

Latinas

# Reales

Mujeres exitosas en real estate

No.2  
Edición  
Verano



## ALICIA CERVERA LAMADRID

“

Miami está más construida que por construir. Eso protege el valor de la ciudad”

## DORA PUIG

“

El cliente de lujo quiere hablar contigo cuando él quiere, no cuando tú quieres”

## XAVIER XERBIÁ

“

¿Para qué quieres un clóset con 20 o 30 pares de zapatos, si solo tienes dos pies?”

VISITA NUESTRA  
PÁGINA WEB





## ¿Por qué es importante contar con una empresa que administre sus propiedades?

Contar con el apoyo de una empresa sólida y confiable que maneje su inversión en la Florida es de vital importancia. Sabiendo que al estar ellos presentes podrán responder de forma inmediata a las necesidades o emergencias de los inquilinos. El administrador puede responder en caso de reparaciones, mantenimiento o cualquier eventual emergencia.

**“El rol de una compañía de manejo de propiedades es administrar, coordinar y gestionar todos los detalles de la propiedad”.**

- ✓ Administración de pagos: seguro, hipoteca, servicios públicos, impuestos, cuotas de mantenimiento.
- ✓ Coordinación de servicios profesionales de mantenimiento: reparaciones, limpieza, etc.
- ✓ Presentar informes financieros mensuales y coordinar con el contador asignado para las declaraciones de impuestos y resultados de pérdidas y ganancias.
- ✓ Gestión de estimaciones de seguros contra inundaciones, siniestros a terceros, etc. ganancias.
- ✓ Manejo logístico de la renta: recaudación, seguimiento, selección de posibles inquilinos, envío de notificaciones certificadas, recordatorios de pago o expiración de contrato y supervisión de desalojo legal en caso de ser necesario.

## Disgla Hernandez

**Administradora de Propiedades**

☎ (786) 709 6519

🌐 [www.management-usa.com](http://www.management-usa.com)

✉ [managementsusa@gmail.com](mailto:managementsusa@gmail.com)

📷 [managementsolutionsusa](https://www.instagram.com/managementsolutionsusa)

f [managementsusa](https://www.facebook.com/managementsusa)



A portrait of Mauricio Ordóñez, a man with a beard and mustache, wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt. He is sitting with his hands clasped in front of him, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a light, neutral color with some geometric shapes.

# THE ART OF LENDING

**MAURICIO ORDÓÑEZ**  
Fundador de QKapital Mortgage Servicing Lender  
**FOREIGN NATIONAL LENDER**

Su compañía se especializa en préstamos hipotecarios para inversionistas extranjeros que quieran adquirir propiedades en los Estados Unidos; ya sean residenciales, comerciales y/o de construcción.

Su Misión es apoyar a los Realtors que estén en Latinoamérica o en Estados Unidos con clientes que quieran adquirir una propiedad y necesiten financiamiento, ya sea, para completar la compra o simplemente para diversificar el capital y poder hacer varias inversiones a la vez.

Con oficinas en Miami y en cinco países de Latinoamérica, **ha ayudado a Realtors y Compradores a cerrar transacciones por más de 5 billones en La Florida, Texas, Colorado, California y NY.**

**QKAPITAL**  
| MORTGAGE LENDER

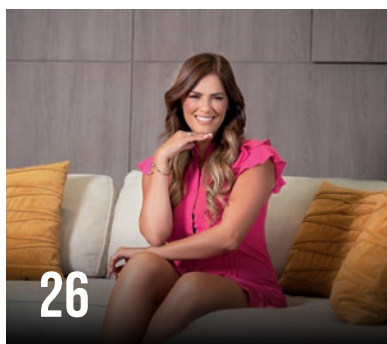
 @mauricioordonezz

 /mauricioordonez

 /Mauricio Ordóñez

[www.QKapital.com](http://www.QKapital.com)

# ÍNDICE



06 Dora Puig: *“El cliente de lujo quiere hablar contigo cuando él quiere, no cuando tú quieres”*

09 Artemisa Boston: *“Soy muy disciplinada, trabajo fuerte, escucho a mis clientes y resuelvo problemas”*

10 Sebastian Grey: *“Uno llega a este país cargado de sueños, pero para alcanzarlos tiene que destruir el ego”*

11 Home staging: *tips para aumentar el valor de tu casa y venderla mejor*

12 Jackie Adanero Simeone: *“Gana el que conoce del negocio y su mercado, el que fideliza a sus clientes”*

16 Alicia Cervera Lamadrid: *“Miami está más construida que por construir. Eso protege el valor de la ciudad”*

20 Xavier Serbiá, el ex menudo que se dedicó a "menudocratizar" las finanzas

21 Patricia Manrique: *“El proceso de cáncer es un despojo completo de vanidad”*

22 Miami Worldcenter, un megaproyecto lleno de vida, poder y diversión

24 5 herramientas de Inteligencia Artificial que todo agente de real estate debería tener en cuenta

25 Janettsy Chizar: *“La persona exitosa tiene 24 horas, y la que no lo es, también”*

26 Andreina Espino: *“Debes abrazar y aceptar quién eres... y hacer de eso tu imagen, tu esencia, tu producto”*

29 Arlyz Morales: *“El gran desafío es entregarles a los clientes exactamente lo que les prometiste en planos”*

# ¡GRACIAS, REALES!

Tengo mi corazón lleno de gratitud y alegría. Hace tan solo tres meses que lanzamos nuestra revista dirigida a mujeres en el mundo del *real estate*, con la esperanza de inspirar, informar y empoderar a todas aquellas que están involucradas en esta apasionante industria. Y hoy, con gran emoción, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a cada una de ustedes, a nuestra comunidad en constante crecimiento, por el apoyo abrumador que nos han brindado.

Desde el primer día nos propusimos crear un espacio donde las mujeres latinas pudieran encontrar contenido relevante, consejos valiosos y una red de apoyo sólida. Y gracias a su entusiasmo, comentarios y sugerencias, hemos podido dar forma a una revista física y *online* que se adapta a sus necesidades e intereses. Cada mensaje de aliento y cada testimonio de cómo nuestro medio ha tenido un impacto positivo en sus vidas, nos motiva a seguir adelante y a trabajar arduamente para ofrecerles un contenido de calidad.

No puedo pasar por alto el agradecimiento hacia aquellos invitados especiales que han compartido su experiencia y conocimientos con nosotras en estas páginas. Sus voces han sido fundamentales para enriquecer nuestro magazine y brindarles perspectivas diversas. A cada experto, profesional y líder en el campo del *real estate* y otras áreas que han colaborado con nosotros, les estoy sinceramente agradecida por su generosidad y por ayudarnos a construir una plataforma de empoderamiento.

Además, quiero expresar mi gratitud a nuestros valiosos patrocinadores. Su apoyo total ha sido fundamental para hacer realidad esta revista y permitimos llevar nuestro mensaje a un público más amplio. Su compromiso con nuestro proyecto nos ha impulsado a seguir creciendo y a alcanzar nuevas metas. Sin ustedes, nuestra misión de inspirar y empoderar a las mujeres en el sector del *real estate* no sería posible.



Y ahora, con gran emoción, les doy la bienvenida a la segunda edición de nuestra revista. Estamos entusiasmados de presentarles un contenido aún más diverso y enriquecedor. Nuestro equipo editorial ha estado trabajando arduamente para traerles entrevistas exclusivas, artículos relevantes y perspectivas frescas que las mantendrán informadas y motivadas en su camino hacia el éxito.

Gracias, por ser parte de este increíble viaje. Su apoyo y dedicación nos han impulsado a superar nuestras propias expectativas. Juntas, estamos construyendo una comunidad fuerte y valiente que desafía los límites y alcanza grandes logros.

**¡Gracias, mis Latinas Reales!**

Andrea V

## CRÉDITOS:

### EQUIPO EDITORIAL:

Andrea Ángel, Founder & Director  
Álvaro Valderrama, CEO & Co-Founder  
Jorge Dusterdieck, PR / Editor  
Yhonnathan Roca, Photo & Vídeo

### DISEÑO:

El Bando Creativo

### INFORMACIÓN:

contacto@latinasreales.com  
USA +1(786) 554-1111

# DORA PUIG

“

*El cliente de lujo quiere hablar contigo cuando él quiere, no cuando tú quieres”*

Por **Latinas RealEs**

**A**sus 27 años comenzó a ganar mucho dinero. Aprendió a vender bienes raíces en las *boutiques* de *real estate* más importantes de Beverly Hills, con excelentes mentoras, e importó el modelo a Miami. Es la *top producer* de Fisher Island, la agente de bienes raíces número uno en Miami por cinco años consecutivos y está en el top 25 de todos los *realtors* de Estados Unidos.

Lo suyo es el mercado de alto lujo, y se dedicó a aprenderlo para alcanzar el éxito. Al momento de la entrevista con *Latinas RealEs* había puesto dos casas en contrato por 36 y 38 millones de dólares, respectivamente. Dora Puig ha hecho más de 5.200 millones de dólares en ventas a lo largo de su carrera profesional.

**Latinas Reales: Cuéntanos un poco sobre ti y cómo te involucraste en el negocio de bienes raíces.**

**Dora Puig:** Me gradué en Mercadeo y Finanzas Internacionales en la Universidad de Miami, y luego hice un máster en Administración de Negocios en The George Washington University, así que tenía claro que quería trabajar en algo relacionado con las ventas. Obtuve un trabajo con Columbia Pictures en Los Ángeles, en el área de distribución de películas, que no duró mucho porque compraron la empresa. Entonces fue cuando empecé un trabajo de asistente para un bróker muy exitoso de Beverly Hills. Era una compañía *boutique* que solo se enfocaba en el mercado de lujo residencial y allí fue donde aprendí el negocio. Y seguí en ese tipo de compañías hasta hoy, con la fórmula que aprendí aplicada a mi propia compañía.

