



Madero Walk, corredor náutico.

## DESARROLLOS: DE LA TIERRA AL AGUA

**¿Cuál es el cronograma para Madero Walk?** En dos meses se estará lanzando la primera etapa –que culminará en diciembre de 2010– las amarras del sur y el este del dique I. Junto con las del sur, serán 130 sobre un espejo de agua de 90.000 m<sup>2</sup>.

**¿Qué inversión se prevé y con qué financiación?** Esta primera fase –que insumirá unos US\$ 6 millones– se hará con inversiones propias y el resto con el aporte de un grupo de accionistas a quienes interesó el plan de negocios. Madero Walk, con masterplan del estudio Bodas/Miani/Anger, además de marinas y estudios, contará con un salón flotante para eventos sociales y corporativos.

**¿A qué precios comenzó la venta?** Las marinas están terminando de venderse entre US\$ 15.000 y 20.000, similares a los valores de una cochera, y los estudios se comercializan en alrededor de US\$ 180.000.

**¿El lanzamiento es una apuesta positiva al 2010?** Somos muy optimistas, siempre tra-

tando de acotar el riesgo, y si bien hemos tenido un 2009 difícil, donde se amesetaron las ventas y los valores, especialmente durante el segundo semestre, desde fin del año pasado hasta ahora se ve un cambio. Para dar ejemplos concretos, en Zéncity, que lanzamos a US\$ 2800 por m<sup>2</sup>, estamos en promedio vendiendo a US\$ 3900. En Árboris, cuya primera etapa se entregó a fines del año pasado y ahora se inició la segunda, se lanzó a US\$ 1800 y por estos días se concreta en US\$ 2300 por m<sup>2</sup>. Ahora se ve un perfil netamente de usuarios, muy exigentes, que pretenden hacer valer lo que compran. Evalúan el diseño de las plantas, las terminaciones, los servicios; el consumidor pone su ojo en todo.

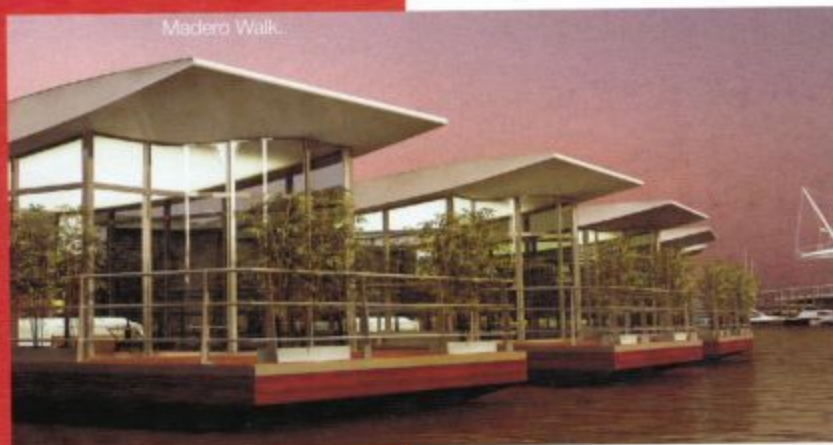
**¿La crisis retrajo al inversor del exterior en los proyectos?** No tuvimos mucho público extranjero en Puerto Madero. De las tres torres, de las cuales tenemos hoy 85% vendido, y a punto de lanzar la cuarta, sólo un 8% es del exterior. Por eso, no nos perjudicó la crisis, mucho menos en Árboris, que está dirigido a un comprador local. Lo que sí está pasando es que al principio el interés era netamente inversor y hoy está empezando a aparecer el consumidor final. En ambos proyectos, a medida que se acerca la entrega de las unidades, las preferencias se orientan hacia unidades más grandes, pensadas para vivir. Incluso se unen plantas y los compradores están dispuestos a hacerse cargo de los cambios.

**¿Cómo manejan la comercialización de los emprendimientos?** Tenemos nuestro propio equipo comercial, ya que pensamos que este tema es clave, aunque sumemos a otras empresas para la venta. Todas las cuestiones más importantes desde los

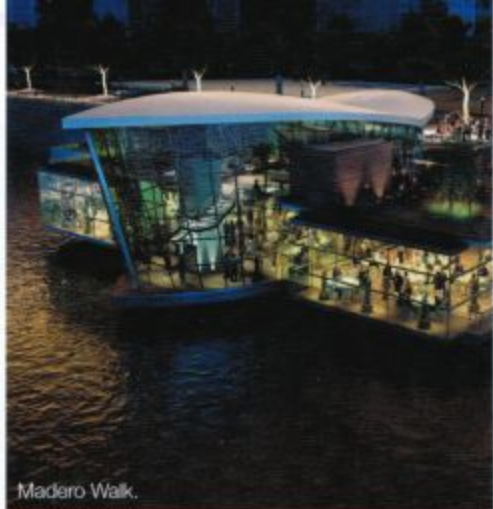


Zéncity.

