

No es sólo lujo: la meta es el confort

Durante 40 años de trayectoria, la firma se ha dedicado al desarrollo de edificios de alta gama, con productos destinados al uso de oficinas o viviendas. De acuerdo al modelo de negocios de la compañía, los inmuebles de oficinas se comercializan a través de la renta, mientras que los residenciales, en cambio, están dirigidos a la venta, de modo exclusivo.

Los edificios *Plaza San Martín*, en Retiro; *San Martín 344*, conectado con la peatonal Florida; y *Madero Office*, en Puerto Madero, se destacan entre la oferta para uso comercial. Las torres *Le Parc* de Palermo, Figueroa Alcorta, Puerto Madero y Punta del Este conforman el abanico de productos de vivienda.

"Además, en la actualidad estamos ingresando en el negocio de la hotelería", señala Susana Giovinazzo, gerente comercial de RAGHSA. "Adquirimos hace muy poco las acciones de una sociedad que es la dueña del terreno que está al lado de Madero Office, en el Dique IV de Puerto Madero, para desarrollar el hotel *Saint Regis*. El nuevo proyecto comprende el hotel, cuya administración estará a cargo de la cadena Starwood, y algunas residencias, que se destinarán a la venta."

–¿Cuáles son las diferentes etapas que conforman el proceso integral de RAGHSA?

–El proceso parte desde la selección y compra de la tierra, el diseño y el desarrollo del producto y su posterior comercialización.

En el caso de *Le Parc Punta del Este*, que es nuestro único negocio fuera del país, nosotros solo tenemos el gerenciamiento del proyecto, que está relacionado con el cuidado de la marca en el diseño del producto, el estándar de calidad y las acciones de marketing. Sobre esos puntos trabajamos en esta obra en particular.

–¿Cuánto valor representa la marca *Le Parc* en el mercado del desarrollo inmobiliario?

–*Le Parc* fue una de las primeras marcas que se impusieron en materia de *real estate*; tuvo una etapa de creación de marca y continuó con un proceso de crecimiento a través de los diferentes productos que recibieron el nombre *Le Parc*. La torre de Palermo, cons-



Susana Giovinazzo. El refugio del capital.

truida hace 15 años, dio origen a la familia *Le Parc* y fue emblema de la ciudad, al ser entonces el edificio más alto, con 50 plantas y unidades de 400 m².

La imposición de la marca, apoyada en ese producto, ha servido para que aún hoy podamos seguir nominando los edificios *Le Parc* y que la gente los identifique perfectamente. La marca tiene referencias directas en la mente de la gente, tales como la calidad, las vistas, la amplitud, las comodidades y, sobre todo, el confort.

–¿Quedan aún espacios disponibles en la ciudad de Buenos Aires para este tipo de proyectos?

–Está muy difícil. Hay que tener en cuenta que para la elección de terrenos es preciso conjugar ubicación con las vistas y la dimensión del espacio.

–¿Por qué razones considera que los precios de las propiedades continúan creciendo?

–Nosotros creemos que desde los desarrolladores los precios no bajan porque los costos suben. Los costos de la tierra, al ser un bien cada vez más escaso en la ciudad, también suben. Desde el punto de vista del público, que convalida esos precios, entiendo que lo hace porque los problemas financieros hicieron ver que el refugio del capital es más sólido en los inmuebles que en otros bienes. Esto fortalece los precios, en especial de los buenos inmuebles, que soportan mejor los golpes que se puedan recibir a causa de las crisis. Por ejemplo, cuando en el mercado inmobiliario hubo momentos en que los valores bajaron 40 ó 50%, en los buenos inmuebles, bajaron alrededor de 15%.

–¿Y desde el lado del negocio de alquiler o venta de inmuebles comerciales?

–Entiendo que la explicación en este caso tiene una estrecha relación con la oferta y la demanda. El valor de alquiler, más allá de seguir una tendencia relacionada con lo que pasa en el mundo, sufre altibajos en función casi exclusiva de la oferta y la demanda.

En cuanto a los valores de venta, sí, la tendencia o la explicación resultan muy similares con lo sucedido con las propiedades residenciales: aplica la lógica de la inversión como un buen refugio. **M**

M.M.