

Dilemas y riesgos:

Una de las cosas más difíciles en un desarrollo inmobiliario es, como todos saben, la elección del lote.

Usualmente tenemos, para simplificar, 2 tipos de lotes.

a) Los que están bien ubicados (Palermo, Belgrano, etc.) pero que, o son caros, o no dan los números, o la condición de venta es imposible.

b) Los accesibles, ya sea por precio o forma de pago, pero que después generaran unidades que nadie querrá comprar o que valoraran muy poco.

En general, nuestro modo de salir de este dilema aparentemente irresoluble, tiene alguna formulas que pasamos a detallar.

La primera es hacerse fuerte en una zona:

Elegir un lugar con potencial (accesibilidad, equipamiento, paisaje urbano) pero de poco prestigio inmobiliario y empezar a apostar fuerte a esa zona de manera tal de empezar a crear con tus desarrollos un entorno amigable y, al mismo tiempo, liderar la preferencia dentro de un área.

Un caso emblemático de esto es el Corredor Donado-Holmberg, que era una serie de lotes ocupados entre Belgrano R y Villa Urquiza y que hoy es un barrio incipiente de nueva construcción y equipamiento urbano de calidad.

En G&D decidimos acompañar este proceso, y luego de Holmberg 2350 y Ramblas Boulevard, lanzamos el complejo Holmberg On! en la esquina de Echeverría y Holmberg.

Sentimos que los compradores nos acompañan y que el producto satisface tanto a compradores como a vendedores.

También redoblamos la estrategia yendo a la zona de San Telmo.

Allí construimos los edificios de Perú y Cochabamba y más tarde 9 de Julio Estudios y, últimamente 9 de Julio Estudios 2.

Buscamos productos construidos con un estándar edilicio superior a la

media de la zona (los libros de Real Estate dicen que nunca hay que construir más caro que lo que la zona paga), e incluso, en el caso de 9 de Julio Estudios 2, tomamos el desafío de contratar a un grupo de arquitectos jóvenes y vanguardistas (estudio Monoblock) a quienes les pedimos algo distinto, diferente y mejor.

El resultado, si bien se tomaron algunos riesgos resulto ser sumamente satisfactorio, estamos vendiendo a buenos precios y los edificios nos están gustando mucho.

La segunda estrategia es elegir un tipo de producto y tratar de expandirlo. En nuestro caso hicimos la apuesta por los work & living, depts aptos para vivir o trabajar, de 30/35 m2, cuya condición primordial de localización son los buenos transportes y equipamiento urbano (comercial, educativo, servicios) optimo.

Con ese concepto hicimos y con buen resultado los ya mencionados 9 de Julio estudios, Junín y Cabildo Estudios en finalización y renovamos la apuesta con 9 de Julio Estudios 2, los ya lanzados Maison Thames y Viamonte y, próximamente Piedras (San Telmo) y Charcas (Palermo). Obviamente, si las estrategias se combinan, los resultados lucen mejor. Queremos aprovechar estas líneas para que, cada vez que escuchemos a alguien decir "ya no hay más lotes", abramos nuestra cabeza con estrategias diferentes.

Recordemos que lo que nos hará mejores y diferentes, siempre será nuestra capacidad de analizar caminos nuevos y alternativos.

Me encanta este espacio.

Cosas buenas para todos.