

Historias de vida

# Un argentino suelto en Miami Beach

*Pese al ADN familiar –su abuelo y su tío abuelo fueron dos reconocidos empresarios hoteleros y su padre uno de los ejecutivos más valorados en el sector por su trayectoria y experiencia–, Juan Pablo D’Onofrio había decidido romper con la tradición del apellido y orientar su carrera profesional hacia otros horizontes, lejos de los hoteles.*



Por Santiago García Rúa

*Nassau Hotel. De 1936, hoy con 22 departamentos.*

Pero como uno propone y la vida dispone, con sus títulos de contador y licenciado en administración de empresa de la UBA y una maestría en la escuela de negocios de la Universidad Austral, este joven argentino terminó siendo responsable, a través de Alquimia Hospitality Group, de la recuperación primero y del gerenciamiento después, de cuatro hoteles en el corazón del revalorizado distrito histórico Art Deco de Miami Beach.

Dos de ellos sobre la emblemática Collins, uno sobre la efervescente Ocean Drive y un cuarto en pleno proceso de gestación en la hasta ahora postergada Washington Avenue.

Todos en un radio de no más de 200 metros a la redonda.

En 2003 –sin que la mudanza tuviera que ver con la crisis argentina– después de rechazar una propuesta de Coca-Cola para ir a México y de una petrolera para instalarse en Brasil, D’Onofrio aceptó el desafío que le proponía un grupo de inversores argentinos para desarrollar un histórico pero desvencijado hotel de Collins y 14, y luego administrarlo.

“La maestría me alejó de la relación de dependencia. Me fui reencontrando con la genética de mi abuelo, un emprendedor adelantado a su época, que repartió su vida entre activida-

des tan dispares como la locución, la actividad política, concesiones gastronómicas, barbería y, por supuesto, su romance con la hotelería”, cuenta D’Onofrio.

Así fue que a los 29 años y recién casado llegó a Miami para hacerse cargo del Nassau Suite, un hotel construido en 1936, de 50 pequeños cuartos –hoy convertidos en 22 departamentos– diseñado por el arquitecto Albert Anis, responsable de una decena de edificios Art Deco en Miami Beach. Su esposa y socia –con quien hoy comparte tres hijos– había estudiado hotelería en Suiza y trabajaba en una cadena de hoteles en Inglaterra, reforzando aque-

llo de que a veces es difícil eludir el destino. “La historia de Miami Beach es una sucesión de booms y crisis inmobiliarias”, dice D’Onofrio. El nacimiento del Nassau en 1936, como buena parte de sus históricos vecinos, coincide con uno de los tantos momentos de esplendor de la ciudad, en este caso llamativamente después de la Gran Depresión. A tal punto que en 1937, y solo en ese año, las autoridades municipales emitieron permisos de construcción para 18 hoteles, 57 edificios de apartamentos y 200 residencias, la mayoría siguiendo el diseño arquitectónico del momento, el “Art Deco”, que se basa en formas geométricas, líneas simples y rectas, y adornos marinos. Fue un movimiento de mucho lujo y una forma de protestar contra la austeridad impuesta por la Primera Guerra Mundial.

### El reciclado tras la guerra

Durante la Segunda Guerra, Miami fue, por su localización estratégica, sede del Ejército y la Marina estadounidense y centro de entrenamiento para más de 500 mil soldados. El Nassau, el Leslie y el Shepley, como la mayoría de los edificios del sur de Miami Beach, fueron “arrendados” y asignados a cumplir con alguna función de cara a la guerra, como centro de radar, centro gastronómico, almacenamiento, comandancia, etc. aumentando de esta ma-



Juan Pablo D’Onofrio. Escarbadientes y mazapán contra tanques y bombardeos.

les, entre ellos la activista Barbara Capitman, que empujaron hasta designar monumentos históricos a todos estos edificios, y el dictado de una moratoria a la construcción evitando que esta delincuencia se arraigara en un lugar que sobresalía por sus bellezas naturales. “Cuando llegamos al Nassau nos encontramos con un edificio que cargaba con todo

de Alquimia y del decorador argentino Pablo Chiappori. Sobre la base de su raíz histórica, pero fundamentalmente por el nivel de su diseño y la calidez de sus servicios, el Shepley logra sobresalir entre los hoteles pequeños de Miami Beach.

“Estamos muy bien posicionados. Lograr ser un *top ten* con una pequeña propiedad de sólo dos pisos y 29 habitaciones nos honra como gestores. Peleamos con escarbadietes y mazapán contra tanques y bombardeos”, se enorgullece D’Onofrio.