**LR: ¿Pensaste que llegarías hasta donde estás hoy?**

**DP:** Era mi meta. No sabía si llegaría o no, pero siempre tuve ese objetivo. Y aunque nunca pensé que tendría mi propia empresa, sí quería ser una *top bróker*. Me enfoqué en el negocio, me encantan el arte, el diseño, la arquitectura y creo que el mercado de lujo te ofrece ese menú. Por eso me atrajo mucho trabajar en ese rango de *real estate*.



**LR: ¿Cómo llegaste a convertirte en la agente de bienes raíces número uno en Miami por cinco años consecutivos y estar en el top 25 en Estados Unidos?**

**DP:** Me enfoqué mucho en aprender el mercado. Nada es gratis. Tienes que aprendértelo, ir a los *open houses*, conocer el producto, y siento que lo conozco muy bien, especialmente en casas. Y ahí tienes que conocer a fondo porque cada casa es diferente. Los edificios son un poco más fáciles de aprender porque son lineales. Adicionalmente, leo mucho, hay que entender el mundo global, porque Miami es una ciudad global, entender un poco de macroeconomía, y también un poco de la política y lo que está haciendo el gobierno federal, porque todo se aplica a tu negocio. Y finalmente, consistencia.

**LR: ¿Cómo te preparas para satisfacer las necesidades y expectativas únicas de los clientes de alto lujo?**

**DP:** Yo veo que a veces algunos corredores se toman esto muy livianamente. Y la verdad es que a los clientes hay que atenderlos siempre. El cliente de alto lujo que demanda mucho quiere hablar contigo cuando él quiere hablar, no cuando uno quiere, ya sea el domingo a la una de la tarde, cuando estás en un *brunch* o en el barco. Así sea el sábado por la noche a cualquier hora... tienes que contestarle el teléfono. Creo que tanto yo como mi equipo tenemos muy buenas técnicas de comunicación y somos bastante fuertes en eso. Yo desarrollo muy buenas relaciones con mis clientes.

**LR: ¿Tienes alguna historia de un cliente famoso o un caso de éxito memorable que hayas tenido al vender una propiedad de lujo?**

**DP:** Tengo varias. He representado a muchas celebridades y personajes, pero casi nunca los menciono por discreción y creo que a ellos les gusta eso. Sin embargo, voy a contar de uno porque ya salió en la prensa y todo el mundo sabe que lo representé. Fue el cantante Pharrell Williams, quien compró el *penthouse* de Ugo Colombo en Bristol Tower, en Brickell. En ese momento, los apartamentos de 4 millones de dólares hacia arriba eran muy difíciles de vender en esa área. El *penthouse* costaba 10 millones de dólares, y Pharrell había contratado al equipo número uno del grupo The Jills, que son muy exitosos, y lo tuvieron por un año, pero no lo pudieron vender. Entonces alguien me refirió y yo tomé el *listing* y logré venderlo.

**LR: ¿Cuáles son las habilidades necesarias para tener éxito en el mercado de lujo?**

**DP:** A mí me preguntan casi siempre lo mismo cuando estoy en paneles de expertos en *real estate* y negocios... ¿Qué consejo le daría a un agente joven para llegar al éxito en el mercado de lujo? Y yo siempre lo repito en inglés y en castellano: ¡Contesta el teléfono! Pick up your phone! A las últimas dos generaciones se les olvidó hablar con los clientes, y el cliente que te compra de 10 millones de dólares para arriba quiere hablar contigo, no quiere pasarse la vida enviando mensajes en WhatsApp. Eso se usa para apoyar el trabajo de ventas.

(Lee la entrevista completa con Dora Puig en [latinasreales.com](https://www.latinasreales.com))



LAS JOYAS QUE VAS A  
QUERER USAR DESDE HOY

# JOYAS CON ALMA Y ESENCIA

Así es como Yuli Alejandra Tobar, creadora de Bloem Jewelry define sus diseños.

Sus diseños están inspirados en la naturaleza, en la cotidianidad e historias de vida como su más reciente colección Leonor. Una colección que evoca sus recuerdos de infancia al lado de su abuela paterna.

En tiempos en los que el consumo masivo invade el mercado, la diseñadora colombiana trabaja arduamente para dar a conocer al mundo y preservar tradiciones ancestrales como la filigrana, una técnica artesanal de joyería en la que se trabaja a mano con finísimos hilos de plata, que requiere paciencia y total dedicación en los detalles.



“

Amo crear piezas con propósito, piezas con significado que cuenten una historia.”

Una sola pieza puede tomar semanas en su elaboración

Sus joyas, han sido intervenidas por diferentes comunidades artesanas de Colombia, por lo que sus diseños se convierten en un verdadero lujo artesanal.

Puedes usar nuestras joyas en el día a día, un evento especial, una tarde en familia, un brunch con amigas o sorprender a alguien con un regalo.

**BLOEM JEWELRY**

Yuli Alejandra Tobar - Contácto 786 915 2157  
@Bloemjewelry

[www.bloemjewelry.com](http://www.bloemjewelry.com)



# ARTEMISA BOSTON

“

**Soy muy disciplinada, trabajo fuerte, escucho a mis clientes y resuelvo problemas”**

Por **Latinas RealEs**

**A**l comienzo, hace 22 años, lo hacía para sobrevivir; de hecho, su licencia la obtuvo después de presentar siete veces el examen para poder aprobarlo, porque no sabía inglés. Pero se fue enamorando de la profesión hasta convertirla en su estilo de vida, un camino lleno de satisfacciones. Hoy hace todo con “mucho amor” y sus clientes lo perciben.

Artemisa Boston es la número uno en transacciones entre los *real-tors* latinos de Estados Unidos, en el *ranking* de la Asociación Nacional de Profesionales en Bienes Raíces Hispánicos (National Association of Hispanic Real Estate Professionals [NAHREP]). Como si fuera poco, esta mexicana triunfa en Minnesota, un estado eminentemente americano, y ocupa el puesto 24 entre los 1,6 millones de agentes de bienes raíces de todo el país.



No es la *realtor* de los ricos, eso lo tiene claro. Pero vende cientos de propiedades cada año, con un volumen de ventas superior a los 70 millones de dólares.

**Latinas RealEs: ¿Cómo has logrado tener éxito en un mercado donde no hay tantos latinos como en Miami u otras ciudades de Estados Unidos?**

**Artemisa Boston:** Pienso que una de mis fortalezas es el servicio al cliente y la pasión que tengo por mi carrera, pues hago todo con mucho amor y mis clientes se dan cuenta. También creo que el ser auténtica, sumado a la experiencia aplicada en 22 años de carrera es clave para marcar la diferencia.

**LR: ¿Cuál es tu nicho, promedio de ventas y tipo de propiedades?**

**AB:** Yo trabajo con alrededor de 95% de latinos, propiedades residenciales, y mi promedio es de 245 a 300 transacciones por año.

**LR: ¿Qué hiciste para convertirte en la latina número uno en transacciones en Estados Unidos?**

**AB:** Mira, tengo mucha disciplina, trabajo muy fuerte, tengo muy buena actitud, escucho a mis clientes y resuelvo problemas.

**LR: ¿Qué estrategias de marketing y networking tienes para expandir tu negocio y establecerte como líder en el mercado?**

**AB:** El secreto es la constancia. He hecho campañas en televisión y en radio por muchos años y he usado el *e-mail marketing* y social media, sin descuidar lo tradicional, como es el correo a mis clientes y los eventos de *networking*.

**LR: ¿Qué consejo les darías a otras mujeres latinas que quieren emprender en el campo de bienes raíces?**

**AB:** Que sean disciplinadas, pacientes y constantes. Y que tengan fe de que eventualmente el negocio va a funcionar muy bien, pero hay que hacerlo gradualmente. Quienes tengan un trabajo, no deben dejarlo de repente, sino esperar hasta que tengan una buena cartera de clientes en real estate.

(Lee la entrevista completa con Artemisa Boston en [latinasreales.com](https://www.latinasreales.com))

LR  
EX  
IT  
OS  
AS

# SEBASTIAN GREY

“

**Uno llega a este país cargado de sueños, pero para alcanzarlos tiene que destruir el ego”**

Por **Jorge Dusterdieck**

**A** Sebastian Grey le gusta ganar. Se describe a sí mismo como un colombiano resiliente que llegó a los Estados Unidos con 200 dólares en el bolsillo y la mente cargada de sueños. De la noche a la mañana pasó de limpiar casas a ser el gran triunfador de la temporada 17 del famoso *reality* de diseño de modas *Project Runway*, cuyo premio mayor fue de 250.000 dólares.

En Colombia estudió con los mejores diseñadores de moda y tuvo su propio negocio, pero lo dejó todo para perseguir el sueño americano. Y para alcanzarlo, tuvo que “destruir” su ego. Esa mezcla de humildad y tenacidad le permitió resurgir y, aunque hoy tiene una faceta más comercial, se codea con los grandes del diseño en Estados Unidos.

A nuestras Latinas RealEs les comparte tres consejos:

- 1. Tener confianza.** Si una *realtor* lleva consigo esa confianza a su oficina o a una reunión con un cliente, puede vender lo que sea.
- 2. Usar un power suit** (chaqueta) que les dé seguridad, determinación y sientan tan que dominan el espacio.
- 3. Vestir pantalones anchos**, que, además de ser chic, son muy cómodos.

