

Real Estate

INTERNATIONAL

• **Emprendimientos**

Central Park
de Australia

• **Inversiones**

Proyectos
nacionales e
internacionales

• **Arquitectura**

Adrian Smith

• **Arte**

Romero Britto

• **Emblemas**

Las mejores
librerías del
mundo

www.
international
realestate
.co

KEEP  HOLDING

UGO
COLOMBO

Fundador de CMC Group

IL ILLUMINATO

RADICADO EN MIAMI DESDE HACE MÁS DE 30 AÑOS, UGO COLOMBO IMPORTÓ EL BUEN GUSTO DE SU ITALIA NATAL Y GESTÓ ALGUNOS DE LOS DESARROLLOS MÁS IMPORTANTES DE FLORIDA. EN ESTA NOTA, EL FUNDADOR DE CMC GROUP CONVERSÓ CON INTERNATIONAL REAL ESTATE SOBRE SU PRESTIGIOSA TRAYECTORIA Y REVELÓ SUS PREFERENCIAS COMO INVERSOR.

FOTOGRAFÍA: MARÍA JOSÉ RUIZ





Brickell Flatiron Hero



Brickell Flatiron

Es unánime: cada vez que uno pronuncia el nombre "Ugo Colombo" entre conocedores del mundillo del *real estate*, el interlocutor de turno hace mención a la inteligencia del italiano y, en el 90% de los casos, se alude también a su visión. Es que, Colombo es uno de los desarrolladores más respetados del ambiente. Conscientes de que corremos el riesgo de caer en la adulación, lo cierto es que Colombo dedicó años, o más décadas, a cosechar su buena fama, con su trabajo limpio, innovador y esforzado. Nacido en Milán en 1961, Ugo llegó a Estados Unidos en 1983 para estudiar Administración de Empresas en la Universidad de Miami. Mientras cursaba sus estudios, dio el primer paso decisivo y audaz de su carrera: comprar y vender todas las propiedades a la venta de dos edificios de Brickell Avenue. Justamente, Colombo es reconocido por haber sido de los primeros en reconocer el valor de esta zona, donde desarrolló el condominio de lujo, Bristol Tower, y donde hoy construye Brickell Flatiron, que está dando que hablar. A su vez, es en Brickell donde se erigen las oficinas

de CMC Group, la empresa que fundó en 1986. "CMC" alude a Colombo Managing Company, porque en sus inicios era una empresa de administración, para edificios y condos. Sin embargo, hoy se dedica a todo el proceso del desarrollo. Desde Brickell, la firma también se ha dedicado a las zonas de Aventura, South Beach, Coral Gables. Para explicar su mérito en pocas palabras, el italiano jugó un rol clave en el *layout* de la Miami que conocemos hoy; muchos de sus edificios hoy componen el *skyline* de la ciudad preferida del sur de Florida. Tres de sus proyectos que vale la pena mencionar son EPIC, Santa María y Grovenor House: los tres ostentan las tasas de retorno más altas en la historia de Miami. Otro de los aportes de Colombo a la ciudad de Miami fue rejuvenecer South Beach, al redesarrollar dos de los hoteles Art Déco más importantes de Ocean Drive: el Waldorf y Casa Grande. Queda claro que la ambición del italiano es tan grande como sus rascacielos, pero esta no se limita al ladrillo. Colombo es un fanático de los autos y así, en 1994 adquirió The Collection, una concesión de automóviles de lujo que nuclea a

"DE LAS CRISIS APRENDÍ QUE EL MERCADO SIEMPRE VA A FLUCTUAR. EN EL LARGO PLAZO EL REAL ESTATE TERMINA SUBIENDO, PERO EN EL PROCESO VA A HABER ALTIBAJOS Y HAY QUE SER CONSCIENTES DE ESTO, PARA ESTAR PREPARADOS Y PODER SOBREVIVIR"

Jaguar, Porsche, Ferrari, Maserati, Aston Martin, Audi y McLaren, que se aloja en Coral Gables y para la que desarrolló 70.000 m². Escueto en sus respuestas, pero no por eso menos preciso, Colombo abrió las puertas de sus *headquarters* para hacer un balance de sus décadas de experiencia.

¿Por qué decidiste mudarte a Miami y dejar tu Milán natal?

Decidí mudarme porque quería estudiar en Miami. Claro que ayudó para la decisión que mi padre tuviera un departamento acá, pero siempre me gustó mucho la ciudad, en general.

Siendo italiano, ¿te sentís cómodo, en Miami?

Desde ya. Miami es una ciudad muy internacional, por eso tanta gente se instala acá. Con solo poner un pie uno ya se siente como en casa, te sentís muy bienvenido.

¿Cuál fue la mejor decisión de tu carrera, aquella que marcó un antes y un después?

En el año 1989, aproximadamente, tomé una decisión un poco alocada pero que terminó siendo la mejor. Me compré un terreno y decidí hacer un edificio, sin ningún tipo de experiencia previa. Pero fue un éxito.

