el Nuevo Herald

March 20, 2020

Nota: el Nuevo Herald y las redacciones de McClatchy están ofreciendo una cobertura total de la crisis del COVID-19 a todos los lectores, sin necesidad de pago. Queremos asegurarnos de que los lectores puedan tomar decisiones críticas para ellos y sus familias. Para continuar apoyando estos artículos vitales, por favor considere una suscripción digital.

La tecnología digital es una herramienta muy poderosa estos días en que las precauciones ante el coronavirus exigen el distanciamiento social.

Grandes compañías de bienes raíces, especialmente en el sector de los condos de lujo en el downtown de Miami, se están enfocando en las ventas y presentaciones en línea para llegar a sus clientes, la mayoría en el extranjero. También ofrecen *tours* virtuales que les permiten a los futuros compradores viajar por apartamentos con más de 3,000 pies cuadrados, con vista a la Bahía de Biscayne y que cuestan millones de dólares.

“Hemos activado el sistema de presentaciones virtuales y nos apoyamos en plataformas como Zoom, que la usábamos desde hace un año. Como tenemos tantos clientes en Latinoamérica y Europa, esta herramienta nos ha dado resultados”, dijo Jesse Ottley, presidente de la División de Desarrollo de Cervera Real Estate, una de las compañías más antiguas de Miami con 50 años en la industria.

Cervera Real Estate se concentra en proyectos de preconstrucción de lujo como Aston Martin Residences, Natiivo Miami, en el downtown, y The Conrad, en la playa de Fort Lauderdale.

El ejecutivo indicó que tienen dos maneras de hacer las presentaciones: algunas son grupales con acceso a más clientes, y otras con una o dos personas, que son interactivas porque el cliente puede hacer preguntas.

El día anterior grabaron una video para los clientes sobre Natiivo Miami, una torre de 51 pisos diseñada por la firma Arquitectonica, de la que se han vendido más de la mitad de los 412 apartamentos y estudios del proyecto, pero aún falta una parte importante por vender.

Las oficina de la compañía seguían abiertas el jueves, pero con muy pocos agentes de ventas y al mismo tiempo un reducido tráfico de clientes.

“Durante esta crisis lo más difícil es mostrar los bienes raíces. Algunos edificios están cerrados y otros no permiten entrar para enseñar las casas”, dijo Ottley, indicando que esto iba a ser un reto sobre todo para el mercado secundario, es decir las casas y apartamentos en reventa.

Por su parte Karen Elmir, presidenta ejecutiva de Elmir Group, que vende apartmentos en Brickell, el downtown de Miami y Coconut Grove, con precios entre $300,000 y $15 millones, también destacó el uso de los recursos digitales para llegar a los clientes.

“Tomanos videos de las propiedades que están vacías y se las mandamos a los clientes. Hacemos FaceTime, conversamos con ellos y les mostramos los detalles de las propiedades”, contó Elmir, una de las vendedoras estrella de Miami.

Elmir indicó que tienen clientes extranjeros, pero también muchos de Nueva York y Chicago.

Anteriormente muchos de esos compradores venían a Miami a ver las casas, pero desde que empezó la situación con el coronavirus, la compañía ha puesto en marcha este plan que les permitirá reinventarse y seguir vendiendo activamente el tiempo que se extienda el distanciamiento.

OPTIMISMO EN EL FUTURO DE LOS BIENES RAÍCES EN MIAMI

Con la amenaza de una recesión y la pérdida de empleos en sectores clave del sur de la Florida como los servicios y el turismo, muchos se preguntan si la industria inmobiliaria enfrentará una crisis.

Para Ottley las situaciones son diferentes, porque percibe la epidemia del coronavirus como una cuestión de semanas o meses.

“Es importante que se mantenga el interés de los inversionistas en Estados Unidos”, dijo, “satisfecho de cómo el presidente Trump está manejando la situación, dando la responsabilidad a cada estado y ciudad para manejar los fondos”.

Resaltó que no existen problemas estructurales que impidan la recuperación económica, y considera que hay que manejar el “pánico” en los mercados, que está afectando la bolsa.

“Cuando todo pase, volverá la fortaleza de este país, que es lo que interesa a los inversionistas”, pronosticó.

Al mismo tiempo Ottley recordó que durante la crisis del 2008 se siguieron vendiendo apartamentos en Miami, y que la mayoría de las transacciones fueron en efectivo porque los inversionistas reconocían las oportunidades.

Tanto Ottley como Elmir no están preocupados por las cifras de ventas hasta el momento, porque la estrategia digital los mantiene conectados con la clientela.

“En cada crisis hay oportunidades, los bancos están dando los mejores intereses y facilitando los préstamos”, dijo Elmir.

El 15 de marzo la Reserva Federal recortó la tasa de interés a casi cero para contrarrestar el impacto del coronavirus en la economía. El recorte hace que sea más barato pedir dinero prestado para una hipoteca.

el Nuevo Herald

Un apartamento del proyecto 900 Biscayne Bay, con vista a la bahía, que tiene a la venta por casi $2 millones Emir Group, que trabaja con Cervera Real Estate.

Levy™