**Latinas Reales: ¿Por qué renunciar al éxito en Colombia para venirte a Estados Unidos?**

**Sebastian Grey:** Me sentía estancado y necesitaba un cambio. Fue un momento para volver a empezar. Tuve

que hacer trabajos que nunca pensé que tendría que realizar, como limpiar casas, *housekeeping* en un hotel, limpiar piscinas, lo que me resultara, pero nunca lo vi como algo chocante o que me hiciera sentir mal. Lo tomé como la manera para aprender inglés y como un aprendizaje a todo nivel, cultural y personal. Uno llega a este país cargado de sueños, pero para alcanzarlos tenemos que destruir nuestro ego. No se trata de agachar la cabeza, sino de gozarse el proceso y triunfar con humildad.

**LR: ¿Cómo fue esa experiencia de participar en *Project Runway*, el *reality* de diseño de moda número uno a nivel mundial?**

**SG:** El proceso fue súper largo, duró casi cinco meses. Tuve que hacer varias entrevistas, enviar muchos documentos, viajar a Los Ángeles y a Nueva York, hacer pruebas de cámara. Nunca me imaginé que iba siquiera a poder participar, pero después de todo ese tiempo me llamaron y fui uno de los 16 participantes de la temporada 17 que aspiraban a ser el mejor nuevo diseñador de Estados Unidos. Fue como si me metieran en un *warehouse* (bodega), encendieran las luces y alguien dijera: ¡Acción! Todo de la noche a la mañana.

**LR: Ganaste 250.000 dólares de premio, ¿cómo invertiste ese dinero?**

**SG:** Otro de los premios que gané en *Project Runway* fue una beca completa para hacer una maestría en Negocios de Moda y Manejo de Marcas de Lujo en el Instituto de Diseño Marangoni de Miami. Allí establecí muy buena relación con mis profesores, quienes me enseñaron algo muy importante: antes de invertir, hay que identificar el mercado y el cliente al que uno quiere llegar, conocer sus gustos.

**LR: ¿Qué ha pasado en tu vida desde entonces a nivel profesional?**

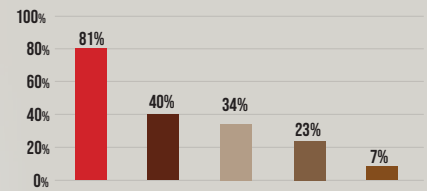
**SG:** Desarrollo una colección propia que lleva la etiqueta *Seasonless by Jhoan Sebastian Grey*, la cual vendo *online*. Adicional a esto, soy el director creativo de *Nonchalant Label*, una marca *premium ready to wear* con base en Miami. Pero algo que me tiene muy contento, porque siempre había querido hacerlo, es poder vender mi ropa en *TV Retail*, y después de varios intentos puedo anunciar que en 2024 vamos a lanzar *Grey by Jhoan Sebastian Grey*, en el canal de televisión *HSN*, una colección con todas las tallas y para todas las mujeres.





(Lee todo el artículo en [latinasreales.com](https://www.latinasreales.com))

IMPACTO DE LOS COMPRADORES ANTE EL HOME STAGING



- Más fácil de visualizar la propiedad como futuro hogar (81%)
- Más dispuestos a visitar la casa que vieron en línea (40%)
- Impacto positivo en el valor de la vivienda si está decorada al gusto del comprador (34%)
- Más dispuesto a pasar por alto otras fallas de la propiedad (23%)
- Impacto negativo en el valor de la casa si al comprador no le gusta la decoración (7%)

Fuente: National Association of Realtors (NAR) 2023.

## HOME STAGING: TIPS PARA AUMENTAR EL VALOR DE TU CASA Y VENDERLA MEJOR

Por **Jorge Dusterdieck**

**S**i estás pensando en vender tu casa, el *home staging* (puesta en escena) puede brindarte dos grandes ventajas: venderla más rápido y mejorar el precio de venta. De hecho, esta herramienta se ha vuelto imprescindible para resaltar y vender una propiedad en el competitivo mercado inmobiliario actual. Consiste en realzar los puntos fuertes de una vivienda y crear un ambiente atractivo que capte la atención de los compradores potenciales.

*“Por mi experiencia, puedo decir que, como todas las cosas, el amor entra por los ojos y la belleza vende. La magia del home staging hace lucir una casa más acogedora, más atractiva. Es como un plato de comida, todo entra por los ojos”,* afirma Israel Blanco, decorador de interiores con más de veinte años de experiencia.

Israel, además, nos regala una clave: *“Hay que tener en cuenta que las casas para la venta deben arreglarse para un público en general, no debemos personalizar las propiedades al gusto de uno. Tampoco se trata de llenar las casas o atiborrarlas de objetos. Es cuestión de saber mezclar el buen gusto con el minimalismo”*.

Las estadísticas refuerzan lo anterior. El Perfil de Home Staging 2023, realizado por el grupo de investigación de la Asociación Nacional de Agentes Inmobiliarios (National Association of Realtors [NAR]), revela que el 58% de los *realtors* mencionaron que el *home staging* tuvo un efecto en la mayoría de los compradores al mirar la propiedad. Otra cifra más relevante aún indica que para el 81% de los agentes consultados, organizar una propiedad hace que sea más fácil para el comprador visualizarla como un futuro hogar.

Otra de las preguntas de la encuesta tenía que ver con las áreas de la casa que a los compradores más les gusta ver arreglada. Ganó, y de lejos, la sala de estar (39%), seguida del dormitorio principal (36%) y la cocina (30%).

*“Es lógico, ya que esos son los espacios donde las personas pasan la mayor parte del tiempo mientras permanecen en casa”,* asegura Andrés Arango, arquitecto y decorador de interiores, quien agrega que *“hay que prestar atención a cada detalle y tratar de que la decoración sea atemporal, muy acogedora y sin saturación, para que el comprador se identifique con todo el lugar”*.

Los expertos consultados por Latinas RealEs coinciden en que los siguientes aspectos son esenciales a la hora de preparar una propiedad para mostrarla:

- **La fachada y la entrada** deben lucir impecables.
- **Despersonalizar y ordenar** los espacios para que los compradores puedan imaginarse viviendo allí.
- **Neutralizar los espacios** con una paleta de colores neutros y sutiles para pintar las paredes.
- **Maximizar la luz natural** para que luzca más espaciosa y acogedora.
- **Hacer fotos profesionales** capturando los mejores ángulos de la casa.

Siguiendo estas recomendaciones y contando con la asesoría de un buen decorador de interiores, es muy probable que hasta pueda aumentar el valor de la propiedad.

El informe de la NAR arrojó que al menos el 20% de los agentes inmobiliarios manifestaron que organizar una casa aumentó el valor del dólar ofrecido entre 1% y 5%, en comparación con otras viviendas similares en el mercado que no fueron puestas en escena (*home staging*).

STAGING

# JACKIE

# ADANERO SIMEONE



“

**Gana el que conoce del negocio y su mercado, el que fideliza a sus clientes”**

Por **Latinas RealEs**

**A**demás de ser experta en transacciones comerciales, es técnica graduada en Negocios Inmobiliarios de la Universidad de Belgrano (Buenos Aires). También es dueña de dos compañías de *real estate* especializadas en industria en Argentina.

Jackie Adanero Simeone, una mujer emprendedora con más de 30 años de experiencia, hizo un poco de todo en su vida: desde estudiar y abandonar la carrera de Psicología, hasta ser representante artística, pasando por importar y exportar *amenities* para la industria hotelera. Finalmente, encontró su verdadera pasión. Hace cinco años se certificó como coach ante la ICF (*International Coaching Federation*). Actualmente, y en simultáneo con los negocios inmobiliarios, se desempeña como *coach* ejecutiva y mentora en *real estate*. Capacita y entrena agentes y *brokers* inmobiliarios de Argentina y otros países de Latinoamérica.

**Latinas RealEs: ¿Cuál es la principal lección que has aprendido a lo largo de tu carrera en *real estate*, y que consideras fundamental transmitir a otras agentes latinas en distintos países y mercados?**

**Jackie Adanero Simeone:** He aprendido muchísimas cosas, pero algo fundamental es tener mentalidad empresarial, tener una metodología de trabajo, procesos, normas y procedimientos. La constancia, el correcto manejo de la agenda, el seguimiento de los clientes y la prospección diaria son clave. Te tiene que gustar la venta, saber que se trata de un negocio cíclico. Poder manejar los altos y bajos emocionales también es muy importante. Capacitarte de forma constante es fundamental en un mercado tan competitivo. Gana el que conoce del negocio y su mercado, el que contesta primero, el que fideliza a sus clientes. Tienen que autogestionarse.

**LR:** *Según tu experiencia, ¿cuáles son las habilidades y cualidades clave que se deben desarrollar para prosperar en el competitivo mercado inmobiliario?*

**JAS:** El negocio inmobiliario es relacional. Es importantísimo construir vínculos. Tenés que ser empático, tolerante a las frustraciones, trabajar en la comunicación efectiva y asertiva, no dejar de capacitarte, administrar correctamente tu tiempo, establecer metas y poner el foco en lo importante. ¡Utilizar la creatividad! Brindar un servicio de excelencia.

**LR:** *¿Qué consejo tienes para las mujeres latinas que están comenzando en este negocio y que aspiran a convertirse en emprendedoras exitosas?*

**JAS:** Que se trata de un negocio fascinante, que no tiene techo, que te permite conectar con miles de personas de todo el mundo. Que tengan paciencia y aprendan de los que tienen experiencia. Que se capaciten, que sepan todo sobre su mercado. Que sean prolijas en el manejo de su agenda, del CRM, de sus clientes. Que vivan y disfruten el proceso, pues nada se hace de la noche a la mañana. Que se amiguen con la tecnología y la incorporen a sus negocios. ¡Que hagan *networking* desde que se levantan hasta que se acuestan! Que aprendan a manejar el dinero.