¿Cuál es la lección más importante que te enseñó la crisis de 2008?

Antes de 2008, yo ya había vivido una crisis anterior, apenas llegué a Miami. A fines de los años 80, cuando recién empezaba a trabajar, hubo una fuerte caída en el mercado. Todo lo que aprendí en esa época me sirvió para la última crisis. Básicamente, hay que entender que el mercado siempre va a fluctuar. En el largo plazo el *real estate* termina subiendo, pero en el proceso va a haber fluctuaciones y hay que ser conscientes de esto, para estar preparados y poder sobrevivir.



“ANTES, EN MIAMI NO SE TENÍA EN CUENTA AL LUJO, A LA HORA DE PENSAR EN UN DEPARTAMENTO. ESTABA RESERVADO SOLO PARA LAS CASAS. YO FUI UN PIONERO EN DESARROLLAR CONDOS DE LUJO”



“A VECES LA GENTE SE INTERESA POR CUESTIONES DE MARKETING, COMO EL BRANDING, PERO YO NUNCA SOSLAYO LA PRACTICIDAD. ES IMPORTANTE QUE UN EDIFICIO TENGA SUFICIENTES ASCENSORES, POR EJEMPLO”

¿Qué añade tu legado italiano al mercado norteamericano del real estate?

Yo sumo cultura europea al mercado. Al principio de mi carrera, en Miami no se tenía en cuenta al lujo, a la hora de pensar en un departamento. Estaba reservado solo para las casas. Fui un pionero en desarrollar *condos* de lujo.

¿Y CMC...? ¿En qué se destaca respecto a sus competidoras?

Creo que nuestra influencia europea se lleva muy bien con la idiosincrasia latinoamericana, eso nos da un plus. Además, siempre intentamos entregar el mejor producto posible. Y lo logramos...

En un mercado plagado de desarrollos de lujo, ¿por qué creés que Brickell Flatiron se distingue de otros proyectos similares?

Los departamentos de Brickell Flatiron son lindísimos, tienen muy buenos acabados, son diferentes a lo que uno está acostumbrado. El edificio responde a un concepto muy urbano, porque desde allí los residentes van a poder ir caminando hacia restaurantes, shoppings y todo tipo de comercios, sin necesidad de subirse al

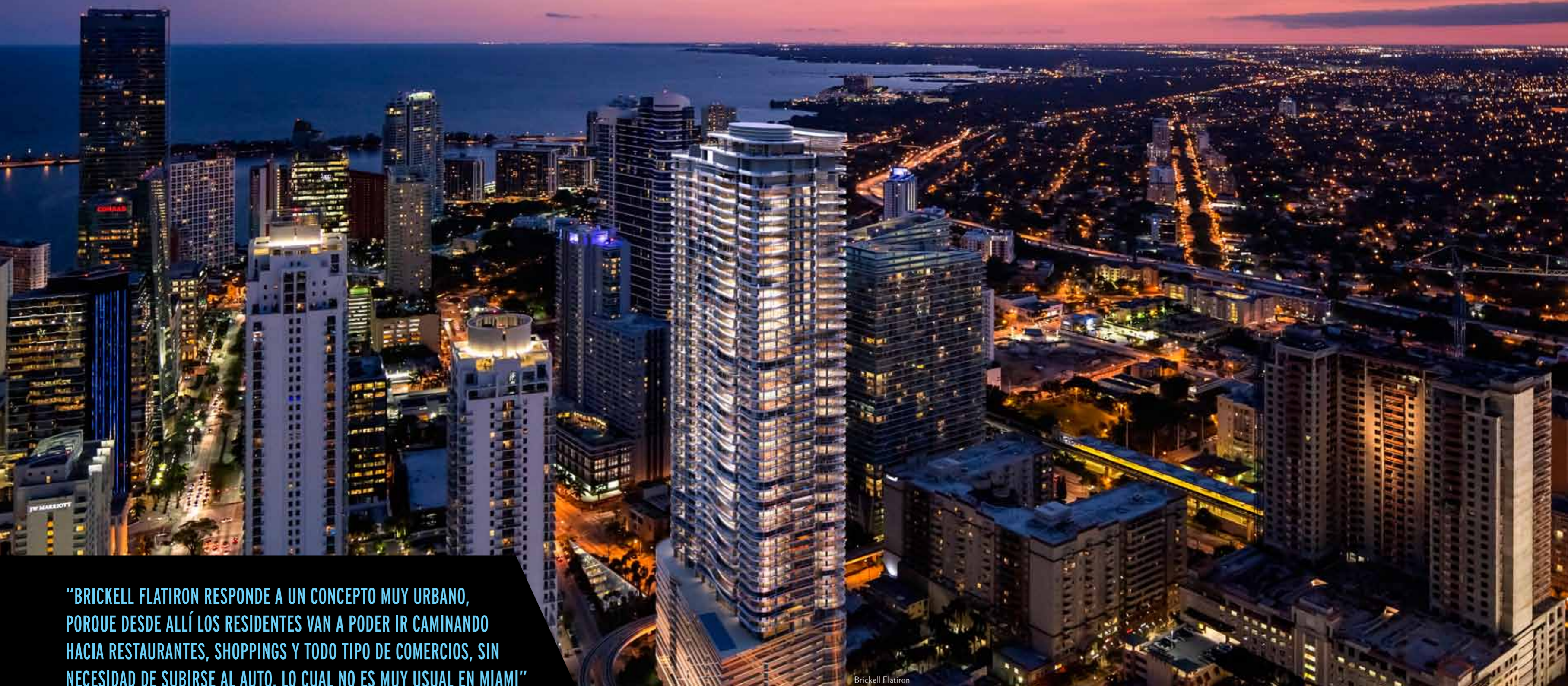
auto, lo cual no es muy usual en Miami. Por otro lado, justo al lado va a abrir Brickell City Center. Todos los mejores restaurantes de la zona se están mudando para el *downtown*, como Cipriani. Además, otro diferencial es que, en vez de ofrecer un *penthouse*, decidí destinar el último piso para el beneficio de todo el edificio.

