings, C.A. Sociedad Calificadora de Riesgo, Categoría "A", Subcategoría "A3". Clave, Sociedad Calificadora de Riesgo, C.A. Categoría "A," Subcategoría "A3".
Mercado Secundario	El Emisor podrá inscribir en cualquier momento las series en la Bolsa Pública de Valores Bicentenario y/o en la Bolsa de Valores de Caracas, C.A.
Agentes De Colocación:	Ratio Casa de Bolsa, C.A. Dirección: Calle Londres, Edificio Las Mercedes, Piso 1, Ofic. Ala Sur, Urb. Las Mercedes, Caracas, Venezuela. Fabesta Estructuración y Asesoría Financiera, Sociedad de Corretaje S.A. Dirección: Avenida Venezuela, Torre El Samán, PB., El Rosal, Chacao, Caracas 1060.



FABESTA Estructuración y Asesoría Financiera, Sociedad de Corretaje S.A.
RIF: J-313102113
Av. Venezuela, Edificio El Samán, Piso 4,
El Rosal - Chacao, Estado Miranda,
Caracas - Venezuela.
Teléfono +58 (212) 9059276



Ratio Casa de Bolsa, C.A.
RIF: J-31177650-8
Calle Londres, Edificio Las Mercedes,
Piso 01, Ofic. Ala Sur, Urb. Las Mercedes,
Caracas, Venezuela.
Teléfono 58 (212) 994-0393

Las inversiones realizadas en el mercado de valores están sujetas a las fluctuaciones del mercado y por tanto no se garantizan rendimientos futuros.

Los recursos invertidos en cualquier operación a través del mercado de valores, no están garantizados por FOGADE u otro organismo público o privado y están sujetos a riesgo, el cual puede materializarse en pérdida total o parcial de la inversión. Nota: el inversionista que adquiera los papeles comerciales al portador deberá informar al Agente de Colocación sus instrucciones sobre la sub cuenta de valores del Agente de Custodia en la que desee mantener la custodia de los títulos.

Solicite el Prospecto Informativo autorizado por la Superintendencia Nacional de Valores en las oficinas del Emisor:
Av. Venezuela, Torre El Samán, Piso 10, Urbanización El Rosal, Caracas, Venezuela.
Teléfono (212) 905-9149 / E-mail: inversionista@fvi.com.ve / www.fvi.com.ve
o en las oficinas de los Agentes de Colocación.
Valores

Publicidad autorizada por la Superintendencia Nacional de Valores



NUESTRA PRIORIDAD ES COMUNICAR

RINA MORILLO

GERENTE CORPORATIVO DE COMUNICACIÓN Y MERCADEO

Fondo de Valores Inmobiliarios, S.A.C.A. siempre ha tenido dentro de sus objetivos estratégicos la comunicación con todos sus *stakeholders*, sin embargo, en el año 2020, y en especial desde el inicio de la pandemia, tender puentes de conexión se convirtió en el bastión más importante de su gestión, apalancándose en una robusta base de datos de aliados, la utilización de los canales de comunicación más adecuados para finalmente lograr la transmisión de contenidos productivos.

La fase inicial fue establecer comunicación con los aliados que hacen vida en nuestros centros comerciales y edificaciones, con el objeto de saber de ellos y tener su *“feedback”*, para luego reforzar nuestra posición de alianza, transmitiéndoles que nos manteníamos activos, animados, informados y, sobre todo, reaccionando oportunamente para adaptarnos a la nueva realidad.