**LR:** *¿Cuál es tu enfoque para ayudar a las agentes latinas a desarrollar una mentalidad emprendedora y exitosa en el ámbito inmobiliario?*

**JAS:** La respuesta está en la pregunta, ¡haciendo FOCO en lo importante! Distinguir lo urgente de lo importante es clave. Entender que no son empleados sino emprendedores. No hay horarios ni sueldo, hay que trabajar duro para ser exitoso, somos nuestros propios jefes. Que se equivoquen sin miedo, es parte del aprendizaje.

**LR:** *¿Cuál es tu consejo principal para las agentes inmobiliarias latinas que deseen aumentar su presencia y reconocimiento en la industria?*

**JAS:** ¡Que comuniquen lo que hacen! Hoy, a diferencia de cuando yo comencé, tenemos toda la tecnología al alcance de nuestras manos, redes sociales, Whatsapp, *e-mail Marketing*, inteligencia artificial... ¡Hay que salir a buscar al cliente y trabajar en nuestra marca personal! Vayan a todos los eventos de la industria. Tienen que visibilizarse, el cliente no les va a tocar la puerta. ¡Tienen que salir a buscarlo!

“

**Entender que no son empleados sino emprendedores. No hay horarios ni sueldo, hay que trabajar duro para ser exitoso, somos nuestros propios jefes. Que se equivoquen sin miedo, es parte del aprendizaje”**

COACHING



(Lee la entrevista completa con Jackie Adanero en [latinasreales.com](http://latinasreales.com))

# Mr Credit 305

OUR SERVICE WILL HELP YOU REMOVE  
ANY INACURATE ERRONEOUS  
AND OR OBSOLETE INFORMATION  
FROM YOUR CREDIT REPORT.

## FIX YOUR CREDIT TODAY!

### GET QUALIFIED FOR:

- ✓ AUTO LOAN
- ✓ APARTMENT
- ✓ HOME LOANS
- ✓ REFINANCE

- EVICTIONS
- COLLECTIONS
- CHARGE-OFF
- REPOSSESSION
- MEDICAL BILLS

- PUBLIC RECORDS
- LATE PAYMENTS
- BANKRUPTCY
- INQUIRIES
- STUDENT LOANS

- IDENTITY THEFT
- FORECLOSURES
- JUDGMENTS
- LIENS
- TAX LIENS

**(786) 862-3987**  
**MR. CREDIT 305**

VISIT OUR WEBSITE



[WWW.MRCREDIT305.COM](http://WWW.MRCREDIT305.COM)



**@MRCREDIT305**

CREDIT COACH / REPAIR EXPERT

# CLAVES PARA INVERTIR CON ÉXITO EN EL MERCADO INMOBILIARIO DE FLORIDA

Por **Patricia Silva\***

**M**iami es la ciudad ideal para invertir en bienes raíces, debido a factores clave como su ubicación estratégica, su crecimiento económico, el atractivo turístico, su clima favorable y un mercado inmobiliario en constante expansión. No en vano es la ciudad número uno para invertir en Estados Unidos, según la prestigiosa publicación económica inglesa *Financial Times*.

Como asesora inmobiliaria de inversionistas extranjeros, puedo ver las infinitas oportunidades que ofrece el mercado inmobiliario del sur de Florida. Y eso incluye grandes incentivos. Si hablamos, por ejemplo, de propiedades residenciales, las grandes constructoras hoy día están dando estímulos económicos importantes para los gastos de cierre.

En cuanto a las preferencias de inversión, definitivamente, la preconstrucción se impone por la tendencia que ofrecen ahora los proyectos de rentas cortas, una manera de recibir retorno inmediato, además de la plusvalía que se acumula desde el momento de la reserva hasta el día de la entrega.

Los beneficios se extienden a los aspectos fiscales y legales, como la posibilidad de obtener una visa de inversionista (visa EB-5), a través de una inversión activa, como por ejemplo, la compra de un negocio. Además, tiene la posibilidad de establecer una empresa LLC (*Limited Liability Company*) que lo ampara en todo aspecto.

## RECOMENDACIONES

Aparte de la ubicación, antes de comprar una propiedad es importante considerar la rentabilidad, la demanda y la estabilidad del mercado, así como las regulaciones y leyes locales, los costos asociados, amenidades y servicios, y la gestión de la propiedad.

Brickell, Downtown Miami, Miami Beach y Wynwood son algunas de las áreas más atractivas en la actualidad.

Entre los errores más comunes que cometen los inversionistas extranjeros están la falta de investigación adecuada, tomar decisiones emocionales, en lugar de basarse en datos e información sólida y confiable, sobreestimar el potencial de retorno, ignorar los riesgos y no diversificar adecuadamente su cartera. Por ello, mi misión es brindar una asesoría integral en las áreas legal, tributaria y financiera, además de tener a disposición un portafolio amplio de propiedades de inversión.

Con relación a los requisitos básicos para comprar una casa en Miami o en Orlando, se necesita tener pasaporte vigente, visa americana, número de identificación ante el Servicio de Rentas Internas (IRS, por sus siglas en inglés) y prueba de fondos. Por otro lado, para calificar a un financiamiento como extranjero, además de lo anterior, se requiere una carta del contador, la prueba de dirección residencial, los dos últimos extractos bancarios, una carta de certificación de ingresos y el 25% de la cuota inicial de la propiedad que se va a comprar.

Finalmente, al invertir, es importante asesorarse de un profesional de bienes raíces, porque ellos tienen el conocimiento y la experiencia necesarios para guiar y proporcionar información precisa sobre el mercado, las tendencias, las regulaciones legales y los riesgos involucrados en una inversión inmobiliaria.

La garantía de mi gestión es la transparencia ética y la dedicación a cada uno de mis clientes, en busca de su total satisfacción. Pero también me esfuerzo por establecer relaciones de confianza a largo plazo, para preservar y optimizar su inversión y el rendimiento de su patrimonio.



“  
Como asesora  
inmobiliaria de  
inversionistas  
extranjeros, puedo  
ver las infinitas  
oportunidades  
que ofrece el  
mercado  
inmobiliario  
del sur de  
Florida”





# ALICIA CERVERA LAMADRID

“  
*Miami está más  
construida que  
por construir.  
Eso protege  
el valor de la  
ciudad*”

Por **Latinas RealEs**

No es posible hablar del éxito de Alicia Cervera Lamadrid sin hablar de Alicia Cervera sénior, su madre, pionera y reina de la industria inmobiliaria de Miami. Ella hizo camino al andar y triunfó cuando el *real estate* era un mercado dominado por hombres, y la ciudad aún estaba por construirse. Eran los años 60.

La rúbrica de su legado está en una calle de South Miami Avenue que le rinde honores: “Alicia Cervera Way”. Un legado que vive día a día en sus hijos, nietos y en toda la familia Cervera Real Estate, un emporio que se extiende a lo largo y ancho de los Estados Unidos y en cinco continentes a través de alianzas estratégicas.

Alicia Cervera Lamadrid sonríe cuando mencionan a su progenitora. “*Mi mami realmente fue pionera. Nació en 1930, cuando el mundo era tan diferente no solo para las mujeres sino para todos*”, cuenta a Latinas RealEs. De inmediato evoca, como clave de esa visión transformadora, el viaje crucial que su madre hizo a una Europa en proceso de reconstrucción tras la II Guerra Mundial. “*Ella –aún siendo una niña– vio a Europa casi destruida, y tan solo dos meses después vio los cambios increíbles de un continente que estaba a oscuras. Yo creo que esa parte de su historia le ayudó mucho cuando llegó a Miami, porque tuvo la capacidad de ver lo que esta ciudad podía ser*”.

En ese momento, Miami era una ciudad completamente horizontal, un pueblo. Pero la madre de Alicia no vio esa ciudad, sino la ciudad que juntas han creado. “*Ella vio una ciudad vertical, llena de gente de todas partes del mundo, llena de vida internacional, de felicidad y de oportunidades*”.

Sus padres llegaron de La Habana con una mano adelante y otra atrás. Y de la nada comenzaron a hacer historia. Una historia que se encuentra en los cimientos de más de 70.000 propiedades vendidas y la representación de al menos 120 proyectos, construidos a lo largo de 50 años en el sur de Florida.

Cervera Lamadrid se unió a la firma de su madre a principios de la década de 1980, asumiendo diferentes roles y aprendiendo el negocio desde cero. Ascendió hasta convertirse en una de las socias directoras de la compañía familiar, en la que está dejando sus propias huellas. En la actualidad es una de las brókers más influyentes en el mercado inmobiliario de Miami.



**No hay que perder un minuto, es el momento de atraer esos mercados, porque están sacando el dinero para invertir aquí”**

**Latinas RealEs: ¿Qué significa el real estate para ti? ¿Cómo lo describirías sentimentalmente?**

**Alicia Cervera Lamadrid:** Sentimentalmente, yo digo que tuve la suerte de crecer en una ciudad que creció conmigo, porque llegué a Miami a los 3 años, y era un pueblo que tenía el tamaño ideal para mí; me podía mover sin problema, recorría toda la ciudad en bicicleta. Era muy cómodo, muy práctico, estaba como en un jardín, como en un parque, porque Miami era muy verde. A medida que fue creciendo la ciudad, también fui creciendo yo. Entonces fue como ir de la nada a todo. Cuando estoy en uno de estos edificios y observo el panorama, recuerdo que no existía ni un edificio de los que vemos ahora, ni uno, y verlos hoy es algo muy emocionante. Cuando voy entrando a la ciudad en barco, de sur a norte, miro a la izquierda y veo todos esos edificios que vendió mami, cuando le decían la reina de Brickell. Pero si volteo a la derecha, veo todos los edificios que vendí yo (su cara luce emocionada). Es muy bonito ver el trabajo que hemos hecho con los grandes desarrolladores de la ciudad que nos han puesto sus proyectos a disposición y nos han dado la oportunidad no solamente de comercializar sus edificios, sino de llevar el mensaje maravilloso de nuestra gran ciudad a todo el mundo.

