



# Empresas que generan COMUNIDAD

El propósito de Vivo, la primera empresa de Erick Olvera fue el desarrollo inmobiliario. Sin embargo, decidió transformarla en una creadora de comunidades, con apoyo de su filial ConVivencia. Una iniciativa social a partir de una empresa privada es algo novedoso en el panorama urbano.

**E**l reto para las ciudades del mundo, que alojarán a 70% de la población hacia 2050, es enorme. Los arquitectos y urbanistas de hoy deben comenzar a replantear la organización que actualmente prima en las urbes para buscar nuevas fórmulas de convivencia. Paradójicamente, mientras más grande sea la megalópolis formándose en algún punto del planeta, más urgente es reducir las dimensiones de las ciudades para llevarlas de nuevo a la escala humana. Las políticas de transporte público eficaz y sustentable son una prioridad, pero más lo es organizar comunidades en donde las personas tengan trabajo, educación, salud y entretenimiento a distancias posibles de recorrer a pie o en bicicleta.

La era de las ciudades para automóviles está llegando de una forma u otra a su fin. Es el momento de las personas, considera Erick Olvera Silveria, fundador de Vivo Grupo Inmobiliario, y de Convivencia AC, su filial dedicada al desarrollo comunitario.

### **EL REGRESO DE LAS PERSONAS**

Durante la mayor parte de su historia, las ciudades estuvieron hechas para el ser humano, a una escala fácilmente de recorrer a pie. Tiendas y todo tipo de servicios se instalaban junto a las viviendas, que en gran parte de los casos eran mixtas, con un comercio en la planta baja, y la familia arriba. Comerciantes, zapateros, carpinteros, carniceros, compartían la vida en las antiguas urbes, eran la misma comunidad, atendándose a sí misma. Así lo plantea Erick Olvera, quien señala que a partir de 1910 el automóvil empezó a cambiar las cosas.

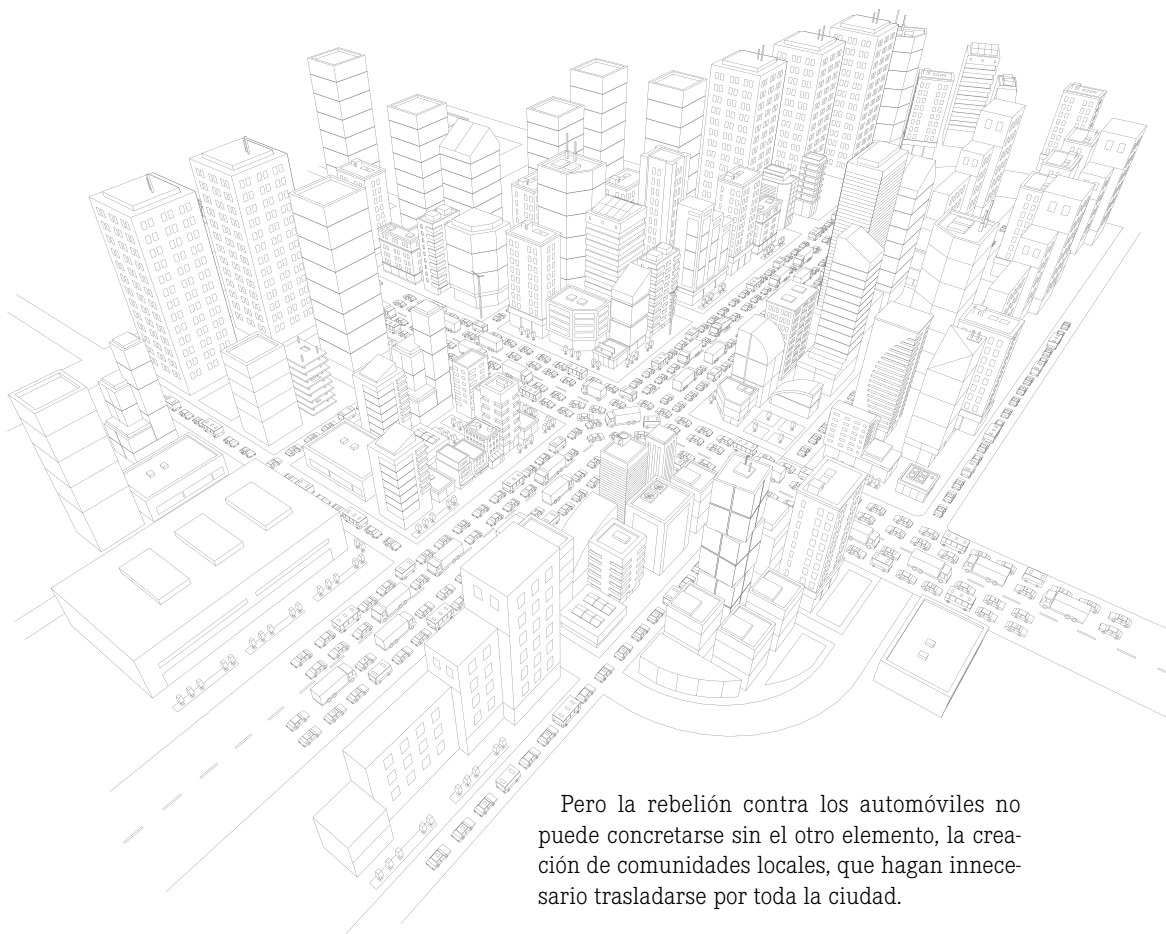
Se crea entonces un movimiento urbanista moderno, que propone separar los usos de suelo: la industria, el comercio, la vivienda, obligando al uso intensivo del automóvil, plantea. Surge entonces la necesidad de más calles, más espacios para el auto, más estacionamientos. «En las ciudades se ha invertido mucho tiempo, esfuerzo y dinero para dar cabida al auto, que hoy es el instrumentador fundamental de las calles, y nos hemos olvidado del ser humano, quien realmente debería ser el dueño de las ciudades».