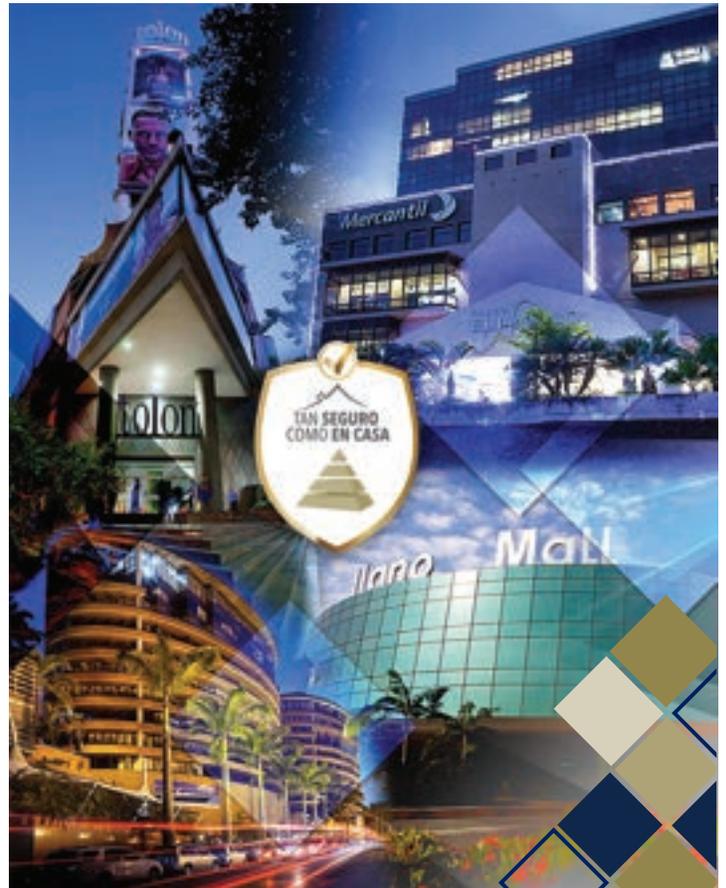
LA ESTRATEGIA SE BASÓ EN



PLANIFICAR + EJECUTAR + COMUNICAR

La operatividad del FVI nunca se detuvo durante el 2020, aún en los períodos de aislamiento más radical, permitiéndonos realizar labores de mantenimiento profundo en nuestros activos, al mismo tiempo que brindar apoyo a nuestros locatarios de categorías comerciales o sectores económicos permitidos que habían estado operando de forma constante durante este periodo, como los son farmacias, supermercados y restaurantes con la figura de *delivery* y *pick up*, entre otros.

Desde el 16 de marzo nuestros centros comerciales Tolón Fashion Mall, Centro San



Ignacio, Paseo el Hatillo-La Lagunita y Llano Mall Ciudad Comercial, iniciaron una campaña informativa en redes sociales sobre el COVID-19 y los protocolos de bioseguridad, que resultó de gran interés para nuestros clientes que se encontraban ávidos de información. También dio comienzo a la campaña **“En el Fondo, las distancias nos unen”**; campaña que, apalancada en el concepto de mantener la conexión y fidelidad a pesar de las circunstancias de distanciamiento personal, reforzaba la idea de seguridad integral como elemento diferenciador de nuestros centros comerciales, destacando un ambiente de tránsito seguro tanto para todos los que interactúan y de alguna manera conviven en nuestros espacios: colaboradores, aliados comerciales, propietarios e inquilinos, así como también el público visitante.

Con orgullo podemos aseverar que el sello de Fondo de Valores Inmobiliarios se distingue en



USO OBLIGATORIO DE LA MASCARILLA



RESPECTAR EL DISTANCIAMIENTO FÍSICO



POR FAVOR, UTILICE EL GEL ANTIBACTERIAL



FONDO VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A.

www.fvi.com.ve

Campaña de Bioseguridad en los Mall

ASCENSOR SOLO DE USO PREFERENCIAL



CAPACIDAD MÁXIMA PERSONAS

OTROS USUARIOS POR FAVOR DIRIGIRSE A LA ESCALERA MÁS PRÓXIMA



MÁXIMO DE PERSONAS



BIENVENIDOS

POR EL BIENESTAR DE TODOS PARA INGRESAR AL CENTRO COMERCIAL SE DEBE CUMPLIR EL SIGUIENTE PROTOCOLO:



USO DE LA MASCARILLA



CHEQUEO DE TEMPERATURA



RESPECTAR EL DISTANCIAMIENTO FÍSICO

FAVOR DIRÍJASE A LA ENTRADA HABILITADA PARA EL INGRESO AL CENTRO COMERCIAL



CENTRO SAN IGNACIO
LABORATORIA

FONDO VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A.

cada uno de los centros comerciales que operamos, con base a nuestros atributos diferenciadores: ubicación, seguridad y calidad de servicio. Este sello se vio acentuado cuando pusimos en marcha nuestro protocolo de bioseguridad, que, sin duda alguna, ha permitido hacer sentir a nuestros visitantes, aliados y colaboradores **Tan Seguros Como en Casa**, frase que destaca en todas nuestras piezas publicitarias.

Ya para el último cuatrimestre del 2020 nuestra comunicación corporativa dio un nuevo giro hacia una estrategia de generar expectativas, no tanto dirigida hacia el concepto

convencional de marketing de causar curiosidad, sino más bien cómo propiciar una actitud diaria y consecuente para alcanzar nuestros logros. Debido a ello, el contenido de nuestros mensajes comenzó a sustentarse en datos cuantificables: ocupación de nuestros centros comerciales, incremento de visitantes, incorporación de nuevos aliados, instalaciones óptimas y seguras.