**LR: ¿Cómo han manejado en tu compañía el miedo de los inversionistas ante la incertidumbre económica?**

**ACL:** El miedo es una palabra que debemos eliminar de nuestra realidad, porque nunca conduce a nada favorable en ningún aspecto de nuestra vida. Ahora, la cautela, las inquietudes son muy válidas. Es importante tener información e ir más a fondo. Pero basta con mirar con más visión y perspectiva para darse cuenta de que la trayectoria de Miami siempre ha sido en alza. En ese camino hacia arriba, yo tuve la suerte de trepar la “muralla china”. Pero, claro, uno piensa que en realidad es una constante subida pero no... el camino es ondulado, con altos y bajos. Aun, a pesar de eso, sigue siendo hacia arriba. Y eso lo sabemos porque todos los fundamentales, no solo de la ciudad sino del estado, lo indican. Florida es el estado de mayor crecimiento, incluso sobrepasando a Texas, y todos sabemos que la oferta y la demanda es lo que establece los precios. Si hay más demanda que oferta, los precios suben. Los edificios están repletos, los restaurantes están llenos, no hay parqueaderos... La ciudad está colmada.

**LR: ¿Cómo analizas el boom de Miami desde la perspectiva de las ventas?**

**ACL:** La gente ahora está preocupada porque los intereses están altos, pero eran los que había antes de la pandemia. Lo que pasa es que nos acostumbramos al 3%, al 3,5%, pero la realidad es que los intereses están muy manejables. Y la realidad es también que los volúmenes no solamente han subido en lo que cuesta una propiedad, sino en los alquileres y en las reventas. Entonces es algo proporcional, lo cual le da una estabilidad a la ciudad. Además, Miami está más construida que por construir. Eso protege el valor de la ciudad, como pasa en las grandes ciudades como Nueva York, Londres o incluso Bogotá en Latinoamérica. Es decir, cuando las ciudades van madurando, los precios se mantienen estables.

**LR: ¿Cuáles son las oportunidades emergentes que ves en el mercado inmobiliario?**

**ACL:** Hay grandes oportunidades precisamente para quienes trabajan con Latinoamérica, porque desafortunadamente la región está de cabeza, con todos los problemas que están atravesando muchos países. No hay que perder un minuto, es el momento de atraer esos mercados, porque están sacando el dinero para invertir aquí.

**LR: Desde tu experiencia, ¿cuál es el factor clave para incursionar en el mercado inmobiliario de lujo?**

**ACL:** Creo que uno se tiene que enfocar en su círculo de influencia. Ya cuando cubras eso, vas a ver que la gente más influyente te va a mostrar puertas para entrar en su círculo de influencia. Y entonces eso lo repites y lo sigues repitiendo. O sea, no hay que empezar tratando de estar más allá, sino en el lugar donde estás y empezar a crecer desde ahí. Ahora, para crecer tienes que ser constante y acordarte de que todo el mundo que está en ese círculo, independiente de la posición que ocupe, puede abrirte la siguiente puerta. Y nunca sabes quién va a ser.

**LR: ¿Qué mensaje tienes para las mujeres latinas que desean hacer una carrera exitosa en el campo de los bienes raíces?**

**ACL:** Que no tengan miedo, que dentro del éxito hay muchos fracasos, y que no aplacen el tener una familia por tener un negocio. Hay tiempo para los negocios, pero el tiempo para la familia pasa, y hay que vivir cada edad en el tiempo apropiado para esa edad, y si pierdes ese momento, no lo recuperas nunca.

(Lee la entrevista completa con Alicia Cervera Lamadrid en [latinasreales.com](https://www.latinasreales.com))



“

*Tuve la suerte de crecer en una ciudad que creció conmigo, porque yo llegué a Miami a los 3 años y era un pueblo que tenía el tamaño ideal para mí”*

# XAVIER SERBIÁ

Por **Latinas RealEs**

**L**a desafortunada experiencia con el manejo del dinero durante su juventud, como integrante del grupo Menu-do, marcó un proceso de transformación para Xavier Serbiá, en el que decidió apartarse del ego y enfocarse en el aprendizaje hasta convertirse en un prestigioso coach de finanzas personales.

Se dedicó a democratizar las finanzas o, como él mismo dice, a “Menudocratizar las finanzas”, pues según él, “hay un analfabetismo financiero grave. La gente sabe leer Don Quijote de la Mancha y a Shakespeare, pero no sabe leer una hipoteca o un portafolio de inversiones”, dijo en entrevista con Latinas RealEs, donde identificó los mayores errores que tienen los emprendedores.

**Latinas RealEs: Es un reto separar el negocio de las finanzas personales. Y a veces se llevan como si fueran la caja chica del hogar...**

**Xavier Serbiá:** Es sumamente importante la planificación, establecer objetivos reales que se puedan lograr. Determinar cuánto quiero tener de aquí a diez años, por ejemplo: cuánto quiero tener en el fondo de retiro... Y para eso hay que establecer una estrategia financiera. Si tú no haces un plan y, por otro lado, te manejas con las emociones, tomas decisiones que te llevan a equivocarte.

**LR: ¿Cuál es el mayor error que cometen las mujeres emprendedoras en la relación negocio-finanzas personales?**

**XS:** Mira, mi mamá era emprendedora. Ella vendía ropa y mantenía el hogar como

“**¿Para qué quieres un clóset con 20 o 30 pares de zapatos, si solo tienes dos pies?”**

madre divorciada con cinco hijos, pero cometió el error de no separar el negocio de las finanzas personales. Un ejemplo sencillo: produces 100.000 dólares en tu negocio y quieres que el negocio te pague 100.000 dólares de sueldo... ¡No! Tienes que manejarte como un empresario que está contratando a una persona que eres tú mismo; entonces, hay que separar las cosas no solo desde lo operativo, sino a nivel legal y fiscal.

**LR: ¿Cómo puede un agente de bienes raíces manejar las fluctuaciones de ingresos?**

**XS:** Lo primero es crear una reserva de emergencia. El negocio tiene que tener un fondo de liquidez... ¿Cuánto? Eso va a depender de las fluctuaciones, pero mínimo para seis meses, y si es para un año, mejor.

**LR: ¿Cómo se puede establecer un presupuesto realista?**

**XS:** Es muy importante que la persona no le ponga presión al negocio. Si en la casa vas a estar comiendo *filet mignon* todos los días, pero el negocio no produce para asignarte un salario que pague el *filet mignon*, es un grave error. Si tú me vas a decir que debes tener 20 o 30 pares de zapatos, con la excusa de que por tu imagen los necesitas, eso no es verdad, porque tú solo tienes dos pies. Entonces, lo personal tiene que manejarse militarmente, hasta que el negocio genere lo suficiente.



(Lee la entrevista completa con Xavier Serbiá en [latinasreales.com](http://latinasreales.com))

# PATRICIA MANRIQUE

“

**El proceso de cáncer es un despojo completo de vanidad”**

Por **Latinas RealEs**

**S**e enteró a finales de octubre de 2019. Estaba preparándose para una competencia de crossfit, y mientras entrenaba sintió un jalón en el seno izquierdo. Se tocó y palpó una bolita. No se sentía mal. De hecho, compitió y ganó.

Una semana después se hizo una mamografía, y ahí empezó todo: tenía cáncer. Conocido el diagnóstico médico, se fue a casa y le contó a su esposo y a su familia. “Ellos estaban derrotados en ese momento, porque la palabra cáncer suena y es como decir ‘se muere’. Yo, en cambio, sentía que no era conmigo y pensé que debía hacer algo, estar fuerte para darles apoyo a ellos”. Pero entonces vino la parte de la fe, la lucha y la esperanza. Patricia Manrique le ganó la batalla al cáncer de seno.

**Latinas RealEs: ¿Cuáles fueron tus principales retos durante el cáncer?**

**Patricia Manrique:** No puedo hablar solo de mí, porque éramos un equipo formado por mi entorno directo, mi familia. Cuando lo supe, comencé una maratón de procedimientos. Tenía programadas seis quimioterapias, después vinieron el vaciamiento, la radioterapia y el cambio de prótesis temporal. Me adecuaron el garaje para hacer el crossfit, y cada día tenía a un hijo allí, acompañándome y apoyándome.

Aunque la noticia de la caída del cabello por la quimioterapia le dio duro, asegura que su proceso fue “un despojo completo de vanidad”. Y afirma que estando en el hospital, ella misma decidió sacar una cita en la peluquería para tustarse (quitarse todo el pelo). “¿Por qué iba a esperar? Me tusté. Y la reacción de mis hijos cuando llegué a mi casa fue decirme: ‘Estás hermosa, mamá, te ves linda, tu cabeza es redonda’. Entonces ni siquiera me sentí fea”.



(Lee la entrevista completa con Patricia Manrique en [latinareales.com](https://latinareales.com))

**LR: ¿Qué consejo le darías a alguien que está luchando contra el cáncer de seno?**

**PM:** Yo soy católica. Así que lo primero es la oración. Les diría que crean que hay un Dios, un Dios vivo y real que nos ama, y que existe una madre, la virgen María, madre de Dios, que nos cuida. Acepté que eso me estaba pasando, pero es una de esas cosas en las que, o sales adelante y te enfocas por salir, o te victimizas y te derrotas. Yo no quería ser esa, ni soy esa. Tenía que luchar.

**LR: ¿Qué cambios has experimentado en tu vida desde que superaste la enfermedad?**

**PM:** Me volví más positiva, más agradecida con todo. La enfermedad nos unió más como familia. Me dio una mentalidad más fuerte y me hizo crecer en el amor. Por eso, mi mensaje a quienes estén pasando por esto es que sean luchadoras, que no se victimicen, que aprovechen su entorno, que hagan equipo.