¿Cuáles son los próximos proyectos de CMC?

Estoy desarrollando un edificio en Coral Gables, es muy amplio y las unidades van a ser *high-end*. A su vez, estoy evaluando otros edificios, pero no me quiero anticipar demasiado.

Has manifestado repetidas veces que la elegancia juega un rol fundamental en tus proyectos. ¿Cómo se combina con la funcionalidad de los espacios?

La elegancia y la funcionalidad son dos cosas diferentes. La primera es subjetiva. Yo elijo diseños que considero elegantes, y muchos coinciden, pero podrían no hacerlo. La funcionalidad, en cambio, es un elemento muy diferente, y es un aspecto que no se puede olvidar. A veces la gente se interesa más por cuestiones de marke-



“BRICKELL FLATIRON RESPONDE A UN CONCEPTO MUY URBANO, PORQUE DESDE ALLÍ LOS RESIDENTES VAN A PODER IR CAMINANDO HACIA RESTAURANTES, SHOPPINGS Y TODO TIPO DE COMERCIOS, SIN NECESIDAD DE SUBIRSE AL AUTO, LO CUAL NO ES MUY USUAL EN MIAMI”

Brickell Flatiron

ting, como el *branding*, pero yo nunca soslayo la practicidad. Es importante que un edificio tenga suficientes ascensores, por ejemplo. Son cuestiones que uno no ve al principio pero que aprecia cuando ya está habitando el espacio.

Hablando del marketing, ¿qué opinas del cobranding?

Aunque es algo que yo elijo no hacer, creo que es una herramienta muy atractiva, que seduce a muchos compradores. En cuanto a lo que respecta al edificio en sí, a fines prácticos no añade demasiado. Pero, a la vez, al ser tan bueno para el marketing, es bueno para el edificio, porque aumenta el precio de las ventas.

Como inversor, ¿qué consejos podrías dar a los lectores?

Inviertan en productos de buena calidad porque, con el tiempo, la calidad siempre se valoriza.

A la larga, el *real estate* siempre es una buena inversión. Desde ya, hay ciclos, pero en el largo plazo, la calidad siempre se amortiza. Es como comprar un auto alemán...

Hablando de autos, ¿cuánto tiempo le dedicás a The Collection?

Admito que no mucho (*risas*). El negocio funciona muy bien solo, así que no me involucro demasiado.

Como desarrollador, ¿qué parte del proceso disfrutás más?

Mi parte preferida es la construcción, la arquitectura propiamente dicha. Me gusta ver cómo se crea un edificio desde un pedazo de papel.

¿Qué consejos les darías a los jóvenes que buscan hacer carrera en los bienes raíces?

Esta es una pregunta muy difícil. Hay mucho que



aconsejar... Este negocio está plagado de pequeñas cuestiones que uno va aprendiendo con el tiempo. Creo que lo mejor es involucrarse en todas las áreas; intentar aprender sobre todos los aspectos, lo cual no es poco, en el *real estate*. Suena obvio pero no hay mejor consejo que, “traten de aprender”.

¿Cómo es un día típico en tu vida?

No me gusta levantarme temprano (*risas*), no soy una persona mañanera. Prefiero empezar el día en casa, leer *emails*, hablar por teléfono. La mayoría de mis reuniones son después del mediodía. Pero así como empiezo tarde, termino tarde.

¿Cuáles son tus hobbies?

Me gustan mucho los deportes, como el *ski*. También el automovilismo y viajar. Amo conocer lugares a los que nunca fui antes. A veces se complica, con los chicos. Con ellos solemos ir a

Aspen y al Caribe. Pero, por ejemplo, el verano pasado fui a Alaska. Ahora tengo pendientes a Galápagos y Machu Picchu.

¿Algo que nadie sepa sobre vos...?

Si nadie lo sabe es porque no quiero que se sepa (*risas*). Así que no te puedo contestar. //

Más información:

www.cmcgroupmiami.com