Paradójicamente, si alguna enseñanza nos ha dejado esta llamada nueva realidad con énfasis en el distanciamiento, es que debemos trabajar unidos para crear sinergia entre todos los que formamos parte de este mercado.



CONCURSO

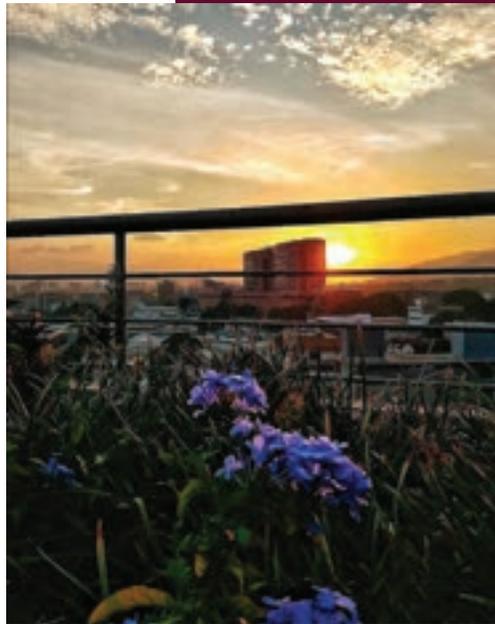
“Premiamos tu Mejor Foto de Centro San Ignacio”



1er Lugar - 2513 Likes



2 do. Lugar - 2501 Likes



3 er.. Lugar - 2130 Likes



Enmarcados en la estrategia de apoyar a nuestros centros comerciales para generar mayor interacción con nuestros seguidores, el día 25 de agosto se lanzó a través de la red social Instagram el concurso: “Premiamos tu mejor foto del San Ignacio”, ideado como parte de la temática en el mes de la fotografía, con la finalidad de crear un evento virtual para promover las visitas y exaltar los atractivos visuales del Centro San Ignacio tales como su estructura, espacios, zonas, terrazas y sobre todo su vista.



EXPERIENCIAS POSITIVAS DURANTE EL 2020

Los cambios imprevistos con los que iniciamos el año 2020 tras la llegada de la pandemia, nos obligó a revisar las cifras planteadas, así como las estrategias y herramientas de negociación con nuestros clientes. Mantener como norte el acercamiento con nuestros aliados fue la clave para generar mayor empatía, y la revisión de cada caso particular nos permitió entender cómo lograr una mejor sinergia.

La continuidad y compromiso de nuestros clientes nos ayudó a minimizar la desocupación, entretanto, fue posible incorporar más clientes, alrededor de 17 marcas en las diferentes unidades de negocio, lo que representó la ocupación de más de 1.100 m².

De cara al 2021 evaluamos nuevas tendencias comerciales, que nos permitan generar ingresos e impulsar las ventas a través de la integración de los canales físicos y digitales. Del mismo modo, seguimos evaluando los planteamientos de los modelos de negociación y sus procesos para poder generar cambios en positivo.

En este sentido, trabajar en equipo y mantenernos en constante seguimiento de las metas planificadas, nos ayudará a continuar en el mercado generando cambios exitosos. cambios.



Adiairy Caicedo I
Gerente Corporativo de Comercialización

ACCIONES ESPECÍFICAS POR UNIDAD DE NEGOCIO

- Promover la venta y alquiler de los activos de la compañía para alcanzar la mayor rentabilidad en tiempos factibles y captar clientes óptimos que permitan la continuidad del negocio.
- Mantener la ocupación e incorporación de marcas.
- Diseñar estrategias junto a la gerencia local que nos permita presentar un análisis del comportamiento comercial a los clientes potenciales con el fin de minimizar la percepción de la poca rentabilidad en las ventas.
- La redistribuir los locales de grandes formatos en PB que permita la comercialización más rápida, con la inversión que ello implica.
- Ocupar m² disponibles de los locales de grandes formatos enfocados principalmente en marcas que generen destinos como los servicios.



Total 197,87 m²



Total 505,30 m²



Total 324,13 m²



Total 91,25 m²



Agente Autorizado
Servealca

PARFOIS

Moda STF



Dulcería
Palette



QANÁ

11:11

Mundo
Mágico Girls



la
Montserratina



GYROS

Galerie
Du Placard



OCUPACIÓN A DICIEMBRE 2020

Relación de espacios ocupados en nuestros centros comerciales

82%

TOTAL PORTAFOLIO



93%

OCUPACIÓN



83%

OCUPACIÓN



70%

OCUPACIÓN



85%

OCUPACIÓN



GERENCIA EN TIEMPO DE PANDEMIA

VISIÓN **tolón**
FASHION MALL



Alberto Sonnessa I
Gerente General
de Tolón Fashion Mall

Al término del año 2019 tuve la oportunidad de dirigir Tolón Fashion Mall, lo que significó un gran reto, pues implicaba una nueva forma de

trabajar y liderar un equipo en un contexto económico poco favorable, aunado a las altas expectativas de los aliados comerciales.