INSPIRE



# MIAMI WORLD CENTER, UN MEGAPROYECTO LLENO DE VIDA, PODER Y DIVERSIÓN

Por *Latinas RealEs*

**S**i aún no has escuchado hablar de él, aquí te contaremos por qué Miami Worldcenter está considerado, junto a Hudson Yards (Nueva York), uno de los megaproyectos urbanísticos y de negocios más grandes de Estados Unidos.

Empecemos por contarte que está situado frente al Dade Arena, donde juegan los Miami Heat. Es un verdadero “monstruo” arquitectónico de 4.000 millones de dólares que late en el centro mismo del *downtown* de Miami y que combina una variedad de usos, como un complejo de viviendas, un centro de convenciones de clase mundial, un complejo de entretenimiento, una galería comercial al aire libre, una plaza pública y una gran cantidad de espacios verdes y parques.

El diseño del proyecto se inspira en la tradición arquitectónica de la ciudad, combinando edificios modernos con edificios históricos y la belleza natural de la región. El Miami Worldcenter también tendrá un innovador sistema de transporte público, que conectará el proyecto con el centro de Miami y las áreas circundantes.

El proyecto abarca una extensión de 16,5 acres (6,7 hectáreas) de terreno que incluye una serie de edificios donde los residentes y visitantes podrán encontrar, literalmente, de todo. Y cuando decimos todo, nos referimos a todo lo que el mundo moderno y la más alta tecnología pueden ofrecer.

## ¿QUÉ TENDRÁ?

El Miami Worldcenter está diseñado para convertirse en un destino de entretenimiento, compras y vida nocturna en una ciudad que ya de por sí sabe mucho de esto.

En sus dos millones de pies cuadrados de espacio habrá un centro comercial, hoteles, apartamentos, un parque temático, un auditorio, una tienda de conciertos, restaurantes, bares, cafeterías, oficinas y una plataforma de observación de vistas panorámicas.

Miami Worldcenter es ahora el hogar de tres torres residenciales terminadas: Paramount, Caoba y Bezel Miami, además de otros desarrollos planificados como son 600 Miami Worldcenter, un condominio de 579 unidades completamente amueblado por Aria Development Group y Merrimac Ventures, y The Crosby, un condominio de 450 unidades de Related Group y Merrimac Ventures.

También contiene un centro de convenciones de clase mundial, la Torre Met 3, una plataforma de entretenimiento al aire libre, el Hotel Marriott Marquis Miami Worldcenter, un centro comercial de lujo, varias torres de oficinas, un parque con fuentes, terrazas y un parque de estacionamiento subterráneo. Además, tendrá un centro de transporte público que conectará el proyecto con el centro de Miami y otros destinos principales, incluida una estación de metrobus a lo largo de la ruta Biscayne Boulevard.

Nitin Motwani, socio gerente de Miami Worldcenter Associates, le dijo al periódico *Miami Herald* que la cantidad de inquilinos que hay permite a la propiedad alcanzar 75% de ocupación para los 300.000 pies cuadrados (más de 90.000 m<sup>2</sup>) de espacio comercial del lugar. Asimismo, hay varios rascacielos con unos 5.000 apartamentos, condominios y 600 habitaciones de hotel.

*“Creemos que Miami Worldcenter está preparado para ofrecer un cautivador desarrollo de uso mixto que alojará una gran cantidad de nuevos edificios y negocios con plazas públicas y espacios de reunión en un entorno peatonal”*, señaló Shaul Kuba, cofundador y director de CIM Group, que lidera el arrendamiento minorista en Miami Worldcenter, en conjunto con The Comras Company, con sede en Miami.

Miami Worldcenter se encuentra en construcción desde 2016, aunque varios de sus edificios y negocios ya vieron la luz, mientras que otros lo harán entre 2023 y 2024, lo cual le otorgará mucho más renombre mundial a nuestra amada ciudad de Miami, porque se trata de algo verdaderamente grande.

Algunas de las empresas que ya abrieron sus tiendas en la zona son Brasserie Laurel, Sephora y Chug's Express. Para 2023 se prevé la apertura de las siguientes marcas de fama mundial: El Vecino (cocteles y cigarros), Bowlero, Lucid Motors, Posman Books, Lululemon, Savage X Fenty, Ray-Ban y Luli Fama (trajes de baño).

*“Ya llevamos más de la mitad del camino recorrido con el proyecto. Todos los condominios están vendidos y los apartamentos en su mayoría están alquilados, mientras que los seis edificios comerciales están rentados en un 75%. A medida que se abren más tiendas minoristas, creemos que los visitantes comenzarán a sentir realmente el sentido del lugar este año y se completará en 2024”*, explicó Motwani.

Miami Worldcenter convertirá, sin dudas, el downtown de Miami en un epicentro del lujo, las artes y los negocios, sin contar con que atraerá a muchos compradores que querrán vivir allí. Todo esto sin contar con los empleos que se van a generar en sus muchos espacios, lo cual contribuye a mejorar la calidad de vida y a impulsar la economía de la ciudad.



# 5 HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE TODO AGENTE DE REAL ESTATE DEBERÍA TENER EN CUENTA

Por **Latinas RealEs**

Más que pasar desapercibidos, en la nueva era de la inteligencia artificial (IA) muchos profesionales de *real estate* quieren sacar provecho de la última tecnología para optimizar sus flujos de trabajo. Pero con tantas herramientas disponibles, puede ser difícil elegir una que se adapte a sus necesidades. No es de extrañar que el 45% de los *brokers* informen que mantenerse al día con la nueva tecnología es el mayor desafío que enfrentan sus agentes.

No, no vamos a hablar de **ChatGPT**. ¡Aleluya! Por supuesto que el *chatbot* de Open Ai es la sensación del momento. Se trata de un sistema realmente deslumbrante y servicial. Sin embargo, existen otras herramientas tecnológicas que pueden ayudar significativamente a quienes trabajan en la industria inmobiliaria.

José Luis Martín Cara, especialista en SEO para sitios web de negocios, dice que los agentes de bienes raíces tienen muchos frentes de trabajo, lo cual es una razón clave para usar la inteligencia artificial cuando sea posible. *“Teniendo las herramientas adecuadas, no solo pueden ser más productivos, también pueden alentar a más clientes potenciales a comprar sus propiedades o venderlas con ellos”*.

Antes de ver la lista sugerida y empezar a descargar aplicaciones, conviene establecer tres consideraciones importantes que una herramienta de inteligencia artificial debería ofrecer: que sea fácil de usar, que ahorre tiempo, y que sea multiusuario, en caso de que varios miembros del equipo utilicen el mismo servicio.

## 1. StreetText

Esta plataforma ayuda a los agentes inmobiliarios a generar prospectos y a atraer clientes potenciales. También provee herramientas de *marketing* y publicidad digital para captar la atención de posibles compradores y vendedores. StreetText permite crear campañas de anuncios en Facebook que se dirigen a personas interesadas en compra o venta en un área específica. Además, proporciona páginas de destino personalizadas que se pueden utilizar para recopilar información de contacto de los visitantes interesados. Adicional a lo anterior, permite hacer seguimiento de clientes potenciales y se integra fácilmente con otros sistemas populares en el sector inmobiliario, como los CRM. Alternativas: BoldLeads y Real Geeks.



## 2. Epique AI

Utilizando algoritmos de aprendizaje automático y grandes conjuntos de datos, la plataforma Epique AI puede generar análisis detallados sobre el mercado inmobiliario, pronósticos de precios, tasaciones automáticas y recomendaciones personalizadas para los clientes. Pero la función de inteligencia artificial es más impresionante cuando produce descripciones de propiedades y clientes potenciales específicos. Alternativas: Redfin, Propstream y Revaluate.

## 3. Homesnap

Esta aplicación ofrece un conjunto completo de características que permite a los agentes inmobiliarios organizar *open houses* virtuales, conectarse con compradores potenciales y realizar un seguimiento de la participación de los visitantes. Homesnap tiene una interfaz fácil de usar, poderosas capacidades de búsqueda e informes detallados. Alternativas: Spacio y ShowingTime.

## 4. Virtual Staging

Esta herramienta tecnológica utiliza la inteligencia artificial para agregar muebles y decoración virtual a imágenes de propiedades inmobiliarias vacías. Ayuda a los agentes de bienes raíces al proporcionarles una forma eficiente y rentable de presentar los espacios vacíos de manera atractiva a los compradores potenciales. Alternativas: BoxBrownie y PadStyler.

## 5. Listing Copy AI

Listing Copy AI es una herramienta de inteligencia artificial diseñada para ayudar a los agentes de bienes raíces a redactar descripciones efectivas y atractivas para los listados de propiedades. Utiliza algoritmos avanzados de procesamiento del lenguaje natural, para generar automáticamente descripciones de propiedades que resalten las características clave y atraigan a posibles compradores. Alternativas: Descrip.AI y CopyHawk.



# JANETTSY CHISZAR

“

**La persona exitosa tiene 24 horas, y la que no lo es, también”**

Por **Latinas RealEs**

*“Entre los 18 y los 27 años, debo admitir que no tenía hábitos saludables: rumbeaba de jueves a domingo, salía, tomaba, llegué a probar las drogas y puse mi cuerpo en situaciones y relaciones donde no lo tenía que poner...”*

Es Janetty Chiszar, una mujer transformada a la que le ha tocado empezar más de una vez en la vida. Hoy vive llena de fe y es una *coach* exitosa, a la que muchos recuerdan por su participación en el concurso Nuestra Belleza Latina y sus inspiradoras clases de zumba. Ella prefiere que su legado sea el de la resiliencia, la búsqueda de Dios y el equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu.

