

inmuebles

comerciales & industriales

SEGUINOS EN   

La guía

Toda la oferta
de clasificados
para comprar
y alquilar



EL CRECIMIENTO DEL OESTE

Con potencial. Parque Leloir, Ramos Mejía y Luján aumentan la oferta comercial: suman centros de compras, paseos gastronómicos, entretenimiento y oficinas; los casos. **PÁGS. 4 Y 6**

JL Javier Lobo
soluciones inmobiliarias

4315-2323

javierlolo.com.ar



NOTA DE TAPA

EL OESTE AMPLÍA SU OFERTA DE PROYECTOS COMERCIALES

Los desarrolladores invierten atraídos por su crecimiento demográfico y buena conectividad, tanto con la Capital Federal como con zona Norte

POR **Gabriela Koolen** | PARA LA NACION



El Oeste de Buenos Aires se abre a una nueva oferta de espacios y proyectos que potencian sus cualidades. Por caso Parque Leloir es reconocido como el Cariló del Oeste y se perfila como un nuevo polo comercial y gastronómico gracias al *boom* inmobiliario que atravesó ese corredor en los últimos años. Además sus similitudes con el balneario top de la Costa Atlántica atraen a inversores y desarrolladores que deciden apostar a pesar de la crisis.

Uno de los emprendimientos más destacados es Thays Parque Leloir de 55.000 metros cuadrados de construcción desarrollado por Romay Desarrollos Inmobiliarios y ubicado en un macrolote de 2,5 hectáreas. El complejo incluye 110 oficinas AAA en módulos anexables de 50 a 150 metros cuadrados de superficie y una plaza comercial que sedujo al desembarco de las primeras marcas.

El emprendimiento de US\$65 millones de inversión apuntará al segmento ABCI. "En nuestro proyecto estamos abriendo una plaza comercial gastronómica con la presencia de Kansas, un hotel de la cadena líder internacional Hilton, Negroni, Italica, Lucciano's y una terminal de trasbordo que conectará a Thays con el microcentro, los principales aeropuertos -El Palomar, Ezeiza y Aeroparque- y también con la zona Norte. Además, tendrá una playa de parking, un gimnasio con spa, el primer centro de convenciones de la zona Oeste y un condominio de residencias que utilizarán los *amenities* del hotel", comenta Fernando J. Romay, CFO y socio de Romay Desarrollos Inmobiliarios. El emprendimiento está situado en la avenida Martín Fierro, dentro de una reserva ecológica de 640 hectáreas de bosque nativo. El desarrollador destaca los beneficios de su ubicación geográfica circundado por dos autopistas: el acceso Oeste, que le da conectividad con el microcentro y el Buen Ayre, que lo conecta con la zona Norte. Apunta además que la próxima expansión de esta vía aportará además conectividad con la costa atlántica sin tener que cruzar la Capital Federal y también con el Aeropuerto Internacional de Ezeiza.

Al hablar de números, Romay cuenta que en esta etapa, con posesión a noventa días, están vendiendo el metro cuadrado de local a US\$4000 más IVA, y estima que el negocio de alquiler dejará cerca del 4 por ciento anual de la renta sobre inversión (ROI).