Ello me impulsó a trazar objetivos y metas diferentes, sin embargo, fueron coartados en el contexto de la pandemia a causa del Covid-19. Una contingencia que nos obligó a adaptar todo lo que teníamos diseñado para la nueva gestión, mientras se planificaba junto al corporativo (Fondo de Valores Inmobiliarios) cómo avanzar y adaptarnos a la nueva realidad mundial.

En este nuevo arranque afianzamos la toma de decisiones en equipo y avaluamos su pertinencia a medida que reactivábamos el Mall, adaptándonos a las directrices del Ejecutivo Nacional.

Durante el proceso aprendimos a fortalecernos como unidad y a estar preparados para las nuevas exigencias del negocio; también, a capitalizar las expectativas de los comerciantes, una labor mucho más exigente. No obstante, la contingencia del coronavirus nos permitió personalizar la relación con cada aliado comercial, brindándoles tranquilidad, apoyo y confianza para comenzar a trabajar bajo estos nuevos escenarios. Esto propició una gran

empatía y sinergia, las cuales nos esforzamos por cultivar día a día.

Esta gerencia en tiempos de pandemia -como los mismos aliados comerciales la han denominado-, exigió mucho de cada una de nuestras unidades funcionales, para lograr una reactivación de la operatividad sin mayor impacto negativo en los visitantes.

La Gerencia de Seguridad por su parte aplicó todos los protocolos de bioseguridad, siendo el principal garante de su cumplimiento hasta la fecha, sin perder el foco de la protección integral de la instalación. Del mismo modo, la Gerencia de Operaciones mantuvo activos todos los sistemas neurálgicos de la edificación, a pesar de las limitantes de recursos.



En el mismo contexto, la Gerencia de Mercadeo centró sus esfuerzos en atender activamente nuestras Redes Sociales, orientadas a dar tranquilidad al visitante y apoyar las iniciativas de los comerciantes. Se llevó a cabo el tradicional encendido de la navidad vía *online*, cumpliendo con los protocolos de bioseguridad para los pocos invitados y participantes. Igualmente, fue implementado lo que denominamos como la semana del *Black Friday*, como una estrategia para impulsar las

ventas de los aliados con excelentes resultados. Se fortaleció la sinergia entre las marcas que están presentes en nuestro mall y la operación diaria, ya que por primera vez los aliados eran la voz más importante para invitar a sus consumidores a que nos visitaran.

Brindar confort y seguridad a nuestros visitantes fue la estrategia del Parking, mientras que la Gerencia de Administración enfocó sus esfuerzos en la búsqueda constante de ingresos para soportar financieramente todo este proceso. Gestión Humana continuó brindando apoyo a nuestros colaboradores ofreciendo tranquilidad en estos tiempos de incertidumbre. Por su parte, el departamento de Tecnología dio continuidad a la eficiente operatividad de las comunicaciones de cara a las nuevas exigencias globales.

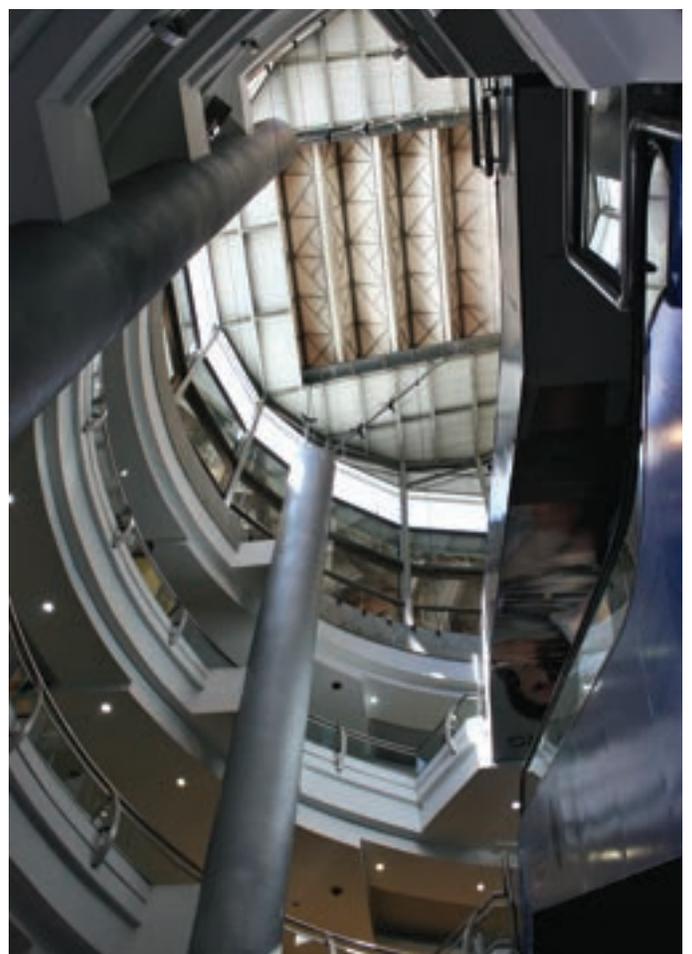
Todo esto nos permitió hacer un cierre muy exitoso del año 2020, por el cual nadie apostaba en el mes de marzo.