**LR: ¿Cuál es tu propósito de vida y cómo lo encontraste?**

**JC:** Mi propósito es inspirar y educar a las personas a ser saludables en espíritu, mente y cuerpo, para que puedan encontrar su propósito y sean luz para el mundo. ¿Cómo lo encontré? Teniendo una relación con Dios. Él me fue mostrando quién era yo y cuáles eran mis habilidades y debilidades. Fue como un rompecabezas: conocer a Dios, conocerme yo, sanar mi corazón, superar mi pasado y entender que mi propósito era crear algo para Él. Y eso es impactar y bendecir a otros.

**LR: ¿Cómo te sientes después de todas estas experiencias vividas?**

**JC:** Me siento sumamente bendecida y honrada de que una vez le dije a Dios: ¡Úsame!, y lo está haciendo. Hoy estoy cosechando los frutos que sembré hace siete años, cuando decidí ir hacia adelante con Dios, de su mano, prepararme para el éxito que estoy viviendo.

**LR: ¿Qué fue lo más difícil de esa transformación personal?**

**JC:** Aceptar mi responsabilidad en el proceso. Dejar de victimizarme, dejar de depender de mí, de si tuve o no tuve, si me dieron o no me dieron, si tuve oportunidades o no las tuve... Acepté quién soy para Dios, qué tengo, qué puedo aprender, qué puedo aplicar y cómo puedo hacerlo. Me di cuenta de lo que no estaba bien en mí, de aquello que necesitaba cambiar y transformar.

**LR: ¿Cuáles son los mitos más comunes sobre el fitness y el entrenamiento que encuentras entre las mujeres latinas?**

**JC:** La excusa más común es que no tienen tiempo. Y déjenme decirles que todos tenemos 24 horas. La persona exitosa las tiene, y la que no lo es, también. Dios nos dio a todos 24 horas. La diferencia entre unas y otras no es la falta de tiempo, sino los hábitos que han creado, la resiliencia, el poder luchar a pesar del cansancio. Es estar claras en su propósito.



(Lee la entrevista completa  
en [latinareales.com](http://latinareales.com))



# ANDREINA ESPINO



“

**Debes abrazar y aceptar quién eres... y hacer de eso tu imagen, tu esencia, tu producto”**

Por **Latinas RealEs**

**A**ndreina Espino creció en un hogar de dos emprendedores, que eran sus padres. De ellos escuchaba hablar a diario, en la mesa del comedor, sobre pautas publicitarias, logos y artes. También se recuerda a sí misma desbaratando cuanto aparato tecnológico caía en sus manos; incluso durante una época de su adolescencia “hackeaba” sistemas.

Esa atracción natural por la publicidad y la tecnología nunca desapareció. Todo lo contrario. Impulsada por sus estudios universitarios y su experiencia en importantes agencias de publicidad en Miami, decidió emprender, junto a su esposo, en el área de marketing digital. “En el momento en que yo comencé no había mujeres que hablaran del tema del marketing en español, y por eso hice mi estudio previo y decidí enfocarme en este negocio que, además, dominaba al 100%”, afirma.

Aunque nunca quiso ser una figura pública, no pudo salvarse. Asegura que era una joven súper introvertida que al crecer al lado de su hermana Gaby Espino, reconocida actriz venezolana, se dio cuenta de la exposición que representaba ser famosa, y estaba decidida a llevar una vida lo más privada posible. Pero todo cambió cuando decidió abrir un canal de YouTube para compartir su conocimiento. Luego le tocó salir a los escenarios, realizar entrevistas y, aunque al principio sintió pánico, se atrevió a hacerlo y reconoce que ha sido algo súper positivo, porque se enfocó en lo que le apasiona. Hoy tiene una comunidad de casi dos millones de personas sumando todas sus plataformas.

**Latinas RealEs: Cuando te iniciaste en el marketing digital, ¿visualizaste tu éxito y el nivel en el que estás ahora?**

**AE:** Para nada. Yo era una niña bastante introvertida, no podía hablar en público, me ponía roja, temblaba y trataba de evitar el *spotlight* (ser el centro de atención). Pero cuando abrí mis redes sociales, muchos de mis clientes, que eran del mundo corporativo, me dijeron que yo explicaba muy bien eso (de redes sociales) y me alentaron a compartir el conocimiento. Entonces decidí hablar de esos temas en mi canal de YouTube, y mi vida cambió totalmente. Me empezaron a invitar a entrevistas, conferencias, etc. La primera vez fue en Panamá, y yo estaba aterrada de hablar en público. Entonces dije, yo tengo que vencer esto, porque estaba perdiendo todas las oportunidades. Lo curioso es que pasé de ser esa niña súper introvertida a dar conferencias a miles de personas, y me encanta, más bien ahora me tienen que quitar el micrófono.

**LR: ¿Cómo conectas con tu público objetivo de forma efectiva a través de las plataformas digitales?**

**AE:** Primero, por la pasión con que lo hago, porque a uno le tiene que gustar lo que hace. Segundo, la preparación. Tienes que estar capacitándote, educándote constantemente. Cuando tú manejas y sabes lo que haces al 100%, tienes la seguridad de poder comunicarte. Yo decidí empezar a transmitir mi conocimiento a través de las redes sociales basada en la experiencia que yo viví en mis proyectos de trabajo, con mis clientes, y eso fue lo que realmente me ayudó a conectar con esa audiencia. Muchas personas se sintieron identificadas, en el sentido de que yo les estaba aportando una solución a su problema cuando hablaba de temas de *marketing*, cuando daba consejos de qué hacer en las redes sociales... Entonces había una necesidad muy grande, y empecé a construir esa comunidad de seguidores que ha ido creciendo, y hoy ya son casi dos millones de personas entre todas las plataformas.

**LR: ¿Cuáles son las claves para ser exitoso a la hora de emprender un negocio en las plataformas digitales?**

**AE:** Primero, hay que tener muy claro lo que se quiere hacer, estudiar las posibilidades, porque hay muchas personas que se lanzan al mundo del emprendimiento y no estudian el mercado para saber lo que quieren concretamente. Segundo, manejar completamente el tema del producto o servicio que se está ofreciendo, porque necesitamos seguridad a la hora de transmitir un mensaje. Y luego, no tener miedo, atreverse, lanzarse al agua. Es cuestión de organizarse y tratar de conectar siempre desde el lado humano, porque cuando muestras tu lado genuino, la gente conecta contigo como persona y, por tanto, cualquier cosa que le propongas en cuanto a negocio va a ser mucho más fácil.

**LR: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las mujeres al iniciar o hacer crecer su negocio en línea?**

**AE:** Quizá el mayor reto sea lograr una identidad y perder el miedo. Hay mucha inseguridad entre las mujeres, porque no sienten que se ven bien o piensan que hay que esperar a bajar de peso para hacer un video o tomarse unas fotos, o se ven hablando en cámara y no se sienten cómodas. Yo creo que debes abrazar y aceptar quién eres, con el mayor amor y respeto hacia ti misma, y hacer de eso tu imagen, tu esencia, tu producto... Porque las personas se van a enamorar de ti y de quién eres tú, con tus defectos y virtudes, y te van a recibir con el mismo amor que tú te proyectas.

**LR: ¿Cuál es la importancia de la creación de contenido original en el marketing digital?**

**AE:** La clave es que tengas tu propio estilo. No copies el estilo de otra persona, sino que con tu propio estilo comuniqués bien ese mensaje que quieres transmitir. Tal vez hay un montón de personas que ofrecen el mismo servicio o producto que tú, pero la manera en que tú lo comunicas es única. Es como una huella digital, y eso es lo que hay que tener claro. Y sí, tú puedes tomar ideas de otros contenidos

a la hora de compartir un mensaje, pero siempre tienes que mantener tu esencia, ser única, porque eso es lo que vas a poder mantener como un sello de marca que hará que te prefieran a ti por encima de otros.

**LR: ¿Qué porcentaje de importancia le darías al marketing digital y a la publicidad en real estate?**

**AE:** Mira, la industria inmobiliaria es muy competitiva y hay que buscar la manera de destacarse. Entonces, mientras más adelantado estés como *realtor* en las tendencias de estrategias de *marketing*, más posicionamiento vas a lograr. Y si McDonald's o Coca-Cola, compañías que ya no necesitan posicionamiento, todavía hacen campañas de publicidad pagada no solo en medios tradicionales, sino en las redes sociales, nosotros que apenas estamos empezando a posicionar debemos seguir ese camino. Y si no lo haces, créeme que tu competencia lo va a hacer.



(Lee la entrevista completa con Andreina Espino en [latinasreales.com](http://latinasreales.com))

# ¿ESTÁS BUSCANDO AYUDA PARA INVERTIR O EMIGRAR A ESTADOS UNIDOS?

A lo largo de sus 25 años de carrera profesional, el abogado de inmigración Roberto J. Ortiz ha demostrado su compromiso de brindar a individuos y corporaciones una atención personalizada al cliente, y orientada a los detalles que ha resultado en un gran éxito dentro del sector de visas migratorias.

Como abogado, ha tenido mucho éxito en la asesoría y la obtención de Visas E2, L-1 y EB5, a través de las cuales ayuda constantemente a sus clientes extranjeros a lograr sus objetivos migratorios.



## ***¡CONTÁCTANOS!***

Contacto: [roberto@wpolaw.com](mailto:roberto@wpolaw.com)

+1 (305) 400-2210

Miami, Florida



## ¿Qué servicios te ofrece nuestra prestigiosa firma?

- Ciudadanía
- Visa E
- Inmigración basada en el empleo
- Inmigración basada en la familia
- Visa H
- Inmigración basada en inversiones
- Visa K-1
- Certificación Laboral

En Wermuth Panell Ortiz, PLLC, estamos dedicados a garantizar que nuestros clientes logren sus objetivos de inmigración. Estamos listos para ayudarlo, así que llámenos hoy y programemos su consulta inicial.