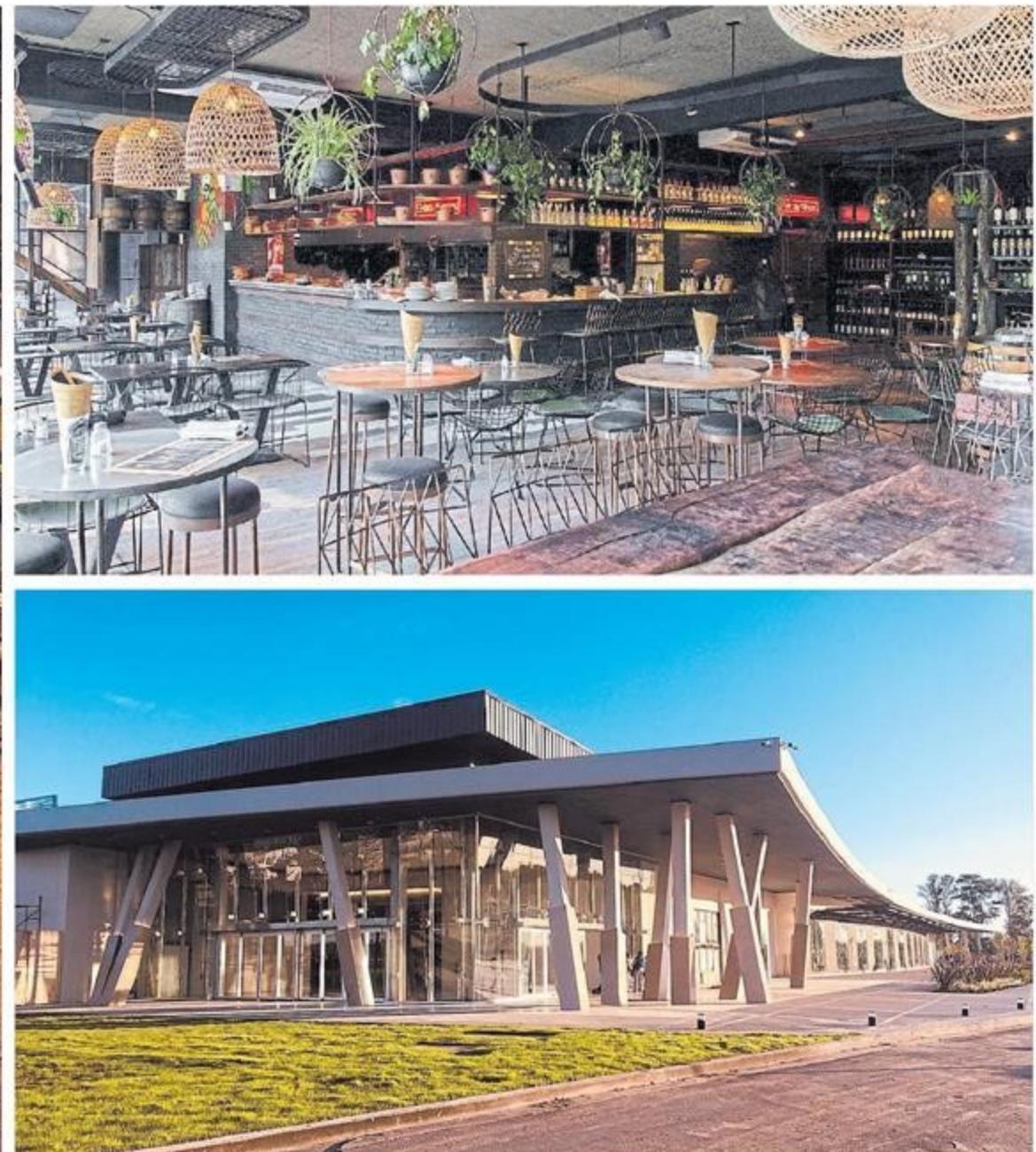
El emprendimiento también tiene metros corporativos AAA -que tienen acceso a la tarjeta de membresía del hotel Hilton para hacer uso de sus servicios que van desde el *business center* hasta el spa y el gimnasio- pero sólo le quedan cuatro unidades que se comercializan a US\$3000 más IVA el metro cuadrado. "La novedad está en el modelo de inversión.

Continúa en la página 6

NOTA DE TAPA



• LA OFERTA Las propuestas gastronómicas Bruce y Malcriado (arriba) y Luján Walk, el centro comercial que eligió H&M para desembarcar en el país



Viene de página 4

Este consiste en la venta de acciones de la sociedad propietaria del inmueble y del negocio lleva en mano con un contrato de gerenciamiento -directo con las marcas- por diez años más otros diez de plazo. El ROI es del 12 por ciento anual en dólares, donde el inversor no se ocupa de nada y hay una empresa tercerizada que se ocupará de la auditoría de toda la ecuación contable. El punto de la sociedad se comercializa a US\$45.000 más IVA y la condición es comprar como mínimo 10 por ciento" detalla el ejecutivo, quien cuenta que la inauguración del área gastronómica de Thays Parque Leloir está prevista para diciembre 2020.

El efecto derrame de las obras residenciales

Los horizontes se expanden, y los proyectos de vivienda también consolidan la zona. Un caso es Village Rodríguez, un emprendimiento de casas llave en mano en un barrio abierto sin expensas a metros del acceso Oeste. "Moreno ya está consolidado en cuanto a oferta residencial aunque si se notó un crecimiento en materia de oferta de oficinas y paseos comerciales. General Rodríguez es sin dudas la zona de mayor crecimiento, es hacia donde crece naturalmente el corredor. En esta zona se vio una explosión de la oferta residencial en los últimos años, tanto dentro como fuera de barrios cerrados", sostiene Lady Siebenhaar, titular de Soluciones Inmobiliarias Nativa. Al mismo tiempo que señala que hoy la tendencia es a la construcción de barrios abiertos sin expensas en zonas residenciales y seguras, y si es posible con salida directa a la autopista. "Los hitos de desarrollo de las zonas son primero la oferta residencial, luego la comercial y de servicios, y finalmente la corporativa o de oficinas. Moreno se encuentra en vías de consolidación con la oferta de oficinas. Como contraparte la oferta residencial es menor y más costosa. General Rodríguez en cambio aún presenta buenas opciones tanto de lotes como de viviendas, y la oferta comercial y educativa está en pleno proceso de instalación. Es una zona de oportunidad para entrar porque el crecimiento natural irá desde allí hasta Luján". Justamente en esta última localidad, a 67 km. del centro de la ciudad de Buenos Aires, abrió sus puertas Luján Walk. El emprendimiento de US\$15 millones de inversión fue desarrollado por N.A. Desarrollos, la empresa que lidera Eduardo Novillo Astrada, quien fundó Village Cines y fue el conductor de un equipo de trabajo que desarrolló las 10 localiza-

ciones que Village Cines gerencia en la Argentina y que incluyen sitios emblemáticos como Recoleta Mall y Village Pilar.