A partir de nuestros avances y aprendizaje, intuimos que el 2021 permitirá apalancarnos en esta experiencia que estamos dispuestos a continuar con mayor ímpetu, entendiendo, además, que debemos abrir las puertas del mall todos los días siguiendo los protocolos de bioseguridad, sumado a las estrategias que nos mantuvieron operativos en tiempos de pandemia. Al mismo tiempo, impulsamos una reestructuración interna para optimizar los procesos de nuestras unidades funcionales, pues nos proyectamos como una gestión comprometida, rentable y con expectativas positivas, con la visión de ser nuevamente: *the cash of machine*.

FASHION MALL



tolón



FORTALECIDO COMO EQUIPO EN EL 2020

En el año 2018 asumí el reto más importante de mi carrera hasta entonces: la gerencia general del primer centro comercial de la región Llano central del país, Llano Mall Ciudad Comercial. Desde entonces acepté el desafío con responsabilidad, pudiendo superar complejas adversidades hasta 2020, que se convirtió en un nuevo punto de partida. Cambiar procesos y formas de pensar para la ejecución de las tareas se convirtió en un nuevo objetivo.

Tenía la certeza que lograríamos sobrellevar la situación y conseguiríamos ser más fuertes al final de este camino, en marzo de 2020 con el inicio de una pandemia mundial el panorama era desconcertante, con obstáculos totalmente nuevos y con temor, pero con ganas de afrontar las circunstancias y poner en marcha un nuevo plan. Nos enfocamos en trabajar de manera multidisciplinaria con todas las gerencias, convirtiéndonos en una sola unidad, donde todos aportaban ideas, sugerencias y alternativas en el que el conocido dicho: “no existen ideas malas”, se convirtió en nuestra nueva filosofía. Fue satisfactorio ver como todo el equipo se fortaleció y como cada uno de nosotros dio lo mejor de sí para que Llano Mall Ciudad Comercial, volviera a sus mejores épocas.

Trabajamos de la mano con especialistas. Durante la primera parte de la cuarentena nos enfocamos en resguardar nuestros activos y reforzar nuestra seguridad para transmitir tranquilidad no sólo a nuestros colaboradores, sino también a nuestros aliados comerciales. En la segunda fase nos esforzamos por crear ambientes seguros para nuestros visitantes, implementando medidas de bioseguridad para que se sintieran **“Tan Seguros Como en Casa”**.



Juvenal Uzcategui |
Gerente General
de Llano Mall Ciudad Comercial

Adquirimos procesos operativos eficaces, incrementando los trabajos de rutina al tiempo que incorporamos jornadas especiales de desinfección para realizar trabajos preventivos, pues el objetivo era estar más que preparados. Tras el anuncio por parte del Gobierno en el que nos permitía operar nuevamente bajo el novedoso esquema 7+7, y al encontrarnos en un Estado donde los niveles de contagios al principio de la cuarentena se mantuvieron bajos, Portuguesa se situó en el nivel 3 en las categorías de cuarentena, lo que permitió que lográramos trabajar antes y con más continuidad.

Uno de los retos más difíciles fue mantener los ingresos, ya que los aliados comerciales se vieron afectados por el esquema implementado por el Ejecutivo Nacional, sin

embargo, nuestro equipo de administración y cobranza diseñó mecanismos y jornadas especiales en los que fue posible alcanzar los ingresos necesarios para mantener la operatividad del mall. La gerencia de mercadeo por su parte creó campañas comunicacionales, apalancada con nuestra influencer Michell Barone de la región como imagen del Centro Comercial, lo que permitió ampliar nuestro mensaje junto a los aliados como principales voceros a través de sus redes.