En 2007, para otro grupo de inversores, desarrollaron el Leslie Hotel. Un edificio icónico sobre Ocean Drive, construido curiosamente por el mismo propietario y el mismo arquitecto del Nassau, que se encontraba en total estado de abandono y cargado de conflictos legales. “El Leslie es un caso de estudio de una propiedad muy bien ubicada, con toda la materia prima necesaria para brillar, pero abandonada durante años”, describe D’Onofrio.

### El sabor histórico

“Tomamos la propiedad y comenzamos a cerrar procesos legales, largos y conflictivos, con la municipalidad, los vecinos y las asociaciones vecinales, pero apoyándonos en la visión compartida de traer nuevamente el edificio a la vida”. El desafío era mantener el sabor histó-

*{ Si bien la arquitectura Art Deco es simple y fácil de replicar, el nuevo edificio tendrá líneas modernas ya que lo que se exige es que haya un quiebre tangible respecto a los edificios históricos. }*

nera su valor histórico. No por casualidad, una foto que muestra a unos 150 jóvenes haciendo ejercicios en el jardín del Nassau – hoy el estacionamiento – ocupa un lugar destacado en la oficina de D’Onofrio en el subsuelo del mismo hotel.

Al finalizar la contienda, todos los hoteles fueron reciclados para retornarlos a sus estados originales y devueltos a sus propietarios. Todos los hoteles *Art Deco* de esta zona comparten una estructura en común: edificios de 2 ó 3 pisos, con un porche exterior con terraza donde transcurría la interacción social entre la vereda y lo que ocurría adentro. Entre los años 60 y 70, la zona estaba habitada por jubilados de poco poder adquisitivo y los “Miguelitos”, delincuentes liberados de cárceles cubanas por Fidel Castro y embarcados rumbo a Miami. Entonces ocurrieron dos cosas. La aparición, por un lado, de 3 ó 4 personajes muy especia-

un bagaje histórico pero que estaba en muy malas condiciones estructurales. Lo convertimos en un hotel *boutique*, de 22 amplios departamentos con cocina completa, *business center*, gimnasio y sala de cine”.

Cuando estaban en el inicio de esta obra, otro grupo inversor los convocó para pilotear el proceso de compra de una propiedad, su reforma y su administración. Era el Beachcomber, también sobre la Collins, que después de la transformación recuperó sus antiguos colores y su nombre original en honor a sus propietarios originales, Ms. & Mr. Shepley.

Construido por el arquitecto Henry Hohauser, responsable de varios de los edificios más emblemáticos del distrito *Art Deco*, el hotel también fue incluido en el Registro Nacional de Lugares Históricos y “alquilado” para actuar como cuartel militar durante la Segunda guerra. Su recuperación actual vino de la mano

rico de la propiedad, pero dotándola al mismo tiempo de la infraestructura moderna necesaria para competir en los nuevos tiempos. Un delicado equilibrio entre la arquitectura *Art Deco* y el Arte Moderno. Contrastar el ruido y el vértigo de Ocean Drive con la paz puertas adentro o la tranquilidad del mar, observado desde la terraza”

Comenzaron por hacer habitaciones más grandes –35 en total– que las que el distrito *Art Deco* ofrece. Luego construyeron una piscina en la terraza con vista al mar, toda una hazaña en un edificio de estas características. No había legislación, por lo que aquí también tuvieron que abrir ese camino.

“El desafío era cómo lograr con una propiedad de menos de 50 habitaciones brindar al huésped una experiencia que nos permita competir con éxito con las 240 propiedades que hoy pelean en el mercado hotelero. Satisfacer a

## ESTRATEGIA | Empresas

viajeros que exigen lo mejor de los dos mundos: la calidez de una propiedad *boutique* sin que eso signifique renunciar a una infraestructura válida de servicios. El Leslie cuenta hoy con una icónica terraza con piscina, solarium y spa, un bar y restaurante mediterráneo, gimnasio, *business center* y sala de lectura.

Recuperar una propiedad en el distrito Art Deco no es tarea fácil. Como todos los edificios aquí tienen un legajo donde están reflejadas sus características históricas, necesariamente cualquier reforma debe pasar por un proceso de aprobación de una asamblea de Preservación Histórica. Un mix de ciudadanos ilustres de Miami, compuesto por arquitectos, profesores universitarios, historiadores, etc. que han vivido la evolución de la ciudad, y cuya tarea es preservar la personalidad de estas estructuras.

Todos los proyectos se inician con una presentación a los miembros del *board*, gente mayor, que va fijando los límites de lo que está permitido y lo que no en la transformación de las propiedades. Las fachadas, los pisos, las balaustradas, las escaleras interiores, los sótanos, los pisos o paredes de piedra y las chimeneas —una característica curiosa en muchas de estas propiedades, vaya a saber por qué en una ciudad en eterno verano— deben mantenerse y conservarse.