El nuevo desarrollo tiene una superficie aproximada de 10.000 metros cuadrados, que se suma a los 9000 del supercenter Wal Mart, inaugurado en el año 2009. El complejo también tiene un patio de comidas y el complejo de Cines Multiplex Village Cines. Con el objetivo de convertirse en un destino en sí mismo, la oferta de retail se desarrolla en diferentes locales que suman una superficie de aproximadamente 6000 metros cuadrados, y que incluyen un mix de entretenimiento, gastronomía e indumentaria. Además de 650 plazas para estacionar.

Luján Walk, ubicado en una zona premium, en el límite del ejido urbano de Luján, a 1500 metros de la Basílica, apunta a familias residentes de la zona y a los millones de visitantes que recibe la ciudad anualmente. Además, apunta a satisfacer las crecientes necesidades de compra y entretenimiento de familias residentes de ciudades vecinas como Mercedes, San Andrés de Giles, Moreno, Merlo y General Rodríguez, además de muchas otras pequeñas localidades y pueblos.

"El proyecto está destinado a convertirse en el centro neurálgico de la ciudad emulando el proceso producido alrededor del km. 50 en Pilar hace más de dos décadas", explica Novillo Astrada y estima la zona tiene 1,1 millones de residentes en su área de influencia primaria, número al que se suman los más de 6 millones de visitantes que recibe al año. Luján Walk es parte de un conjunto urbanístico desarrollado sobre una superficie total de 150 hectáreas: Dos Clubes de Campo, La Concepción de Luján I y La Concepción de Luján II, un complejo residencial de media densidad, y un futuro Parque Tecnológico completan el conjunto.

Nuevos polos

La zona encuentra su público y la gastronomía de calidad hace pie en el Oeste con propuestas creativas y novedosas. Marcelo Fabián Gil es uno de los que eligen esa zona del Gran Buenos Aires. Es el desarrollador, dueño y creador de Bruce Grill Station & Wine Bar -con locales en Parque Leloir y Ramos Mejía- y Malcriado, Entre Fuegos y Vinos, en Parque Leloir. Cuenta que comenzó con su primer local de Bruce Grill Station en el 2015 dentro de un complejo de Parque Leloir en el que se encuentran otras marcas gastronómicas de primera categoría. "La oferta gastronómica de la zona en ese entonces era bastante acotada. Nue-

LOS PROYECTOS

US\$65 MILLONES

Es la inversión que demandará Thays Parque Leloir, el emprendimiento que ocupa 2,5 hectáreas en Parque Leloir

US\$15 MILLONES

Es lo que desembolsó Eduardo Novillo Astrada en Luján Walk ubicado a 1500 metros de la basílica

tra idea nació bajo el concepto de crear un espacio imponente", afirma el emprendedor y cuenta que "la cercanía a dos accesos importantes como el acceso Oeste y Buen Ayre, genera movilidad y hace que los locales reciban comensales de diferentes zonas". Además, dice, se encuentran rodeados de barrios privados y quintas, de donde provienen los principales clientes, por lo que los espacios cuentan con público durante todo el año, inclusive en vacaciones de verano. "El perfil de Parque Leloir es de clase media-alta a clase alta, y fue evolucionando con el tiempo gracias a que es una zona de barrios cerrados y *countries*. Y cada vez se realizan más y más desarrollos inmobiliarios. La avenida Martín Fierro está creciendo a pasos agigantados" relata Fabián Gil, y sostiene que el desafío es posicionarse como una marca de renombre desde el Oeste, que no es lo mismo que estar ubicados en Capital Federal.

En este sentido, cuenta que la propuesta de Bruce apunta a que los invitados vivan una auténtica experiencia como si estuvieran en un *steakhouse* que se encuentran a los costados de las rutas norteamericanas. "Por otro lado, en Malcriado apuntamos a una experiencia mucho más criolla y centrada en las carnes y los vinos", detalla. En cuanto al modelo de negocio, Gil cuenta que los locales funcionan muy bien desde la apertura, al igual que la sucursal de Bruce Grill en Ramos Mejía. La inversión, dice, se estima a partir de los US\$150.000 con un recupero de capital estimado en 240 meses, y el empresario recomienda que los costos de alquiler no superen el 10 por ciento de la facturación mensual.

La cervecería artesanal Prinston fue una de las primeras de su tipo en Ramos Mejía. Nicolás Fucci, dueño y *brewmaster* de Prinston, dice que eligieron la zona porque son de ahí y se sienten identificados. Cuenta que a Prinston tuvo una muy buena recepción en la zona. A pesar de que cuentan con otros locales en diferentes barrios, como Devoto, Fucci señala que el local en Ramos es uno de los más movidos. Define el perfil como de clase media alta: "Ramos es el Palermo de provincia", apunta. Generar una propuesta que pueda abarcar diversos perfiles parece ser clave. "Nos enfocamos en un público desde 23 a 40 años. Sin embargo, muchas familias también nos visitan.. La propuesta apunta a un clima descontracturado, al no tener servicio a la mesa la gente se relaja un poco más y es ideal para el *after office*", cuenta Fucci, quien sostiene que el negocio funciona muy bien, y el alquiler no es muy caro. ●