

Miami de lujo... vidas de edición limitada



Acerca de Rodrigo Medina

Publicista, publicirrelacionista y editor experto en marcas de lujo y estilo de vida. Su pasión, la búsqueda de argumentos; su valor, el uso de la palabra; su obsesión, la imagen.

Escrito por Rodrigo Medina en noviembre 15, 2013



Tweet

24



Pin it

3



+3



Like

31



Vista frontal de Biscayne Beach.

Miami, mucho más que un destino resort, ha evolucionado en el centro neurálgico de América Latina. Junto a Hong Kong, Londres y Nueva York, Miami se posiciona hoy entre la denominada súper élite global.

En 1900, con sólo mil habitantes, infestado de lagartos, pantanos y huracanes, Miami no era más que un lugar de paso. Hoy, un siglo después y con 2.5 millones de habitantes, la ciudad se ha convertido en una aspiradora de talento creativo y capital intelectual.

En la década de 1980 Miami atrajo a una primera ola de latinoamericanos. Tiempo después aterrizaron los grandes millonarios del mundo. Su llegada cambió el juego, amplió los espacios y comenzó la construcción de casas y edificios a partir de nuevas necesidades: espacios amplios y lujosos, superiores a los 300 m² que, salvo algunos *penthouses*, no existían en el mercado; un mercado de nicho en evolución y con la oportunidad del doble de ganancia por unidad vendida.

En 2008 la ciudad se paralizó en una nube de incertidumbre tan abrumadora como el peso de todos sus rascacielos juntos. El pie cuadrado, que en su momento se cotizaba en 1,000 dólares, cayó a 300 dólares... El pánico cundió. Sin embargo, la dinámica de la ciudad no cambió —como le sucedió a otras tantas— y su romance con el resto del mundo nunca murió, sólo se vio temporalmente interrumpido por factores económicos externos.

Tras su resurgimiento, los brasileños llegaron en masa entre 2009 y 2010. El régimen socialista de Hugo Chávez impulsó la llegada de los venezolanos. En 2012, los argentinos también descubrieron en Miami el resguardo perfecto para su efectivo de frente a la inflación; los mexicanos, nerviosos por la inseguridad y la inestabilidad política, no se hicieron esperar.

La demanda en este nuevo ciclo ha superado todas las expectativas. Se hablaba de diez años de inventario existente; sin embargo, el inventario se absorbió en dos años y medio y hoy existen alrededor de 50 proyectos en diferentes estados de desarrollo. Los costos varían de 15,000 a 20,000 dólares el m2 en South Miami, contra 6,000 a 7,000 dólares el m2 promedio en Brickell.

Consecuentemente los desarrolladores se han hecho boutique y presentan edificios ultra *high-end* con amplios espacios pensados y diseñados al más mínimo detalle bajo la promesa de absoluta exclusividad: residencias de edición limitada. La nueva ola de inversión ha creado una revolución en la forma de proyectar y operar el negocio del Real Estate. La necesidad de diferenciar y hacer más atractivos sus productos ha llevado a los desarrolladores a generar multimillonarias alianzas en la creación de proyectos únicos, lo suficientemente atractivos para seducir y satisfacer al cliente global; una suma de talentos difícil de apreciar en otro sitio del planeta.

Miami se ha transformado dramáticamente en los últimos 20 años. El Miami que se aprecia hoy no volverá a verse nunca, su configuración estética está destinada a vivir en la novedad. Aquí, los principales personajes de su pasada, presente y futura renovación.

Jorge Pérez

Creó Related Group en 1979, creándose rápidamente una reputación como el responsable del resurgimiento de colonias y principal transformador del sur de la Florida; liderando así los dos grandes ciclos del competido mercado del Real Estate en Miami. Con un historial de más de 85,000 unidades y una participación del 20% en el mercado actual, Related desarrolla a la fecha 10,000 unidades con ventas estimadas en tres billones de dólares.

Hoy, con cinco nuevos proyectos en Brickell, Jorge declara su intención de convertir secciones de la avenida y la zona en un paraíso peatonal, el centro urbano de la ciudad, "El más dinámico y emocionante cuadrante de Miami", como nos afirma Carlos Rosso, presidente de la división de condominios de Related Group y responsable del SLS Brickell.

El SLS Brickell, se presenta como la mejor oferta del grupo, continuando su icónica colaboración con Phillip Starck, responsable del interiorismo y la estética de los famosos SLS Hotel, en South Beach, y el Icon Vallarta, en México. Otras importantes colaboraciones son las de los chefs José Andrés, Michael Schwartz y Katsuya Uechi, así como de la firma alemana de lujo automotriz BMW. La torre, de 52 niveles, ofrecerá 132 habitaciones y suites en los primeros 8 pisos. Arriba del hotel, 44 pisos de condominios de alto lujo se suman a una exquisita oferta gastronómica, artística y de entretenimiento con las más detalladas amenidades y finas atenciones.

El arte es un tema recurrente en los desarrollos de Related gracias a la pasión personal que Jorge Pérez tiene hacia él. Como uno de los coleccionistas y promotores más importantes de la ciudad, Jorge se encuentra en la junta directiva del Museo de Arte de Miami, el cual será inaugurará en el marco de la feria Art Basel-Miami, su nueva sede bajo el nombre Pérez Art Museum Miami (pamm). El nuevo edificio, de más de 11 hectáreas y en pleno centro de la ciudad, frente a la bahía de Biscayne, ha sido diseñado por los arquitectos suizos Herzog & De Meuron.

