

**ENTREVISTA  
EMPRESARIAL**

JUAN PULIDO, PRESIDENTE  
DE OSPINAS & CÍA.

El directivo habló del trabajo que tiene planeado con el fin de que la empresa siga creciendo como comercializadora y desarrolladora del sector edificador. De esta forma, espera consolidar el camino en segmentos como comercio, oficinas y vivienda, entre otros.

# ‘Los momentos de incertidumbre son para trabajar, no para llorar’

Gabriel E. Flórez G.  
Economía y Negocios

Juan Pulido asumió la presidencia de Ospinas & Cía. en un momento de transición para la economía nacional y, con este, para el sector edificador. Sin embargo, el directivo considera que hay oportunidades, “siempre y cuando dejemos de trabajar en diagnósticos y nos concentremos, mejor, en encontrar las respuestas”.

El directivo agrega que “en época de incertidumbre, los países que salen adelante son los que trabajan y no los que se quedan llorando. Por eso, Colombia debe entrar en ese grupo o, de lo contrario, el rezago será mayor”. De este y otros temas habla el Presidente de Ospinas, tras hacer el empalme que ahora lo tiene con nuevos retos.

**¿Cuáles son las estrategias y modelos implementados en los diferentes negocios que manejan?**

En los centros comerciales han cambiado los servicios que ofrecen porque la gente los está usando, no solo para la compra, sino como un punto de esparcimiento. En el caso específico del modelo de negocio, aún hay mucho por explorar y la tarea que debemos hacer —Ospinas & Cía. está en eso— es encontrar la respuesta a las necesidades de los consumidores. Lograrlo nos dará una gran ventaja.

**Pero en comercio se habla de que el alquiler se ha impuesto sobre la venta...**

Los modelos de negocios de venta, alquiler y concesión llegaron en el 2000. De ahí en adelante, el éxito ha dependido de cómo los comerciantes buscan valor agregado para atender la necesidad de los visitantes, en muchos casos, y como se anotó anteriormente,



JUAN PULIDO  
Presidente de  
Ospinas & Cía.  
Claudia Rubio /  
Portafolio



‘Crecer en el exterior, uno de los retos en el futuro’

La dinámica en América Latina y, con esta, en los países de la Alianza del Pacífico se constituye en una gran oportunidad para la proyección del negocio de Ospinas & Cía. Según Juan Pulido, “el mundo se mueve por tamaño y volumen, y esto obliga a crear estrategias para crecer internacionalmente”. Según el directivo,

“quedar mirándonos localmente, sin mayores expectativas en el ámbito mundial, es lo que identifico como un ‘incesto’ corporativo. Por eso, insisto que necesitamos mirar hacia afuera, ya que no hacerlo frena el crecimiento. En el caso de Ospinas & Cía., el camino que debemos recorrer para hacerlo dependerá, precisamente, e insisto en ello, no en seguir haciendo diagnósticos sino en buscar las respuestas a ellos; es decir, dónde y cómo crecer. Cuando tengamos claro esto, será el momento de arriesgarnos en otros mercados”, concluyó el directivo.

**proyecciones para este año?**

La meta de la compañía en el 2017 es crecer a dos dígitos; el año pasado lo hicimos a un dígito.

Ospinas & Cía. también ha impulsado proyectos en los cuales se integran usos (vivienda, hotelería, comercio, oficinas...).

**¿Qué percepción tiene de ese concepto?**

Cuando se desarrollan ese tipo de obras, es clave encontrar el producto inmobiliario adecuado y tener en cuenta que, dependiendo de lo que muestre el sector, y esto incluye su demografía, se deberán hacer desarrollos graduales.

**Cuando se habla de oficinas, la referencia es que hay sobreoferta. ¿De qué forma se han movido en este entorno?**

Este mercado es más simple de anticipar y de leer, pero requiere de un mercadeo estratégico que permita evaluar dónde está la oferta, por ejemplo, para un comerciante, un industrial u otro tipo de inversionistas. Analizarlos cuidadosamente será determinante para hacer el proyecto indicado.

**Siempre se ha dicho que en país las ciudades intermedias tienen mucho potencial...**

A pesar de que Colombia es un mercado de regiones, la dinámica sigue concentrada en pocas plazas como Bogotá, aunque allí sí fue evidente que, tras una disminución del ritmo en la anterior administración, muchas firmas del sector edificador salieron a otras ciudades. Esa estampida de oferta, por física supervivencia, llegó a mercados chicos que ahora están saturados. En nuestro caso, hemos sido prudentes y, por eso, analizamos muy bien cada alternativa.

**A propósito de alternativas, en el caso de la vivienda, la apuesta a la clase media es evidente. ¿Cómo ve esto?**

Vale recordar que en el país anualmente se forman 250.000 hogares y que, a pesar de las eventualidades, la brecha de pobreza se ha cerrado. En ese entorno, sin dud, hay un estrato medio robustecido, con cierta holgura y estabilidad. Algo que sugiero es no depender tanto de los subsidios. =

“ A la hora de vender vivienda, debemos respetar a quien lucha para conseguirla y nos confía su dinero”.

con el fin de socializar y no necesariamente para comprar. La situación está ligada a la identificación de una respuesta estructural para entender el impacto que tienen, por ejemplo, el e-commer-

“ En el país, 40% de la gente vive en arriendo; o sea, hay potencial para atraer a quien desea ser propietario”.

ce y la cadena logística de estos lugares.  
**Ustedes también se mueven en vivienda, ¿cómo va ese mercado?**  
La compañía ha seguido creciendo como desarro-

“ La meta de la compañía en el 2017 es crecer a dos dígitos; el año pasado lo hicimos a un dígito”.

llador, no como constructor. Encontrar las respuestas en las diferentes líneas en que nos movemos nos permitirá mantener en esa línea.  
**A propósito, ¿cuáles son las**