La gran oportunidad ahora es cambiar el enfoque de nuevo, penalizando el uso del automóvil y dándole más vida al transporte público, las ciclovías, las zonas peatonales, concluye. Plantea revisar la regulación urbana, que exige cajones de estacionamiento por cada vivienda y cambiarlos, en su lugar por espacios verdes. Cita como ejemplo los cambios a la calle de Madero, en la CDMX, una de las vías más antiguas de la ciudad, nombrada en sus inicios como la 1ª calle de San Francisco y que se convirtió en una de las principales entradas al Centro Histórico de la capital del país por cuestiones de vialidad. Madero fue convertida en calle peatonal en 2010.

«Cuando el gobierno se decidió a hacerla peatonal, todos los comerciantes de la calle se opusieron. Pensaban que sus clientes no iban a tener dónde estacionarse. Antes de ponerlo en práctica, se realizó un estudio sobre quién realmente se estacionaba en la calle de Madero. El resultado fue que el 90% eran los mismos comerciantes de la calle. Se hizo el cambio a zona peatonal y la respuesta fue clarísima. El incremento en ventas fue del 400%, y prácticamente todos los comercios, evolucionaron y crecieron».

En opinión del empresario, regresar a la persona al centro de todo generará «una gran cantidad de cambios increíbles en nuestras ciudades». Refiere que, en Copenhague, 30% de las calles de la ciudad son peatonales, entre ellas todo su centro histórico. En Ámsterdam 80% de la población se mueve en bicicleta, «sin importar el clima, que no cambia el hecho de que la gente deba moverse de una manera más racional». Otro ejemplo más: comenta que las autoridades en Vancouver se propusieron que ésta se convirtiera en la ciudad con menos autos del mundo. Lo primero entre sus nuevas políticas fue mejorar el transporte público para volverlo mucho más eficiente... y luego empezó a penalizar el uso de autos mediante impuestos a la gasolina y al estacionamiento.

«En México lo que tenemos que trabajar es contar con un sistema de transporte público adecuado. Ya hay una gran parte de la ciudad por la que te puedes mover en Ecobici. De Polanco al Centro no te tardas más de 20 minutos en llegar. Si vas en auto y en hora pico, puede representar dos horas».



Pero la rebelión contra los automóviles no puede concretarse sin el otro elemento, la creación de comunidades locales, que hagan innecesario trasladarse por toda la ciudad.

### MUCHO MÁS QUE UNA CASA

La vivienda es sin duda el patrimonio más buscado y valorado por los mexicanos. La casa suele adquirirse para siempre, y es la base del bienestar de varias generaciones de familiares a la vez. Esta característica del mercado nacional también le resta flexibilidad, al momento de que las circunstancias fuerzan a buscar trabajo a muchos kilómetros de distancia. El caso clásico es la Ciudad de México, donde los habitantes prefieren invertir hasta 4 o 5 horas de su tiempo en trasladarse al trabajo diariamente, en lugar de siquiera considerar cambiarse de casa.