El último trimestre del año mostró a la sociedad con ganas de seguir adelante, consumir y buscar lugares de entretenimiento, escogiendo a Llano Mall Ciudad Comercial como el espacio preferido por el pueblo portugueseño. El cierre de año ha sido suficiente para proyectar un futuro prometedor, que no será fácil, pero nadie puede negar que es posible.

“Desde mi punto de vista, ha sido un proceso lleno de experiencias positivas, pienso que la lección primordial que nos dejó este 2020 es la capacidad para sobrellevar y enfrentarnos a un entorno que ha planteado obstáculos desconocidos, además de impredecibles en muchos sentidos. El tamaño de la crisis que afrontamos nos enseñó a resistir, ser perseverantes, a gestionar una crisis de manera reactiva, buscando siempre las mejores soluciones para enfrentar cada reto de la mejor manera, nos enseñó a crear nuevos instrumentos que mejoren los procesos, a crear nueva conciencia, acercarnos, fomentar y potenciar nuestros mejores valores con un sólido liderazgo”.

Razones para ser optimistas nos sobran, pues en las crisis siempre hemos encontrado oportunidades y por ello nos esforzamos cada día más, utilizando toda la experiencia que hemos obtenido a lo largo de los años.





Carolina Smiroldo I
Gerente General de Paseo El Hatillo - La Lagunita

PASEO EL HATILLO LA LAGUNITA

En Paseo El Hatillo La Lagunita el 2020 significó un año de retos, propios de la pandemia por Covid-19. Ello nos obligó a replantear estrategias y procesos en nuestra unidad de negocios, conducidos por las directrices corporativas que nos permitieron entender el contexto de las normativas que semanalmente se emanaban del Ejecutivo Nacional.

Para asumir los desafíos de esta nueva circunstancia, el equipo de trabajo que lidero se mostró más homogéneo y familiar, logrando construir desde marzo un frente de apoyo y protección con la aplicación de los protocolos de bioseguridad, que garantizaran el bienestar de cada uno y sus familias.

En este sentido, me correspondió desarrollar un acercamiento mucho más humano con nuestros aliados comerciales para entender las circunstancias adversas de cada uno, al tiempo que les pudimos comunicar nuestro esquema de organización gerencial para poder capitalizar los objetos financieros, operativos e inmobiliarios que nos trazamos en esta nueva etapa, a pesar de las regulaciones establecidas por el Ejecutivo Nacional, en lo referente a la recuperación y cobro de los cánones de arrendamiento y gastos de condominio.

Por otra parte, aprendimos el esquema del teletrabajo, organizándonos, conociendo e implementando las nuevas plataformas

tecnológicas que nos ayudaran a estar conectados con los diferentes interlocutores, respetando los protocolos de bioseguridad, dándonos acceso a una comunicación directa para el cumplimiento de las funciones que desde cada proceso nos competía.

El año 2020 ha sido complejo, de grandes aprendizajes y experiencias, pero logramos transitarlo satisfactoriamente. A diferencia de otros escenarios, éste comprometía la vida humana y a pesar de ello no nos detuvimos gracias a la entereza, compromiso, responsabilidad y optimismo de nuestro equipo de trabajo. Cumplir los esquemas de protección nos ayudó a avanzar y superar nuestros propios temores, que convertimos en oportunidades de crecimiento y desarrollo.

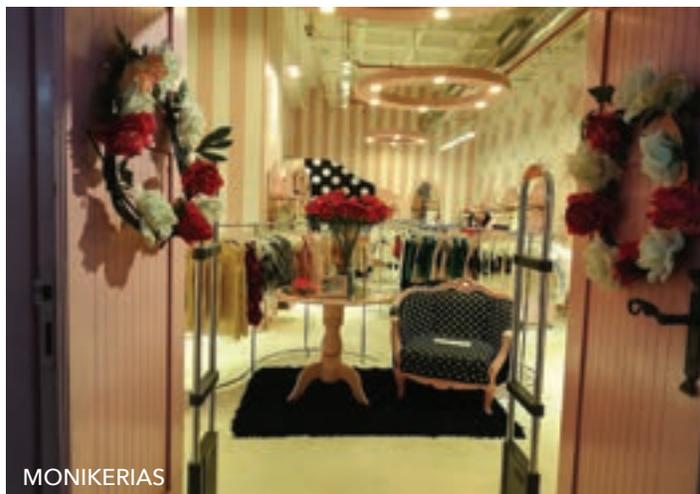
Todas estas experiencias me permitieron a crecer como ser humano y como profesional, pues a pesar de las complejidades de cada escenario, fue posible liderar a nuestra comunidad con optimismo, con conocimientos claros y una visión positiva enfocada en un futuro prometedor y de continuo crecimiento para nosotros y el país.

