

‘En 50 años logramos casi 50.000 viviendas vendidas en Colombia’

IC Constructora cerrará 2020 con 8 proyectos. La expectativa es de \$285.000 millones en facturación.

f FACEBOOK

✉ ENVIAR

TWITTER

in LINKED IN

G+ GOOGLE PLUS

🔖 GUARDAR



Rafael Álvarez, presidente de IC Constructora, dijo que los canales digitales hoy representan 50% de las ventas

ARCHIVO PARTICULAR

POR: PORTAFOLIO · DICIEMBRE 16 DE 2020 - 09:10 P. M.

Hace 50 años el empresario Julio Carrizosa le dio vida a IC Constructora, compañía que ha estado detrás de barrios icónicos como Banderas o Casa Blanca en Bogotá, Andalucía en Bucaramanga o Itaquera en Sao Paulo (Brasil), o de edificios de oficinas, como la Torre Sigma, en Bogotá.

A lo largo de este medio siglo la compañía ha consolidado cerca de 47.000 unidades de vivienda construidas en Colombia, 4.500 vendidas en Brasil y Guatemala, tres centros comerciales y 117 proyectos en todo el país. Su actual presidente, Rafael Álvarez, dialogó con Portafolio sobre como han sido estos 50 años y acerca del panorama actual de la empresa.

¿Cómo ha evolucionado la empresa en medio siglo?

Son 50 años de acción y contribución en Colombia. Dentro de todo hemos sido una empresa muy enfocada en vivienda. En cinco décadas casi logramos las 50.000

Lo más leído

1. El precio del dólar en Colombia ajustó una nueva caída
2. Claro inaugura cinco Centros de Atención, en plena reactivación
3. Dólar continuó su tendencia bajista en la jornada de este lunes
4. Colombia regresó a los más de 10.000 casos diarios de coronavirus
5. El anticipo de prima y día sin IVA se notaron en noviembre
6. ¿Qué llevó al rebote de los precios del oro la semana pasada?

viviendas desarrolladas y comercializadas. El medio siglo nos llegó entrando a negocios diferentes, a una evolución hacia la virtualización, y el balance no puede ser más positivo.

IC Constructora ha sido un referente en el país en el desarrollo de vivienda en las ciudades, y lo que es el emprendimiento de un visionario como lo fue nuestro fundador, Julio Carrizosa, y esto ha sido muy satisfactorio.

¿Cómo ha manejado la constructora la coyuntura de la pandemia?

El sector constructor en general ha tenido una reacción muy interesante, particularmente desde abril. Ha sido uno de los sectores que ha jalonado la recuperación. En octubre se generó la cifra de venta de viviendas de interés social más alta de la historia, en noviembre se alcanzaron nuevamente ventas históricas.

El sector, que representa más del 6% del empleo nacional, realmente ha respondido a estos meses y se ha adecuado tecnológicamente a este mundo de virtualidad, y a tener que vender algo tan tangible como la vivienda en tendencias no presenciales.

¿Cuánto impactó esto las ventas de la compañía?

Tuvimos en esos meses afectaciones de ventas relativamente altas, particularmente en marzo y abril, pero desde mayo, con la estrategia que incorporamos hace poco más de un año con la virtualización de las ventas, que realmente rindió sus frutos y logramos equilibrar las ventas en los proyectos a lo que teníamos en los presupuestos.

Algunos lanzamientos se atrasaron un poco, pero hemos venido poniéndonos a tono en estos últimos meses y hemos hecho tres lanzamientos en el periodo de cuarentena, lo que nos ha permitido niveles de venta equiparables a los de años anteriores.

¿Cuántos lanzamientos han hecho este año?

Hemos hecho siete lanzamientos en varias ciudades del país, Cali, Bucaramanga, Pereira y Bogotá, de proyectos de viviendas, pero también de oficinas. En lo que resta del año tenemos un lanzamiento adicional de proyectos para completar ocho este año.

¿Dónde están ubicados los últimos lanzamientos?

Recientemente lanzamos un proyecto de segunda vivienda en Santa Marta, en la zona de Pozos Colorados, es un producto bastante competitivo, de 240 unidades, y con la posibilidad de servicios hoteleros. El sector turístico se está recuperando, y es un gran momento para invertir en vivienda por las ayudas del gobierno.

El otro proyecto que nos falta es de interés social, en Soacha, y va a tener cerca de 250 unidades de vivienda. Soacha, y Bogotá y su área metropolitana son mercados importantes, a los que apostamos mucho por la fuerza comercial.

¿Cómo esperan cerrar el 2020?

Este año esperamos cerrar con 1.450 unidades vendidas, hoy debemos llevar alrededor de 1.350 unidades. En el 2021 vamos a apuntarle a un poco más de 2.000 unidades de vivienda, con muchos más lanzamientos. La expectativa de este año es estar comercializando entre vivienda y oficinas cerca de \$285.000 millones, de este total \$268.000 millones deben ser en vivienda.

¿Cuántos proyectos de oficinas han lanzado?

Este año iniciamos la estructuración de un proyecto de oficinas de unos 6.500 metros en Bogotá. Es un proyecto corporativo en la calle 92 con 16. También estamos apostando a la zona de renovación interesante, que es la de Uniandes, creemos que va a tener mucho futuro, y también estamos en estructuración de otros proyectos comerciales. Estamos estructurando un proyecto mixto en Zipaquirá y otro en Bucaramanga.

¿Cómo siente que han impactado los subsidios de vivienda al sector?

El efecto ha sido muy importante para el mercado, para interés social ya estaba el subsidio de Mi Casa Ya y los de concurrencia, con las cajas de compensación. La extensión de los subsidios de interés social ha sido absolutamente positiva para el sector, y los 100.000 subsidios de vivienda No VIS también le han dado un impulso importante al sector, sobretodo en la movilización de inventario terminado. Eso permite también arrancar otros proyectos hacia adelante.

¿Cuáles inversiones vienen el próximo año?

Venimos estructurando proyectos, particularmente de interés social, en Bogotá y Cali. El año entrante debemos estar lanzando entre 5 y 6 proyectos. En la parte metropolitana de Bucaramanga, en Girón y Piedecuesta, tenemos también proyectos de interés social. En oficinas, en 2021 haremos el lanzamiento de un complejo enfocado a salud en Bucaramanga, con cerca de 10.000 metros cuadrados; y estamos en estructuración en Bogotá de otros temas enfocado en oficinas.

¿Cómo les ha ido con las ventas digitales?

Eso ha sido una de las partes más importantes para mantener los ritmos de venta. Hemos hecho tres lanzamientos totalmente digitales. Especialmente en el confinamiento, 80% de las ventas fueron digitales.

Hemos venido incorporando herramientas más allá de las salas de venta, o recorridos 360°, sino la digitalización en los procesos y la parte documental, lo que ha facilitado a las personas adquirir viviendas en un modelo absolutamente virtual. Hoy ya con las salas de ventas abiertas, debe estar en 50% la participación de las ventas digitales.

Laura Lucía Becerra Elejalde

[REPORTAR ERROR](#)

[IMPRIMIR](#)