“En esta discusión entre desarrolladores y asociaciones todos ganan, aunque a veces nos resulte duro, ya que el objetivo común es hacer de esta ciudad algo especial. Tenemos que acompañarlos tratando de encontrar el mejor sentido de equilibrio y eficiencia dentro de las pautas que ellos fijan”, afirma D’Onofrio. Los *layouts* de los *front desk* de los hoteles es algo que la ciudad intenta mantener a toda costa. Lo mismo las fachadas, que deben conservar su estado original. Por eso en el Leslie no se ve desde la calle la piscina en la terraza. Quien se pare frente a la propiedad tiene que ver el mismo edificio que veía en 1936. Con la fachadas laterales son un poco más flexibles, pero también dentro de sus características históricas. “El edificio puede ser feo pero histórico, con lo cual el desafío es lograr que sea atractivo sin perder esa condición”. Lo que viene ahora es el desarrollo del Bohemian House, sobre la avenida Washington, lo que les daría cuatro hoteles a metros uno de otro, y la ampliación del Nassau. “En el primer caso ya hemos pasado las etapas de aprobación ante el buró por lo que esperamos hacia fin de año iniciar las obras e inaugurarlos en un año y medio”.



*Dinastía hotelera. Con el padre, esposa y equipo.*

### Un paisaje diferente

A diferencia de la Ocean y la Collins, en las que se instalaron los hoteles de 3 y 4 pisos, los edificios Art Deco de la Washington son construcciones de un solo piso, chiquitos, comercios familiares dedicados a vender alimentos. También a diferencia de las dos calles más emblemáticas del distrito, la Washington estuvo siempre postergada por una ley de protección que limitaba sus posibilidades. Hace siete meses una nueva zonificación para esta calle, incorporando algunos incentivos, como la altura, o alguna dispensa en temas como la obligación de contar con estacionamiento o pagar por su carencia, abrió las puertas para una serie de nuevos proyectos inmobiliarios. “Mi opinión —apuesta D’Onofrio— es que va a haber más desafíos por el lado de la rentabilidad —ya que la actividad comienza a sentir los efectos de la sobreoferta— que por las restricciones naturales que mantenían a la Washington postergada”.

Respecto a la obras de ampliación del Hotel Nassau, el proyecto ya ha superado las instancias legales y espera hoy el *timing* ideal para empezar con los trabajos. En concreto, se trata de una nueva torre en el espacio que hoy ocupa el estacionamiento, de una volumetría igual al edificio actual ya que lo nuevo, por lineamientos de la ciudad, no debe avanzar, minimizar o dejar de lado el edificio histórico. Si bien la arquitectura *Art Deco* es simple y fácil de replicar, el nuevo edificio tendrá líneas modernas ya que lo que se exige es que haya un quiebre tangible respecto a los edificios históricos. “De ninguna manera van a avalar un *Art Deco* 2016”, sintetiza D’Onofrio.

Al gimnasio, cine privado y *business center*

que hoy dispone, le sumarán un restaurant, un bar, sala de conferencia para 30 personas, piscina, *green roof* con sistemas de paneles solares y 26 posiciones de estacionamiento subterráneo, un privilegio entre los hoteles del distrito Art Deco.

Terminadas ambas obras, Alquimia Hospitality Group va a estar administrando cuatro hoteles históricos en la zona más emblemática de Miami Beach. “Si bien aprovechamos la sinergia que nos proporciona desarrollar y administrar un *portfolio* de propiedades, cada hotel mantiene su nombre original y su personalidad distintiva que en definitiva es un valor que le pertenece a los inversores y no a la gerencadora”.

También el público, aunque *a priori* haya elegido Miami Beach, tiene sus diferencias. Están quienes optan por el Leslie y la vibración que ofrece Ocean Drive; quienes se inclinan por el toque bohemio e intelectual del Shepley; o aquellos que buscan una opción más familiar, como la del Nassau, con estudios y cuartos de 50 metros cuadrados para arriba. “Entiendo la hotelería como un negocio de dos avenidas. Un negocio inmobiliario, al que le caben todas las leyes del *real estate*, con períodos de bonanza y depresiones, y un negocio operativo con flujos de caja que nacen del corazón de un servicio de hospitalidad. Quería vincularme a la actividad abarcando la totalidad del proceso. Elegir el bien, transformarlo, desarrollarlo, agregarle valor y luego tener la responsabilidad de administrarlo”, sintetiza D’Onofrio, quien trabaja hoy en nuevos proyectos que lleven su modelo fuera de la isla de Miami Beach. **M**