La respuesta que plantea Erick Olvera, arquitecto por la Universidad Anáhuac y graduado en el programa OPM de Harvard, se basa en hacer caso a las exigencias de este mercado, antes que pretender cambiarlo. En este caso la montaña está obligada a ir a Mahoma. «Tener una casa, sin duda alguna, es un patrimonio espectacular,

**«En las ciudades se ha invertido mucho tiempo, esfuerzo y dinero para dar cabida al auto y nos hemos olvidado del ser humano, quien realmente debería ser el dueño de las ciudades».**



pero la vivienda en sí no es suficiente, no es una solución integral. Si a una vivienda le pones tres o cuatro metros cuadrados más, no cambia nada. En esa casa solo vas a poder desayunar, comer, cenar, dormir y ver la televisión. Nada más. Si no cuentas con un ambiente urbano alrededor de tu vivienda, con el equipamiento adecuado para tu vida, te vas a quedar corto».

Se trata de administrar el sistema urbano de servicios. «Si al lado de tu casa tienes parques, comercio, recreación, transporte público, recolección de basura, un buen servicio peatonal, ciclovías, si puedes llegar del trabajo e irte a comer a un restaurante cercano, o si tus hijos pueden salir de la escuela y regresar a jugar a un parque o un centro comunitario, o si te sientes mal puedes ir caminando o en bicicleta a una clínica para que te atiendan, tu calidad de vida sube de manera importante».

Que nada esté a más de 500 metros, un kilómetro cuando mucho, expone Olvera. «Eso sería para mí la definición de una vivienda digna. No tiene que ver ni con el tamaño ni la estética de la casa, porque además tú puedes dejar la casa espectacularmente bonita, pero si la persona a la que se la vendiste pone una tienda con una carpa de Coca Cola y la pinta de rojo, no importa la estética, y eso lo vemos en todos lados. El tema de la vivienda digna va mucho más ligado a la calidad de vida urbana que al de la vivienda».

La creación de comunidades así descritas tiene que enfrentar el costo de la tierra y planear una redensificación, afirma Olvera. El costo de los terrenos es muy caro en las grandes ciudades, encareciendo duramente la vivienda de baja densidad y la dotación de servicios. El empresario cree que es necesario buscar el aumento de la densidad urbana, con el fin de encontrar mercado para la vivienda media y de interés social.

«Estamos todavía muy atrasados en generación de vivienda en el lugar adecuado. Las fórmulas que tenemos de usos de suelo no son las correctas en muchos lugares. Hoy tenemos colonias con muy bajas densidades, que cuentan con muchos servicios que ya no se usan. Por ejemplo, en Cancún -donde vivo-, la zona centro original está prácticamente despoblada. Hay cuatro escuelas y no tienen niños, porque la gente que vive alrededor ya creció, ya no tienen hijos o ya se fueron, y todos esos equipamientos están subutilizados. Se necesitaría incrementar la densidad, y en una vivienda que fue en su momento unifamiliar, construir un edificio de cuatro niveles, con un comercio en planta baja. Con eso cuadruplicas la densidad y con una casa mucho más barata, que te permite llevar gente joven, con hijos, que pueden volver a utilizar todos los servicios urbanos, que costaron mucho dinero y hoy no se utilizan. Esas fórmulas de redensificación funcionan muy bien. Hay

ejemplos en muchos lugares del mundo que permiten crecer las ciudades sin tener que expandirlas, utilizando la infraestructura de una manera inteligente y nueva».

El cambio en los espacios urbanos sólo puede lograrse a partir de la cooperación público-privada, comenta, con la creación de políticas por parte del gobierno, que permitan a las empresas dar resultados, permitiendo a todo el entorno generar riqueza y crecer.

**«Si no cuentas con un ambiente urbano alrededor de tu vivienda, con el equipamiento adecuado para tu vida, te vas a quedar corto».**



## «Cuando decidimos poner la palabra comunidad en nuestra misión, en ese momento decidimos dejar de ser desarrolladores de vivienda y nos convertimos en desarrolladores de comunidades».

### LA MISIÓN DE CONVIVENCIA

La cooperación público-privada ha generado casos como el de Barcelona y el barrio 22@, describe Olvera. El proyecto consistió en convertir la vieja zona industrial de la ciudad, ya abandonada, en un barrio tecnológico. Atraieron universidades, empresas tecnológicas y generaron viviendas para sus empleados y estudiantes. Acompañaron esto con una inversión de 600 millones de euros en un sistema de fibra óptica de punta y un novedoso sistema de recolección de basura neumático, que transporta los desechos directamente de los contenedores al centro de recolección.