# ARLYZ

# MORALES

“

**El gran desafío es entregarles a los clientes exactamente lo que les prometiste en planos”**

Por **Latinas RealEs**

**A**unque viaja por todo el mundo, mínimo una vez al mes, Arlyz Morales se enfoca en el negocio de preconstrucciones, especialmente en el área de Brickell. Y pese a que la echaron de su primer trabajo porque “no sabía vender”, se posicionó como *realtor in house* representando proyectos de alta gama. Afirma que su trabajo es estar justo entre el vendedor y el comprador para lograr que ambos queden satisfechos con el negocio.

“De las cosas buenas de trabajar en preconstrucción es el volumen en ventas, y que los clientes vienen a ti, porque saben dónde encontrarte y no tienes que estar paseando con ellos para mostrarles propiedades”, dice esta *realtor* puertorriqueña invitada a Latinas Reales.

**Latinas RealEs: ¿Cuál es la principal diferencia entre vender proyectos en preconstrucción y vender propiedades existentes?**

**Arlyz Morales:** Desde el punto de vista físico, cuando estoy vendiendo una propiedad que ya está construida, yo voy con un cliente y le enseño exactamente lo que va a comprar. Pero cuando vendo algo en preconstrucción, yo le estoy vendiendo una idea al cliente, un plano que proyecta las ideas de las personas que están detrás de algo que se va a construir.

**LR: Como agente de bienes raíces, ¿cuáles son las ventajas de vender en preconstrucción?**

**AM:** Cuando trabajas como *realtor in house* (representando los proyectos de los desarrolladores), sabes exactamente lo que estás vendiendo, porque es un plano que básicamente está repetido. Entonces, cuando llega un cliente a nosotros, lo que puede variar son los *layouts* de las propiedades, porque la historia de quien está detrás del edificio también

es exactamente la misma, y en lo que tenemos que entrar es en el detalle de cómo se vería la propiedad en la que va a invertir el cliente y cómo se adecúa a su presupuesto.

**LR: ¿Y cuáles son los principales desafíos?**

**AM:** El primero es que cuando entregamos el proyecto tenemos que darle al cliente lo que le habíamos prometido en el plano que le íbamos a dar. Y una vez reciba su producto, tenemos que trabajar con él para que quede satisfecho. Más allá de eso, siempre puede haber inconformidades, que se manejan directamente con el desarrollador para resolverlas en el menor tiempo posible y de conformidad con los nuevos propietarios.

**LR: Desde el punto de vista del comprador, ¿cuál dirías tú que es el mayor beneficio de invertir en propiedades en preconstrucción?**

**AM:** Básicamente, es el valor futuro de la propiedad. Cuando compran en construcción, cuanto más temprano compran, mayor será el potencial de valorización al momento en que les entreguen la propiedad.

**LR: ¿Cómo se trabajan las comisiones en preconstrucción?**

**AM:** En este campo se acuerda con el desarrollador un porcentaje mínimo para el agente *in house*, por lo que estamos vendiendo volumen, mientras que para el agente de bienes externo se fijan comisiones que van desde el 3% hasta el 8% en algunos casos, de acuerdo con el proyecto y el movimiento de las ventas.

**LR: ¿Cuál es la pregunta recurrente del cliente que quiere invertir?**

**AM:** Siempre preguntan si vale la pena la inversión. Claro, porque cuando compras un inmueble, además de utilizarlo, estás creando un patrimonio. Ese dinero perfectamente lo podrían poner en bonos o en la Bolsa de Valores, pero están decidiendo ponerlo en real estate, donde están viendo su dinero crecer al tiempo que pueden disfrutarlo.

(Lee la entrevista completa con Arlyz Morales en [latinareales.com](http://latinareales.com))

LR  
RE  
XIT  
OSAS



# HOMETOWN HEROES, EL PROGRAMA QUE TE AYUDA A COMPRAR TU PRIMERA CASA

Por *Maylet Romero Vázquez\**

Comprar una propiedad en el sur de Florida es una aventura emocionante, aunque también puede resultar una experiencia estresante desde el punto de vista financiero, incluso para los compradores locales, sobre todo si se trata de su primera vivienda. Sin embargo, existen iniciativas como Hometown Heroes que apoyan a quienes califican para comprar su primera residencia, brindándoles asistencia para el *down payment* —o pago inicial— y los costos de cierre.

Pero las buenas noticias no paran allí: desde el 1 de julio de este año, ¡el programa se abrió a todos los residentes de Florida! Ya no solo beneficia a trabajadores de primera línea, como policías, bomberos, educadores, profesionales de la salud, militares activos o veteranos, entre otros, sino que abarca a cualquier primer comprador. Y la subvención también se incrementó de 25.000 a 35.000 dólares.

Para ser elegible a Hometown Heroes, el cliente, además de ser comprador de vivienda por primera vez, debe tener un puntaje de crédito mínimo de 640, ganar un salario máximo establecido por el programa para su condado, la sede del empleador debe estar en Florida y comprar un hogar en la comunidad donde trabaja y sirve.

Sé que encontrar el lugar perfecto y navegar por los procesos legales y financieros para adquirir una propiedad, puede parecer un laberinto complicado. Aquí es donde entro yo, para guiarte en cada paso del camino y asegurarme de que obtengas la mejor oferta posible.

Como agente local, tengo un profundo conocimiento del mercado inmobiliario en esta área. Conozco los vecindarios, las tendencias y las mejores oportunidades. Trabajo estrechamente con mis clientes, de esta manera puedo entender sus necesidades, su presupuesto y sus deseos, para así encontrar la propiedad que se ajuste a los criterios de cada uno.

Una de mis fortalezas radica en la negociación. Utilizo mi experiencia para negociar en nombre de mis clientes, pues mi compromiso es proteger sus intereses y garantizar que se sientan satisfechos con su inversión.

Además, tengo acceso a una amplia red de profesionales, incluidos prestamistas, abogados e inspectores de



vivienda. Esto significa que puedo recomendarte a expertos de confianza en cada etapa del proceso de compra, con el fin de brindarte tranquilidad y seguridad en todo momento.

Mi objetivo principal es ofrecerte un servicio personalizado y de calidad, adaptado a tus necesidades y preferencias.

**¿QUIERES DAR EL GRAN SALTO Y COMPRAR  
TU PRIMERA PROPIEDAD?**

**¡COMENCEMOS NUESTRO VIAJE! PONTE EN CONTACTO CONMIGO  
HOY MISMO PARA PROGRAMAR UNA CONSULTA GRATUITA.**

SPONSOR AGENT



**¡ESCRIBE TU PROPIA HISTORIA!**

**¡CONTÁCTANOS!**

**+1 (786) 554-1111**

**ANDREA  
ANGEL**  

---

**FUNDADORA**



Regístrate en nuestro sitio web y síguenos en nuestras Redes Sociales a través de Instagram, Facebook & Youtube. ¡Te esperamos!

 /latinasreales

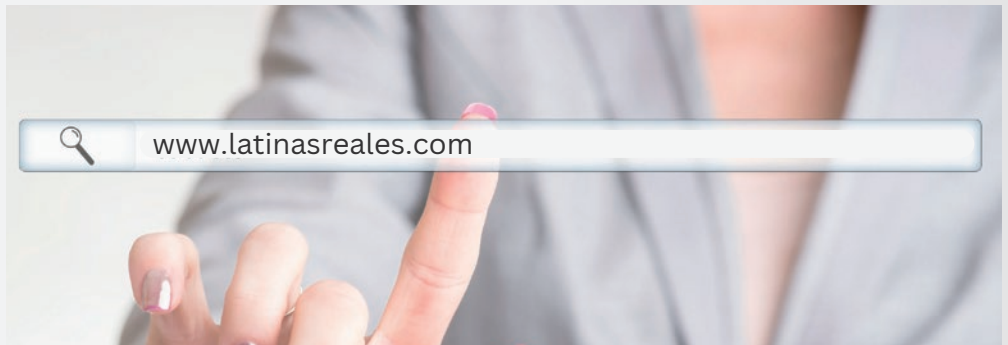
 @latinas\_reales

 /Latinas RealEs



## **¡BIENVENIDOS A LATINAS REALES!**

Somos la primera revista dedicada a empoderar a las mujeres hispano hablantes en el mercado inmobiliario de Estados Unidos. En Latinas Reales creemos en el poder de compartir historias y experiencias para inspirar y motivar a otras mujeres a perseguir sus sueños y alcanzar el éxito.



## **SPONSOR AGENT**

Si estás interesada en convertirte en una Sponsor Agent de Latinas Reales, ¡contáctanos hoy mismo! Estamos emocionados de trabajar contigo y ayudarte a promocionar tu marca o negocio de manera efectiva.

¡No te pierdas esta oportunidad única!

contacto@latinareales.com | +1 (786) 554-1111



En solo dos décadas, Doral se ha convertido en una metrópolis vibrante llena de oportunidades para experimentar alojamientos lujosos, parques de última generación, diversos entretenimientos, arte de clase mundial y exquisita gastronomía. Todo lo que desea está aquí mismo en la ciudad principal para vivir, trabajar, aprender y jugar!



CONCEJAL  
MAUREEN PORRAS



VICE ALCALDE  
RAFAEL PINEYRO



ALCALDESA  
CHRISTI FRAGA



CONCEJAL  
OSCAR PUIG-CORVE



CONCEJAL  
DIGNA CABRAL

Conéctate con nosotros



@CityOfDoral

[www.cityofdoral.com/doralturms20](http://www.cityofdoral.com/doralturms20)