

El dique de los usuarios

Los emprendimientos en el sector Sur de Puerto Madero se caracterizan por sus programas de usos mixtos, y por atraer la atención de los usuarios finales.

POR ARIEL HENDLER
ahendler@clarin.com

APRENDER DE LO HECHO

El Dique 1, el último en arrancar, se perfila claramente para convertirse en el más variado de Puerto Madero. "Tiene la mayor variedad de tipologías y de alturas", asegura el arquitecto Martín Rodríguez Etcheto, director de Crearuban, la desarrolladora que está construyendo en el extremo sur el emprendimiento de usos mixtos Art María. Explica que, a diferencia de los otros diques, en el 1 no habrá edificios en altura abigarrados en una sola manzana, y que, por otra parte, casi todos sus emprendimientos se caracterizan por combinar distintos programas, a diferencia del 2 y el 3, donde predominan las viviendas, o el 4, destinado mayormente a oficinas.

Casi todos los proyectos en este dique, que están registrando avances notables en el último año, combinan dosis variadas de vi-

"EL CONSUMIDOR FINAL ES MUCHO MAS EXIGENTE", OPINA MILAGROS BRITO (VIZORA)

viendas, oficinas, locales comerciales y hotelería. Esta característica, según coinciden todos los desarrolladores del Dique 1, está trayendo como consecuencia que los compradores de unidades sean cada vez más usuarios finales en lugar de inversores, como ocurrió en general en el resto de Puerto Madero.

"Cada año compran más consumidores finales porque ven que el barrio tiene cada vez más servicios", cuenta Alejandro Ginevra, titular de Gnv Group y responsable del mega emprendimiento Madero Harbour, donde ya se entregó una torre de oficinas que está ocupada en un 75% y ya funciona un supermercado de la cadena Jumbo. Una segunda torre

Entre las experiencias que recogieron los proyectos del Dique 1 respecto de lo construido en otras áreas de Puerto Madero, una es la necesidad de diversificar la oferta en cada emprendimiento. Sobre todo, pensando en usuarios finales. Martín Rodríguez Etcheto, de Crearuban, comenta que se aprendió a no extrapolar de la ciudad la repetición incansable de unidades de la misma superficie en el mismo edificio: "En esos casos fue difícil vender", explica. En tanto, Alejandro Ginevra, de Gnv Group, comenta que los departamentos de Madero Harbour no tendrán amenities propios, sino que utilizarán los del hotel que incluirá el emprendimiento. "No van a ser obligatorios, para que las expensas puedan ser más baratas. Además, los consorcios no modernizan amenities, nunca cambian las máquinas de los gimnasios. Los hoteles, en cambio, siempre renuevan su equipamiento", cuenta.

En Zensity se encargaron a distintos estudios de arquitectura las distintas funciones: Fernández Prieto (co-desarrollador) fue responsable del aspecto residencial, y Bodas Miani Anger, de las áreas comunes y amenities, con una estética inspirada en emprendimientos de Miami y Las Vegas.

de oficinas se entregará este mes, pero no está en venta, sino que, según cuenta Ginevra, los propios desarrolladores se la quedaron para alquilarla en bloque, a un precio de 26 US\$/m². Agrega que una tercera torre, pero en este caso de viviendas y todavía en obra, ya está completamente vendida.

El director ejecutivo de Crearuban, Raúl Sáenz Valiente, comenta que los compradores de viviendas en Arte María suelen ser del interior o del sur del Gran Buenos Aires, que necesitan "una lugar para quedarse en la Capital, o para usarlo para reuniones de negocios". De las dos primeras torres residenciales de este emprendimiento, una está vendida en un 100%, y la otra, en un 50%. Aseguran que este mes se colocará el puente que une a ambas, con lo cual quedará conformado el portal que servirá de remate urbanístico a la avenida Juana Manso.



Placeres del Dique 1. Las áreas comunes de Zensity remedan el estilo de un hotel de lujo.

En ambos desarrollos, el valor de venta se estima actualmente en un rango de 3.800 a 4.000 US\$/m². Sáenz Valiente aclara que un año atrás el precio era de 3.000 US\$/m², pero que el aumento de

los costos de la construcción llevó a estos valores, y que esperan vender en 4.200 US\$/m² las últimas unidades que se terminen.

Pero, por el momento, los primeros y únicos edificios residenciales terminados y entregados del Dique 1 son los del emprendimiento Zensity, a cargo de las desarrolladoras Vizora y Fernández Prieto, cuya primera etapa, que demandó una inversión de US\$ 160 millones, se acaba de entregar dos semanas atrás. Se trata de 370 unidades en las torres Rubí, Ambar y Zafiro, a las que se sumarán en una segunda etapa Ónix, también residencial, y Esmeralda, de oficinas, con fecha de fin de obra prevista para setiembre del año próximo. También, el paseo de compras Zensity Shops,

casi a punto de finalizarse.

Los departamentos de Zensity, con una variedad de superficies de entre 35 y 350 m², se están comercializando a un precio promedio de 4.300 u\$/m². Entre sus características diferenciales, Brito enumera a ARQ un parque seco de 900 m² con piscinas y, sobre todo, lo que define como un "concepto urbano" similar a la oferta existente la en zona norte o el Tigre: "Apuntamos a público usuario final bien definido, de familias que necesitan espacios abiertos para los chicos y servicios como una guardería", comenta. Y agrega que el consumidor final es mucho más exigente que el inversor respecto de los detalles de terminación que hacen "vivable" a una unidad.