Las necesidades que vienen en materia de políticas públicas se aprecian desde lejos. La llegada de los autos eléctricos, incluso de los vehículos autónomos, plantea una serie enorme de necesidades en materia de legislación, reglamentos y reglas oficiales. Igualmente, procurar que la vivienda esté dotada desde el inicio de internet, fibra óptica y telecomunicaciones adecuadas para el trabajo en casa se vuelve una prioridad. «Si las ciudades, dentro de muy poco tiempo no tienen estas capacidades, se volverán sitios en los que la gente no querrá vivir».

Como parte de su empresa, Vivo Grupo Inmobiliario adquirió desde el principio la misión de crear comunidades sostenibles al servicio de las familias mexicanas, refiere Olvera. «Cuando decidimos poner la palabra comunidad en nuestra misión, en ese momento decidimos dejar de ser desarrolladores de vivienda y nos convertimos en desarrolladores de comunidades».

De esta forma, la empresa busca no solamente vender casas, sino generar que los habitantes de su fraccionamiento se conozcan como vecinos, se relacionen, se transformen en una comunidad. Uno de los objetivos materiales de ello es mantener adecuadamente los espacios públicos, clave en la calidad de vida. Si los vecinos están debidamente comunicados e identificados, la tendencia a mantener y cuidar las áreas comunes se eleva. La propuesta incluye proceso de educación comunitaria, para que la gente desarrolle, establezca y respete sus propias reglas vida en común. Esta actividad se lleva a cabo mediante una filial, fundada en 2020: ConVivencia.

«ConVivencia se queda trabajando con las comunidades a largo plazo, a 20, 25 años. No importa si Vivo ya no tiene casas que vender ahí.



Terminamos de comercializar las casas y el modelo de vivienda se va a otro desarrollo. ConVivencia tiene un grupo de trabajadores sociales y de imagen urbana, dedicados al cada lugar». La organización tiene cuatro pilares fundamentales:

### 1. La organización vecinal.

2. **La imagen urbana.** Se trata del cuidado del desarrollo: calles, parques, limpieza, etcétera. «Esto en principio le tocaría al municipio, lo que sucede es que en México todos los municipios están quebrados, no hay uno solo al que le sobre el dinero. Por lo tanto los servicios públicos municipales no alcanzan a toda la población, pero nos aseguramos que la imagen del desarrollo urbano esté bien».

3. **Gestión con instituciones.** Con el fin de buscar todos los equipamientos que debe tener la comunidad. Muchos de ellos no son de iniciativa privada, como el sistema de educación, que corresponde a la Secretaría de Educación Pública. Lo que se busca es la presencia de escuelas, centros de salud, centros comunitarios, parques. «Vamos a cada dependencia a traer todo esto, o a conseguir que los sistemas de transporte público den servicio en esa ruta».

4. **La organización para la gestión comunitaria.** Invitar a la gente a que participe en las actividades que se hacen en los desarrollos. «Hoy contamos más de 50 actividades comunitarias funcionando en todos nuestros desarrollos. Tenemos 11 comunidades que maneja Convivencia y atendemos a más de 58,000 personas todos los días en todos los desarrollos. Tenemos más de 50 programas funcionando, que van desde clases de fútbol, de basquetbol, talleres de reciclado, clases de macramé, hasta talleres de violencia intrafamiliar, jornadas del INE, de la Secretaría de Salud, cines comunitarios, etcétera. Lo que buscamos es que la gente se conozca y genere identidad. Lo que buscamos es tener comunidades sanas, unidas, donde la gente quiera vivir, donde la plusvalía de su vivienda vaya creciendo y donde ellos realmente mejoren su calidad de vida».

Tendrán que pasar algunos años para ver los resultados de esta iniciativa, pero Erick Olvera está seguro de que esta es una misión para todos. «Si no aprendemos a legislar desde la parte del gobierno, y a emprender acciones nuevas, desde la parte empresarial, nos vamos a quedar cortos. Las ciudades que logren esto serán aquellas donde la gente más capacitada quiera vivir. Es una gran oportunidad». </>





**IPADE**  
BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

RESUELVE CON  
NUEVOS ENFOQUES  
LOS DESAFÍOS  
DEL DÍA A DÍA.

Sé parte de la  
Comunidad  
IPADE

55 años  
FORMANDO  
LÍDERES

[ipade.mx](http://ipade.mx)



**Luis Carbajo**  
Programa de Alta Dirección  
(AD-2) 2022

**THE  
WORLD  
CALLS**  
FOR BETTER LEADERS