

Planean cine de lujo en el centro

By HANNAH SAMPSON

En una decisión que señala confianza en la recuperación económica de Miami --y el crecimiento potencial en el centro urbano de la ciudad, el urbanizador del complejo Metropolitan Miami en el downtown anunció planes para agregar un complejo de varios cines de alta categoría.

Los planes contemplan que el nuevo cine del complejo se inaugure a finales del 2012 o principios del 2013 y acompañará a un supermercado Whole Foods, que debe completarse en el 2013, y a la ya inaugurada torre de apartamentos, la torre de oficinas Wells Fargo Center y a los hoteles JW Marriott Marquis y Beaux Arts. Los cines son el paso más reciente en convertir la zona en un lugar donde la gente pueda vivir, trabajar y divertirse. Es un cambio significativo en comparación con hace 10 años, cuando menos de 40,000 personas vivían en el downtown y había una escasez de opciones en comparación con otras ciudades con credenciales cosmopolitas.

Pero el auge de la construcción agregó 23,000 apartamentos a la zona, y el desplome del mercado hipotecario hizo esas viviendas asequibles para jóvenes profesionales que desean vivir cerca de sus empleos. En el downtown viven ahora 70,000 personas y la Dirección de Urbanización del Downtown (DDA) de Miami espera que otras 10,000 se muden para el 2014.

El cine, dijo Alyce Robertson, directora ejecutiva de la DDA, era algo que faltaba para los vecinos de la zona. "Es una amenidad que mejora el ambiente de un distrito residencial, comercial y de entretenimiento que funciona las 24 horas", dijo Robertson.

MDM Development Group informó el martes que concluyó el acuerdo para construir varios cines de lujo con la empresa especializada Silverspot para construir una instalación de 12 salas y 55,000 pies cuadrados como el ancla del planeado complejo de entretenimiento Met Square. También incluirá restaurantes y tiendas. "Esto cambia por completo el mercado", dijo Lyle Stern, directivo del Koniver Stern Group, el representante de arrendamientos de comercio minorista de Metropolitan Miami. "Es un estilo de vida realmente urbano".

El corredor del centro de Miami ha agregado miles de vecinos y docenas de restaurantes, tiendas y hoteles durante los últimos años. Pero la zona más amplia del downtown no tiene cines desde que el AMC del Omni International Mall cerró en 1999, e incluso así estaba más de una milla al norte del lugar propuesto ahora, cerca de Biscayne Boulevard y la Tercera Avenida del sureste. Para ir de noche al cine, los vecinos del downtown tienen que ir a South Beach, Coconut Grove o South Miami.

Esas son las opciones del abogado Eric Bluestein, lo que lo hace quedarse en casa a ver películas con más frecuencia. "Me gusta mucho ir al cine", dijo Bluestein, de 28 años, que vive en el edificio Met 1. "Cuando construyan un cine aquí, seguramente voy a ir con más frecuencia".

Marc Sarnoff, comisionado de Miami que preside la DDA, dijo que el centro ofrece espectáculos deportivos en la American Airlines Arena y artísticos en el Adrienne Arsht Center for the Performing Arts, pero le falta el "placer simple" de ir al cine. "Da vida a la comunidad", dijo. "No hay razón para ir a otra parte".

El cine más cercano, Paragon Grove 13, reabrió en junio después de ocho meses de renovación en CocoWalk. Como el nuevo proyecto, ese cine vende vino y cerveza y permite a los clientes reservar asientos. Silverspot, que tiene otro local en Naples, ofrece lujos como butacas amplias de piel, piso de madera y mármol, y terminado en vidrio. Aunque el precio de la instalación de Miami no se ha fijado todavía, el boleto normal para adultos en Naples es de \$15. El MDM no ha informado las proyecciones de costo del cine.

James Marsh, analista de medios y entretenimiento de Piper Jaffray, dijo que las cadenas de cine a nivel mundial han experimentado con ofertas de lujo. Explicó que el concepto no se ha probado todavía, pero pudiera ser mejor que tratar de competir con otros complejos grandes de cines. "Si uno puede encontrar una estrategia de nicho como esta, quizás se puede diferenciar más y tener mejores oportunidades de éxito", dijo.

A los cines les ha ido "muy bien" durante la recesión económica, dijo Marsh, a pesar de la abundancia de opciones de entretenimiento en casa. "No es que diga que algunas de las demás opciones no son competidores reales para los cines", dijo. "Pero la cosa que escuchamos siempre de los consumidores es que quieren salir de casa; esta es una opción de entretenimiento relativamente barata en comparación con ir al teatro o a un partido deportivo". Para Bluestein, que también trabaja en el downtown, la promesa de tener un mercado y un cine cerca es como "un sueño hecho realidad". "No cabe duda de que nos hará la vida mucho más fácil", dijo.