

Alfredo Graf: «En momentos de incertidumbre aparecen las oportunidades de negocio»

¿Cómo empezó Alfredo Graf & Asociados y cómo ha evolucionado en estos 30 años?

Alfredo Graf inició sus labores en 1953 en el rubro de los autos donde era el representante exclusivo de Volvo en el Perú y fue el primero en traer la marca Toyota a nuestro país.

Sin embargo, un desafortunado incidente con un ataque terrorista hizo que perdiera mi capital de trabajo, llevando a la quiebra nuestro taller de autos que era de los más importantes de la época.

También afectó directamente nuestro negocio de alquiler de automóviles con la marca AVIS, por lo cual se hizo necesario cambiar el giro de negocio.

En aquella época la intermediación inmobiliaria se realizaba a través de contactos, pero era necesario una mayor formalidad en la asesoría hacia a los clientes, puesto que la necesidad de vivienda y el crecimiento comercial del Perú lo demandaba.

Es así que, desde 1991, y lo largo de estos 30 años, hemos evolucionado, desde la publicidad en medios escritos a la era digital, donde tenemos una fuerte presencia y un equipo dedicado especialmente a ello, a cargo de nuestro gerente

comercial Marlon Zubiati.

Además, nos mantenemos constantemente capacitados para atender adecuadamente a nuestros clientes y hemos aprendido a adelantarnos a sus necesidades.



Eduardo González: “Nueva torre de control del Jorge Chávez será entregada en próximos días”



Jesús Ochoa: “Sector franquicias crecería hasta 8% en el 2021”



Sandro Stapleton: “Norma sobre compra de vacunas aún tiene vacíos”

También ha sido un destacado líder gremial. ¿Qué tan importante viene siendo para el desarrollo de su sector?

Tengo 64 años como miembro activo de la Cámara de Comercio de Lima, siendo uno de los socios más antiguos de la institución y también he tenido la responsabilidad de ocupar cargos importantes en la institución, como el de ser presidente del Sector Bienes Raíces del Gremio de Servicios.

A lo largo de todos estos años hemos sido los pioneros del tema inmobiliario y, actualmente, continuamos siendo referentes en el mercado, porque siempre recibimos consultas sobre precios, temas legales u otros, a la par que se nos acercan otras empresas del sector para hacer un trabajo en

conjunto.

Uno de nuestros mayores orgullos es ver cómo muchos de los agentes inmobiliarios que hoy lideran otras empresas inmobiliarias han salido de las canteras de Graf & Asociados, ocupando incluso altos cargos en asociaciones de agentes y brókers inmobiliarios.

Con la pandemia, las empresas tuvieron que reinventarse, ¿cómo se viene recuperando su compañía?

Nosotros ahora trabajamos mucho con la multimedia, las redes sociales y las visitas virtuales para evitar reuniones innecesarias.

Las reuniones que tenemos con nuestros principales clientes y personas naturales son ahora virtuales, y cuando acudimos a visitas, asistimos con todos los protocolos de seguridad necesarios y recomendados por el Ministerio de Salud.

Afortunadamente, contamos con el respaldo de nuestros clientes, quienes han mantenido sus negocios con nosotros durante el confinamiento y han recibido asesoría durante toda la pandemia; es decir, nunca nos hemos desconectado, seguimos trabajando, como siempre, los 365 días del año.

¿Cuál ha sido la clave para el crecimiento de Alfredo Graf & Asociados?

La clave es conocer a fondo las necesidades del cliente, así como el mercado, y contar con un equipo sólido de

profesionales. El enfoque actual está orientado a los entornos digitales, pero sin perder nuestra esencia.

Aún hay necesidad de vivienda en el país, ¿qué nuevas inversiones podrían darse?

Los proyectos nuevos ahora tienen que ver con las acumulaciones de predios, ya no solamente de predios individuales, pues los lotes grandes son escasos.

Por ello, cobra especial relevancia el acumular predios colindantes para hacer proyectos inmobiliarios más grandes, aprovechando que se está incrementando la altura permitida en varias zonas de Lima y provincias.

Esto hace que los proyectos inmobiliarios sean cada vez más grandes y ambiciosos. Tengamos en cuenta que la necesidad de vivienda siempre estará presente.

¿Cuáles son los planes a futuro para su empresa?

Seguir creciendo en agentes inmobiliarios y no solamente brindar servicios de asesoría, sino incursionar en el tema que tanto nos han pedido nuestros colegas del sector: **lanzar programas de capacitación para agentes inmobiliarios y, además, lanzar foros de conversación, donde podamos compartir el conocimiento con la comunidad inmobiliaria.**

Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de nuevos talentos para los nuevos entornos digitales, donde el uso de las herramientas audiovisuales y el conocimiento especializado es

fundamental. Asimismo, estamos en constante proceso de formación para todos nuestros agentes inmobiliarios que integran a la compañía.

En su experiencia, ¿qué oportunidades podríamos ver en estos tiempos de crisis?

Es un buen momento para invertir, pues en situaciones de incertidumbre aparecen las oportunidades de negocio. En este escenario, asesorarse con expertos es clave.