PASEO EL HATILLO

LA LAGUNITA



PAVITA'S



MONIKERIAS



VANESSA FARINA



IL GRILLO



BOULEVARD TOLÓN

EL DESTINO DE TUS ENCUENTROS

GABRIELA VELUTINI

GERENTE DE INNOVACIÓN Y NUEVOS NEGOCIOS



El Boulevard Tolón es un proyecto de naturaleza urbana que pretende potenciar a Las Mercedes como el destino turístico y comercial más emblemático del país. A través de una intervención que se desarrollará en la Avenida Copérnico y paralelo al Tolón Fashion Mall, este novedoso proyecto pretende marcar la tendencia hacia una ciudad más peatonal, priorizando la dinámica citadina de esparcimiento y comercio.

Con un diseño armonioso, enfatizado por la iluminación, el equipamiento urbano y el paisajismo, el Boulevard Tolón propone restringir

el tránsito vehicular de esta avenida a dos canales y ampliar en la misma medida la vía peatonal. Ello podrá generar mas de 10.000 m² de espacios nuevos para el esparcimiento y la actividad comercial, y nos permitirá transformar esta zona en el Centro Comercial Premium al aire libre de Caracas, tal como existe en las principales capitales y ciudades del mundo que proponen brindar mayores beneficios al peatón y reducir progresivamente el tránsito vehicular en favor de una mejor calidad de vida para la ciudadanía.

El Boulevard Tolón se desarrollará en una primera fase desde la Avenida Principal de Las

Mercedes hasta el cruce con la Avenida Orinoco y la calle Nueva York. También incluye una cuadra de la Calle California, la cual conecta con la Avenida Copérnico y es colindante al Edificio Tolón II y al Hotel 355, actualmente en construcción.

Este desarrollo traerá enormes beneficios, no solo a nuestra operación del Tolón Fashion Mall, sino a toda la zona de Las Mercedes. Estimamos que esta inversión duplicará el tráfico de nuestro Centro Comercial a 800.000 visitas mensuales, lo que se traducirá en mayores ventas y una significativa apreciación del valor de nuestro activo. Confiamos que este proyecto se verá replicado como un efecto dominó en el desarrollo de otras novedosas iniciativas en el municipio.



BOULEVARD TOLON
EL DESTINO DE TUS ENCUENTROS



BOULEVARD TOLON | EL DESTINO DE TUS ENCUENTROS

Piso 3 - Tolón Fashion Mall



GIOVANNI SCUTARO
Milano



CENTRO SAN IGNACIO
J-30747701-6

LA OPORTUNIDAD DE HACER NEGOCIOS EN CHACAO

NAIRIM MÁRQUEZ

GERENTE GENERAL DE CENTRO SAN IGNACIO



CENTRO SAN IGNACIO

J-30747701-6



Turismo de Negocios

El Centro San Ignacio cuenta con una ubicación privilegiada dentro del municipio de la Milla de Oro en Chacao. Este destacado distrito financiero de Caracas es la sede de las principales compañías y empresas del país, así como de los bancos más importantes en la economía venezolana, convirtiéndose en el principal centro financiero de la ciudad.

Es uno de los centros comerciales más exclusivos y vanguardistas de Caracas, con una arquitectura "Open Air" que permite apreciar una espectacular vista del majestuoso Ávila.

El mall se erige como un lugar ideal para hacer negocios en la ciudad, caracterizado por contar con una extensión física de 13 km² que alberga los más influyentes emporios arquitectónicos del país.

Tales características añaden un valor especial a los inmuebles que se encuentran dentro de sus límites, proyectando el m² de construcción en venta como el marcador referencial más alto de Venezuela.

En el año 2020, la gerencia del centro comercial estableció como meta el 100% de productividad del inmueble enfocado desde diferentes áreas. Comercialización, como una de las más importantes, fue liderada por la Dirección del FVI, que estableció diversas estrategias para incrementar la operatividad de los locales del sector comercio, por lo que puso en manos de la Gerente Corporativa de Comercialización, Lic. Adiany Caicedo, su experiencia y conocimientos en la tarea de captar nuevos clientes que ocupasen los locales propios del FVI, de manera que su arrendamiento, apoyado por el Business Center para la gestión de propiedades de terceros, abrió un abanico de posibilidades en el exitoso arrendamiento de locales.

