

Para esto decidió formar una empresa que se encargará de la adquisición de paños propios:

Crystal Lagoons comprará terrenos en EE.UU. para construir lagunas de acceso público

sábado, 14 de julio de 2018

Marco Gutiérrez V.
Economía y Negocios
El Mercurio

Este modelo de negocios es diferente al actual, donde se asocia con el desarrollador inmobiliario, aportando su tecnología a cambio de un porcentaje de las ventas del proyecto.

Los primeros planes de Crystal Lagoons en Estados Unidos comenzaron a conocerse en 2010, cuando en ese entonces la firma de Fernando Fischmann evaluaba llegar al mercado de valores Nasdaq. Esas intenciones no se materializaron, pero sí la compañía que partió con San Alfonso del Mar, en Algarrobo, y hoy desarrolla lagunas artificiales en todo el mundo, registra un crecimiento explosivo en ese país.

La empresa inició sus operaciones en EE.UU. en 2014 con la firma del primer proyecto "Epperson" en Tampa, Florida, en asociación con Metro Development Group. Hoy tiene cuatro oficinas en esa nación (Miami, Los Angeles, Dallas y Cleveland), a la vez que acumula 21 proyectos que están ligados a inversiones inmobiliarias -de sus socios- por US\$ 10.500 millones. Esa cantidad de iniciativas triplica a las que registraba hace tan solo dos años.

Asimismo, está negociando otros 110 proyectos -en distintas fases- que están relacionados a US\$ 53.400 millones en inversiones inmobiliarias de terceros.

Crystal Lagoons va por más en EE.UU. y su idea es crecer con iniciativas propias, especialmente porque su plan de negocios en ese país arroja una proyección de mil desarrollos en Lagunas de Acceso Público (denominadas PAL por sus siglas en inglés).



"El potencial de esta área es tan grande, que Crystal Lagoons decidió formar una empresa, que compre sus propios paños, para desarrollar por sí sola los proyectos de acceso público en Estados Unidos", comenta Kevin P. Morgan, vicepresidente ejecutivo de Crystal Lagoons US Corp.

Estas iniciativas podrían estar ligadas a lugares de tipo comercial, entretención y parques, entre otros, y su financiamiento sería mediante cobro de tickets de admisión. Ese modelo de negocios es diferente al que tradicionalmente ha ejecutado la compañía, en el que se asocia con el desarrollador inmobiliario, aportando su concepto y tecnología a cambio de un porcentaje de las ventas del proyecto (hotel, viviendas, mall).

De las 21 obras en marcha que tiene Crystal Lagoons en Estados Unidos, 19 están inmersas en planes inmobiliarios y dos son del tipo PAL. En tanto, de las 110 iniciativas que está negociando, el 60% corresponde a lagunas de acceso público.

Estados Unidos junto al Medio Oriente son los dos mayores mercados para Crystal Lagoons.

Consultado sobre las exigencias que han visto para ejecutar iniciativas bajo los diferentes gobiernos en EE.UU., Kevin P. Morgan señala que "si bien en Estados Unidos las regulaciones son muy estrictas, a la vez son muy promotoras de la innovación, por lo que hemos tenido una excelente experiencia y facilidad para desarrollar nuestros proyectos".

 **Imprime** esta página  **Envía a ...**

Economía y Negocios online

14/07/18

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=487257>