

Forbes

LEERLA ES NEGOCIO | MÉXICO | AGOSTO-SEPTIEMBRE 2024



▲
MIGUEL PACHECO ANCONA
Presidente y CEO de Bridgestone Latam Norte

▲
GABRIEL GALVÁN
CEO de Mattel Latinoamérica

▲
KAREN OVSEYEVITZ
Presidenta para Latam de Porter Novelli

▲
VÍCTOR MARROQUÍN
Presidente y CEO para Latam de Kellanova

LAS EMPRESAS MÁS DIVERSAS, EQUITATIVAS E INCLUYENTES

Por Manuel Grajales



LUJO INFINITO

A TRAVÉS DE AMENIDADES EXCLUSIVAS Y SERVICIOS DE ALTA GAMA, LAS BRANDED RESIDENCES FORJAN UN ELEVADO ESTILO DE VIDA ENMARCADO POR PAISAJES EXCEPCIONALES.

A cantilados y las vistas más impresionantes que regala el mar Caribe enmarcan imágenes que parecieran sacadas del arte postal. Ahí, la privacidad y el lujo se despliegan como un sueño fugaz, matizado por un estilo de vida que trasciende los sentidos e invita a relajarse en los desarrollos más exclusivos.

Se trata de una tendencia que, si bien no es nueva, cada vez toma mayor dinamismo: las *branded residences*. Éstas se asocian lo mismo a las más renombradas firmas de diseñador que a distintos sellos de hotelería, como una evocación primigenia de experiencias cautivantes.



NOE & ASSOCIATES / RAUM VISUAL

El concepto detrás de cada una de ellas es entregar a los propietarios un sofisticado despliegue de servicios diseñados de manera exclusiva para ellos y sus familias, como *concierger* privado, chef en la residencia, servicios de compra de insumos o de cuidado infantil; esto, además de dar acceso a tratamientos de spa, entrenamiento físico, campos de golf y, en suma, la posibilidad de disfrutar las distintas amenidades que ofrece el resort a todos sus huéspedes.

“Los compradores desean instalaciones residenciales, de ocio y recreativas en un sólo lugar. También hay un enfoque creciente en la salud y el bienestar”, explica Jorge Macari, socio de Desarrolladora Arca, firma detrás del proyecto The Ritz-Carlton y The Ritz-Carlton Residences, en la Riviera Maya, el primer hotel y viviendas de lujo del sello de hospitalidad en este paradisíaco destino turístico.

Se trata de un exclusivo desarrollo que contempla un total de 127 residencias amuebladas (las primeras se entregarán en 2026), donde el diseño, a cargo del renombrado despacho mexicano Sordo Madaleno, es concebido como una comunidad autosuficiente, la cual se fusiona en completa armonía con el entorno verde.

El refugio, ubicado en 90 hectáreas de exuberante vegetación tropical, densos manglares y vistas espectaculares al Mar Caribe, ofrecerá a los propietarios acceso a comodidades exclusivas, incluido el Catamarán Club, salón de eventos, restaurantes y centro de acondicionamiento físico. “Los residentes también pueden esperar entradas privadas y medidas de seguridad mejoradas”, asegura Macari.

Entre los beneficios de poseer una de estas propiedades, también destaca el acceso VIP a lo mejor de The Ritz-Carlton y Marriott en todo el mundo; esto, al adquirir el codiciado estatus Platinum Elite en su programa de lealtad.



“Incluir residencias en un resort mejora la experiencia general del huésped, al fomentar un sentido de pertenencia y comunidad”

JORGE MACARI

SOCIO DE DESARROLLADORA ARCA

PARAÍSO EN LOS CABOS

Otra propuesta se forja en el extremo opuesto del país: Rosewood Residences Old Lighthouse Los Cabos, la primera comunidad privada exclusivamente residencial de esta firma.

La colección incluye desde villas de lujo listas para habitar hasta lotes que podrán ser personalizadas. En el caso de las 144 residencias iniciales, éstas fueron diseñadas por los arquitectos de Gomez Vazquez International, mientras que el diseño interior corrió a cargo de Studio Lifestyle.

The Beach Club, un restaurante frente al mar, campos deportivos y spa son parte de las amenidades de lujo que aguardan a quienes se dejen seducir por la magia de Los Cabos.

Ambos desarrollos en los extremos del país son la representación perfecta de los refinados servicios y un estilo de vida con sentido de pertenencia para quienes opten por adquirir una de las propiedades.

Es claro que las firmas involucradas en esta vibrante tendencia buscan capitalizarla para afianzar su posición en el segmento de la hospitalidad y los bienes raíces de lujo. Y, al mismo tiempo, extienden su experiencia de marca a nuevos públicos, fomentando en ellos un sentido de pertenencia y comunidad.

A decir de Jorge Macari, “el deseo de vivir en comunidades privadas y seguras, con acceso a servicios y comodidades de alta gama está creciendo, especialmente entre las personas de alto poder adquisitivo”.

Además de ser opción para estancias en destinos idílicos, las residencias de marca también pueden ser una buena opción de inversión. De acuerdo con el entrevistado, al estar asociadas a marcas hoteleras de renombre, se potencia el valor de la propiedad y los rendimientos que se pueden obtener por alquiler durante las temporadas en que no la habita la familia. **1**