

Inversiones



Negocio inmobiliario con acento argentino en Miami

Por Alejo Vetere | LA NACION



Edgardo Defortuna.

MIAMI.- "Hoy Miami se está transformando a lo Manhattan, cada vez hay más inversión, más construcción, más museos, restaurantes de lujo. Hoy todos quieren su piso en Miami." Edgardo Defortuna llegó hace 30 años a esta ciudad sólo para acompañar a su hermana en un viaje de estudios y no regresó jamás a la Argentina. Hoy es el CEO de Fortune International Realty, uno de los principales negocios inmobiliarios del sur de la Florida.

El millonario empresario aún conserva la tonada cordobesa fusionada con un hablar

centroamericano. Defortuna viajó recientemente al país para inaugurar una oficina de venta y promoción de sus proyectos en el World Trade Center de Puerto Madero. Su firma invirtió 65 millones de dólares en la Argentina.

El negocio inmobiliario, sin embargo, tiene su epicentro en Miami, donde se multiplican los emprendimientos fastuosos, sobre todo en la exclusiva zona de Miami Beach y Bal Harbour. Para Defortuna invertir en la Argentina sigue siendo riesgoso. "Lamentablemente lo más problemático es la incertidumbre, no hay reglas claras en el mercado y no las veo en el corto plazo", le dice a LA NACION en su oficina ubicada en el corazón de Brickell.

La Argentina le aporta a su empresa un jugoso número de compradores. Dentro de un mercado casi exclusivamente extranjero, los clientes argentinos son los segundos más activos en la Florida, detrás de los venezolanos. Los argentinos buscan, cada vez más, invertir en la ciudad estadounidense.

Defortuna hace una radiografía de los dos tipos de compradores. Por un lado, el que busca un producto sin tanto lujo, que piensa solamente en invertir para luego recuperar y obtener ganancias económicas. Por otro lado, está el que persigue el bienestar y se preocupa por los amenities del edificio, aunque sea su segunda o tercera propiedad frente a la playa.

La mayoría de los argentinos, explica el CEO de Fortune International Realty, entra en el primer grupo de compradores. Es decir, el que busca el rédito económico.

En el mismo sentido, Rafael González, jefe de ventas de Nine Brickell Village, explica la enorme demanda inversora: "Muchas de nuestras operaciones son vía mail. El cliente no se preocupa por ver en persona lo que está comprando".

Para adquirir un departamento en Brickell, una zona comercial de Miami que está en pleno auge, el desembolso se ubica entre los US\$ 4500 y los 6500 dólares por un m2.

En Jade Signature, el emprendimiento más ambicioso de la firma del empresario cordobés, los valores van de US\$ 13.000 a US\$ 15.000 por m2. Las unidades para los que buscan una majestuosa vista en Sunny Isles, al sur de la Florida, varían entre los US\$ 2 millones y US\$ 27 millones.

"Los brasileños o mexicanos son un público que llamamos usuario final, que por lo general buscan este tipo de unidades, con amenities, y no se preocupan tanto por el precio", precisa Defortuna.

El ejecutivo argentino cree que la forma de invertir ha cambiado y, también, la percepción del negocio. "Hoy todos son más conscientes de que la mejor inversión son las propiedades", concluye y suelta un panorama sobre Miami: "Se necesita infraestructura en el transporte público y vivienda personal, para los trabajadores. Falta más comunicación entre el sector público y el privado. Al momento, Miami creció por el público extranjero". ■