Entre los proyectos futuros de Related Group se encuentran tres desarrollos en México ubican en Zihuatanejo, Guadalajara y el Distrito Federal. El mejor rumor: el desarrollo de la Ciudad de México pretende ser parte de la cadena SLS.

Edgardo Defortuna

Fortune International Realty se fundó en 1983 por la familia Defortuna, de reconocida posición en la sociedad y la política Argentina. Con Edgardo Defortuna a la cabeza, la empresa encontró su área de oportunidad en el mercado latinoamericano con creciente demanda en Miami. "Fuimos los primeros en crear un nicho de mercado. El comprador latinoamericano lo que menos quiere son problemas, adquiere una propiedad pero busca quien lo apoye en todo el camino, desde el financiamiento, hasta su administración y mantenimiento. Nosotros creamos un grupo que permitiera a nuestros clientes gozar realmente de su estadía en la ciudad".

Edgardo supo duplicar su modelo hacia los mercados europeos y asiáticos, posicionándose como líder internacional en la venta de condominios de lujo en el sur de la Florida. Y es que "todo mundo quiere un pedacito de Miami". La gran diferencia entre lo que se vende hoy y se vendía durante la pre crisis, afirma, es el incremento significativo en los depósitos. "En 2006, los compradores se daban el lujo de perder su inversión tras dos depósitos anuales del 10% sobre el valor de la propiedad. Hoy el cliente está realmente comprometido con su compra, asegurando depósitos del 50% antes de empezar la construcción".

Defortuna ubica su nicho en los formadores de opinión, aquellas personas que atraen consigo a nuevos clientes. Hoy representan a los mejores desarrolladores de Miami —como Related, con quien mantiene una estrecha relación—, al tiempo que da vida a proyectos propios como Jade Signature, un desarrollo de ultra lujo hasta en sus más mínimos detalles, concebido en colaboración con Herzog & De Meuron entre otros grandes nombres del diseño.

Alicia Cervera Jr.

Su madre fundó Cervera Real Estate hace 44 años. "Mientras todos vislumbraban Miami como una ciudad horizontal, ella siempre la imaginó creciendo en vertical". Así, las Cervera son conocidas por liderar un emporio femenino en una competitiva industria liderada principalmente por hombres. ¡Bendita excepción!

El éxito de Cervera se centra en la comprensión global del mercado local. En ella se ejemplifica la multimillonaria mancuerna que se genera en la colaboración de desarrolladores y *realtors*. Alicia es pieza clave en la concepción y desarrollo de la mayoría de los proyectos inmobiliarios de la ciudad.

Su particular carisma y millonaria visión le permitieron ser la pionera en el desarrollo y venta de condominios en South Beach, Brickell, Coral Gables y Coconut Grove. "Buscamos siempre diversificar la cartera de productos de lujo para dar servicio a los distintos clientes. Así, ha vendido ya el 70% de Le Parc, un nuevo desarrollo en Brickell... "¡Sin estacionamiento!". Algo inaudito en Miami hasta que se otorga el argumento preciso al cliente adecuado. "Mi madre me dijo que nunca diera por hecho que no puedo. Creo firmemente que el único fracaso real en la vida es no continuar: las víctimas nunca salen adelante."

The Bond y Bizcayne Beach son dos de sus actuales proyectos. Bizcayne Beach se levantará a 325 pies frente a la bahía, con piscina y playa simulada en el primer piso y acceso directo a tres plataformas sobre el mar. "La oportunidad es única, el costo promedio es de 600 dólares por pie cuadrado contra los 1,500 a 3,000 dólares del costo en unidades frente a la playa", me asegura Roberto Malca, uno de los principales corredores en la compañía.

Para Alicia no existe mejor ciudad: "Éste es un lugar donde puedes desarrollar tu visión y, si no tienes una visión, éste es el sitio donde puedes encontrarla". Además de su perfecto conocimiento sobre las tendencias del mercado y las necesidades evolutivas del Real Estate, atribuye el éxito de la industria a la gente que dedica su pasión a ella: "No puedo nunca obviar ni dejar de lado a mi equipo, es sensacional. Tengo verdaderos tiburones. Perla Machen es un claro ejemplo de éxito en este negocio, es encantadora y ella lo vende todo".

Turismo, yates, autos de súper lujo, arte y diseño inmobiliario son algunos de los universos que explotan y se desarrollan en paralelo al mercado inmobiliario de lujo en Miami... ¿Qué encantos revelarán sus historias?



Miami, junto a Hong Kong, Londres y Nueva York, se suma a la denominada súper élite global.



Jorge Pérez, fundador y presidente de Related Group.



Oficinas de Related Group.



Render del Pérez Art Museum Miami, creación de Herzog & De Meuron.



Vistas desde los pisos superiores del nuevo SLS Brickell, de Related.



Edgardo Defortuna, presidente de Fortune International Realty.



Oficinas de Fortune International.



Mood board de Jade Signature, nuevo desarrollo de Fortune International en colaboración con Herzog & De Meuron.