Vizora, empresa nacional de desarrollos inmobiliarios que pone el foco en emprendimientos innovadores y con arquitectura de vanguardia –con presencia en el país y en la región– encara ahora un proyecto sobre el agua sin antecedentes, en el dique I de Puerto Madero. Milagros Brito, su presidente, dio su visión de los negocios en el 2010.



Madero Walk.



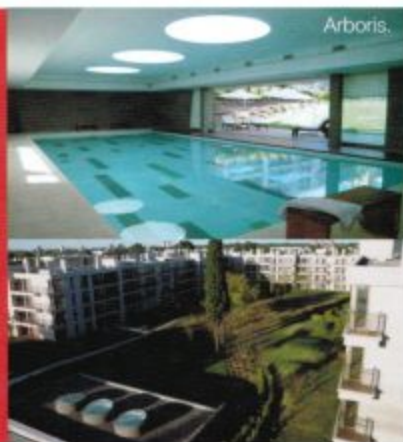
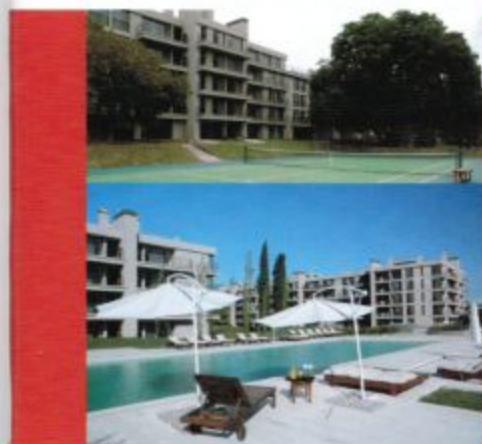
Madero Walk.

origenes: empezando por el producto, la comunicación, el management, pueden manejarse mejor en un grupo centralizado. Máxime cuando cada uno se gestiona con el compromiso de alcanzar estándares inmobiliarios óptimos y de generar valor al entorno en el cual se inserta, buscando contribuir a su desarrollo y crecimiento.

**¿Están apuntando a otros negocios en el interior?** Estamos volviendo a retomar algunos que nos interesaron, por ejem-

hechos todos los subsuelos de cocheras.

**Joven, mamá, embarazada, ¿cómo operan las cuestiones de género en la actividad empresaria?** La verdad que salvo la cara de sorpresa, cuando aparezco en un encuentro de presidentes de empresas, no me pasó mucho. La diferencia más notable es que yo atiendo el celular cuando llaman desde el jardín de infantes y el resto espera a que termine la reunión. **A**



Arboris.

plo en el sur; en Mar del Plata.

**¿En el segmento residencial?** Variado, también desarrollos comerciales y de hotelería. Estamos iniciando la primera etapa de la obra del Hotel Central tucumano, pensado para ampliar la oferta corporativa en lo que era la zona del Abasto, allí tenemos una concesión. Se trata de completar la infraestructura de una zona con cierto estado de deterioro, cercana al centro. Es un complejo que incluye hotel, locales y gastronomía. Implica la restauración del ex mercado, ya tenemos



Zencity.



### MILAGROS BRITO.

Es presidenta de Vizora, tiene 32 años y dos hijos pequeños (uno de 5 y otro de 3), y se incorporó a la firma cuando comenzaba Arboris, un exclusivo complejo en Las Lomas de San Isidro que, en diciembre de 2009, finalizó y entregó su primera etapa de construcción. Pero no fue su debut como empresaria: En el 2000 emprendió con una socia el desarrollo de su propia marca de ropa –Mitho–, que tuvo locales en Paseo Alcorta y San Isidro. Como titular de la empresa de real estate participó como co-desarrolladora con Creaurban de las torres de lujo Mulleris, en Puerto Madero, e inició un proceso de arquitectura corporativa en más de 4.500 filiales del banco Macro. Le siguieron Zencity, Mercados del Delta, Madero Walk y un hotel en el histórico Abasto tucumano.