El enfoque de la gestión inmobiliaria ha estado fundamentado en la operación continua, en razón de lo cual la pandemia no nos detuvo y las actividades asociadas a categorías como salud, alimentos, emporios empresariales, consulados y embajadas no cesaron, impulsando a la gerencia a dar continuidad operativa del inmueble. En razón de ello, nos esforzamos aún más en el



mantenimiento y conservación de espacios comunes, reparaciones mecánicas, recuperación de chillers en su segunda fase, disponibilidad y operación del estacionamiento para dar servicio a los clientes. Comunicación y mercadeo por su parte, estuvieron orientados a promover, a través de los aliados comerciales, la necesidad de adaptarse al nuevo entorno para seguir generando ventas, manteniéndonos activos para cubrir las necesidades de cada propietario, dando continuidad a sus actividades.



**POR EL BIENESTAR DE TODOS
SE DEBE CUMPLIR
EL SIGUIENTE PROTOCOLO:**



**USO
DE LA MASCARILLA**



**CHEQUEO
DE TEMPERATURA**



**PROCESO
DE DESINFECCIÓN**



**RESPETAR
EL DISTANCIAMIENTO FÍSICO**

FONDO VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A

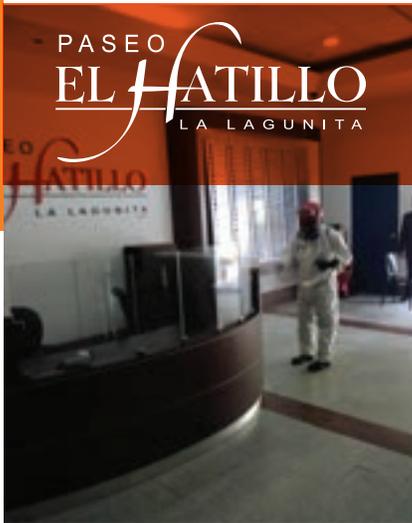
J-00374108-6

www.fvi.com.ve



Gestión Operativa

ALFREDO SAYEGH
VP. DE OPERACIONES Y TÉCNICO



Protocolo de Bioseguridad - Desinfección en nuestros Mall

Nuestro plan operativo consiste en el mantenimiento constante de los equipos, así como los correctivos oportunos para la recuperación de los que presenten fallas. Estas acciones han sido la clave y ha funcionado; es por eso que creemos en la constante inversión, porque es lo que les da valor a nuestras edificaciones.

A pesar de haber sido uno de los años más duros para el mundo y para nuestro sector, no hemos detenido la inversión en el mantenimiento y reparación de los equipos neurálgicos de las unidades de negocio. Para nosotros, la avería de algún equipo implica una seria preocupación que no cesa hasta solucionarlo, es lo que forma parte de nuestro ADN y de la cultura FVI. Entre los proyectos más exitosos y de mayor inversión del 2020 se encuentra la recuperación de los *chillers*

del CSI, que no dejó de operar durante la pandemia, por lo que podemos decir actualmente que ya mantenemos una temperatura constante y óptima de agua helada. En el caso de Tolón Fashion Mall, se adquirió y cambió un transformador nuevo, un trabajo de envergadura durante el último trimestre del año pasado.

Durante la pandemia ideamos el plan: ningún bombillo quemado, por lo que realizamos una inversión para lograr el 100% de operatividad de los mismos en todas las unidades, además, todas nuestras unidades de comercio cuentan con servicio de agua independiente. Por otro lado, en las torres de oficina se cambió toda la iluminación a luz led, sobre todo las luces de emergencia; se recuperaron las áreas verdes y el transporte vertical. En Llano Mall, por ejemplo, se invirtió en



CENTRO SAN IGNACIO

J-30747701-6



la protección de voltaje, iluminación y motor de un *chiller*, pero pronto agregaremos otro gracias a la incorporación de nuevos aliados y más espacios ocupados.

Lo más importante es que contamos con un equipo humano preparado en cada espacio para hacerle frente al día a día, son unos guerreros y por eso estamos listos para que el 2021 nos permita seguir trabajando en nuevos retos, haciendo frente a las emergencias, porque lo que nos gusta es trabajar y siempre mejorar.

Ha sido sorprendente cómo a pesar de la poca movilidad que hubo, todos los trabajadores hicieron lo imposible por llegar a sus puestos de trabajo, sabiendo, incluso, que no era necesario, pero el equipo de operaciones está comprometido con el trabajo y eso es lo que más me enorgullece ¿qué les puedo decir? así es como nos formaron en el FVI.



Protocólo de Bioseguridad Desinfección en nuestros Mall



F V I
EN ACCIÓN

FONDO  VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A

J-00374108-6



FONDO  VALORES
INMOBILIARIOS S.A.C.A

J-00374108-6

Av. Venezuela, Torre El Samán, PB, Urb. El Rosal.
Caracas - Venezuela.
Telf. Máster: +58 212 905.90.11

Atención al inversionista: e-mail:
inversionista@fvi.com.ve