

INFORME

Alojamientos premium suman valor al Este uruguayo

Resorts y propiedades cinco estrellas se asocian para ofrecer servicios de lujo a un público exclusivo; estadounidenses y europeos, además de visitantes de la región, se instalan en Maldonado y Rocha

FOTO



Esta temporada fue la mejor desde sus inicios hace nueve años. Gentileza: Vik Retreats

[1/4](#)

[Ver galeria](#)

10 mar 2017

Naturaleza, lujo y exclusividad caracterizan el Este uruguayo. Desde hace décadas que los balnearios de Maldonado se posicionaron como destinos de veraneo *top* de la región. Pero nunca lo fueron tanto como ahora. Varios proyectos edilicios y hoteleros *premium* emergen en el departamento y atraen a un público extranjero antes impensado.

A los visitantes asiduos de Argentina, Brasil y Paraguay se sumaron los europeos y estadounidenses. Para ello, la conectividad aérea y la incorporación de vuelos directos con países de la región, España y EE.UU. juegan un rol clave, según el director de la inmobiliaria Terramar, Juan Carlos Sorhobigarat.

Para atender la demanda de un público más internacional, con estándares más exigentes de calidad, surge una oferta de alojamientos «cinco estrellas» que van desde exclusivos *resorts* y residencias con una cantidad incontable de *amenities* —dignas de un hotel— a la que está marcando tendencia que combina ambas propuestas en un mismo proyecto inmobiliario para potenciar ambas líneas de negocios. Todos tienen un punto en común: el eje de la edificación es el paisaje natural en el que se enmarca.

Belleza europea

Uno de los proyectos que forma parte de este grupo de élite es Selenza, un emprendimiento residencial que fusiona casas, apartamentos y un hotel con un innovador spa frente al mar de Manantiales (balneario entre Punta del Este y José Ignacio). Los apartamentos, 34 en total, se lanzaron a la venta en 2013 a un precio base de US\$ 500.000 los 100 metros cuadrados (m²) y ya están todos vendidos. Las 12 casas se están construyendo y se distinguen por ser domóticas, es decir, que permiten controlar a distancia la iluminación, calefacción, cortinas de enrollar, entre otras funciones propias del siglo XXI.

Por si fuera poco, además de contar con piscinas climatizadas individuales, parrillero y cava de vino, los residentes pueden hacer uso de todos los servicios del hotel. El costo de las casas de 254 m² o 346 m² interiores van desde US\$ 950.000 más un abono mensual de US\$ 1.100, cuota que también deben pagar los propietarios de los apartamentos, por los servicios brindados, contó el gerente de marketing y relaciones con el cliente de Selenza, Eduardo Valles.

El hotel, que se lanzó en diciembre en régimen de condohotel, se creó como un centro de bienestar con el que se aspira a romper la estacionalidad propia del balneario. «La gente podrá venir en invierno a relajarse» acotó Valles. Defendió su concepto puntualizando que el negocio del bienestar mueve hoy a nivel mundial US\$ 3.700 billones.

El público en su mayoría es argentino; luego vienen los paraguayos, brasileños, europeos y estadounidenses. El arribo de personas del Viejo Continente responde a que Uruguay conserva una «cultura europea» propia de sus orígenes, según el gerente de marketing del proyecto.

La categoría y servicios de este hospedaje no es única en su clase. Otra de las propiedades *premium* que se asientan en Maldonado es el Hotel Fasano Punta del Este en la Barra, donde el visitante más asiduo es el brasileño. Mezcla el campo con el mar en una zona protegida de 490 hectáreas. Se pueden reservar tanto *suites* como *bungalows* a un costo que alcanza los US\$ 1.500 y US\$ 2.000 en temporada alta, detalló el director financiero del hotel, Ismael Pranke. Al igual que el Selenza, aquí se combina el hospedaje con viviendas privadas. Se comercializan fraccionamientos de tierras para que cada usuario construya su propiedad y haga uso de todos los servicios del hotel. Además, de un paisaje privilegiado en la cima de una elevación montañosa, tiene dos restaurantes, piscinas, centro ecuestre, una cancha de golf proyectada por el reconocido golfista estadounidense Arnold Palmer, y una playa privada sobre el Arroyo Maldonado.

Buscar lo exótico

Punta del Este cada año gana más adeptos a nivel mundial. Su reputación llega a EE.UU. de donde procede el público mayoritario que recibe Vik Retreats. El entorno natural y tranquilo de José Ignacio que enmarca estas propiedades hoteleras atraen a personas que buscan destinos únicos y exóticos, según opinó su director ejecutivo Maximiliano Broquen.

Ofrece *suites* para dos personas a US\$ 1.800 y para cinco por US\$ 5.500 la noche en temporada alta.

De forma indirecta, Vik Retreats se fusiona con el fraccionamiento de tierras vecino El Secreto. Si bien son dos negocios individuales, se mezclan para ofrecer una oferta más tentadora. Los propietarios de los lotes tienen a pocos metros el restaurante del hotel y se está desarrollando un programa de membresías para que puedan utilizar la infraestructura de Vik (piscinas, spa, caballerizas, deportes acuáticos, entre otros), explicó Broquen.

En su caso particular, la apertura de la economía argentina con la llegada de Mauricio Macri a la Presidencia de ese país incrementó la presencia de los ciudadanos de esa nacionalidad.

«En las nueve temporadas que hemos tenido desde nuestra llegada al Uruguay, esta fue sin duda la que atrajo mayor cantidad de público durante un período extendido. Ojalá se puedan seguir extendiendo las temporadas cada vez más», expresó Broquen.

Tierra y servicios

Aunque Maldonado acapara los focos, la tendencia asoma más allá. Pasando el Puente Garzón, hay otro proyecto inmobiliario que vende desde 2008 fraccionamientos de tierras y que se aprovecha de servicios comunes. Se trata de Las Garzas en Rocha. En un territorio casi virgen de 240 hectáreas existen 470 lotes, de una superficie promedio de 2.700 m² a un valor base de US\$ 55 el m². El precio aumenta según la cercanía al mar.

En ese predio, los compradores —en su mayoría argentinos— construyen propiedades a su gusto, pero respetando ciertos parámetros que impone el proyecto de forma general. De los 200 lotes vendidos, ocho ya tienen casas construidas. Si bien el desarrollo no contempla la construcción de un hotel, sí cuenta con un atractivo *Club House*, equipado con restaurante, piscina, jacuzzi, gimnasio, sauna, cancha de fútbol y tenis, entre otros servicios.

La gama de *amenities* que brinden las propiedades turísticas será clave para su éxito. Desde ya, las propiedades *premium* crece tanto en territorio como en clientes.

Te Puede Gustar

Enlaces Patrocinados por Taboola

10 Jaw-Dropping Cash Back Credit Cards

NextAdvisor

Pay Off Your House At A Furious Pace If You've Not Missed A Payment In 6 Months

Lower My Bills

3 Ways To Make Money With A Blog

Host Gator

This Article Will Change The Way You Buy Glasses Forever

GlassesUSA.com

Georgetown: This Meal Service is Cheaper Than Your Local Store

Home Chef