

Entrevista Luis Izquierdo.

¿Cuáles son las motivaciones que lo llevan a realizar el proyecto por autoencargo? Y ¿Cuál es el valor agregado que le entrega el arquitecto al proceso inmobiliario?

Las motivaciones es la necesidad de conseguir trabajo. Es eso bastante simple, la primera parte de la pregunta, la segunda parte es qué es lo que uno podría aportar, yo creo que es difícil dar una respuesta genérica a esa segunda parte de la pregunta. Si el proyecto es bueno va a haber un valor agregado, si el proyecto es malo va a haber un valor negativo. Obviamente, qué es lo que sea bueno, qué es lo que sea malo es algo más difícil de definir. Cuando uno busca un terreno o hace diversas gestiones para sacar adelante un proyecto, busca terrenos, busca inmobiliarias, busca inversionistas, tiene que tener muy presente cuales son los intereses de las personas a las que uno quiere invitar a participar, porque le interesan a los inversionistas. Entonces, en general esto se reduce a que las ubicaciones en la ciudad sean buenas o adecuadas en relación a los proyectos que se quieran desarrollar, para que los programas que se puedan desarrollar, y a conocer bastante bien el mercado inmobiliario en que se está desarrollando esta iniciativa empresarial. Eso significa conocer los costos, conocer los precios de venta estimados, conocer... en fin, como se estructuraría un negocio en esas condiciones, un negocio que pueda ser atractivo para los inversionistas que uno está proponiéndoles el negocio. Ustedes comprenden que no hay un inversionista que pueda interesarse en un proyecto porque es un hermoso proyecto de arquitectura pero un pésimo negocio. Lo otro sería tener un mecenas, no es el caso. Uno como arquitecto tiene que estar interiorizado en sus intereses y saber procesarlos debidamente en el proyecto que uno está gestionando. Eso, en la práctica, implica que los terrenos en la ciudad que tienen una constructibilidad determinada por la normativa, uno en ese proyecto tiene que copar esa constructibilidad de manera de optimizar el rendimiento del suelo, sobre todo en las zonas de alta densidad o de alta constructibilidad es muy alto. Entonces, el estudio de cabida de los terrenos que uno esté considerando, a partir de la aplicación de la normativa urbana, es el primer paso que se da para poder dimensionar el edificio que se puede construir ahí.

¿Qué pasos sigue usted en el proceso de gestión misma del proyecto? ¿En qué momento de este proceso interviene la inmobiliaria? ¿Y cuál es la relación que tiene ésta tanto con usted, como arquitecto, como con el proyecto?

Eso depende de la situación, no es una regla general. En el tiempo que llevamos trabajando como arquitectos hemos tenido distintos trabajos que se han configurando de las más diversas maneras. Por ejemplo, en el edificio que estamos aquí, lo gestionamos nosotros junto con Raimundo Lira, arquitecto, que participo en la gestión, y también fue socio de este proyecto Domingo Peña Fiel. Por una cuestión circunstancial, nosotros donde estábamos teníamos que dejar la oficina y teníamos que buscar una oficina y nos encontramos casualmente con Raimundo que estaba en la misma situación y dijimos bueno, busquemos un terreno; encontramos un terreno y después buscamos algunos interesados como usuarios finales, como compradores finales y nos juntamos un grupo, varios arquitectos, ingenieros, e hicimos una sociedad y compramos un terreno, edificamos un edificio y después nos repartimos el edificio y lo ocupamos, salía más barato que comprar una oficina, en un edificio que estuviera hecho. Ahí, en ese caso, entonces, uno participa

en todo el proceso y construye la sociedad que financia y asegura el proyecto y no sólo es cliente y a la vez que arquitecto, sino que también es usuario. Hay otros casos en que uno busca el terreno, es un terreno que cree que es interesante, generalmente los terrenos hay que conformarlos de varios paños chicos o comprar edificios de departamentos chicos, entonces, hay que reunir la compra de varios bienes raíces para formar un paño de terreno que sea apto para hacer un edificio y esa gestión de compra es una gestión difícil de hacer porque las unidades valen menos por separado que reunidas, pero como no se compran reunidas, sino que se compran una por una, es difícil la negociación: hay ahí una gestión de compra del terreno. Para comprar el terreno uno necesita levantar el financiamiento, los terrenos son caros generalmente, por ejemplo, el edificio Manantiales también lo gestionamos y lo hicimos junto con los mismos socios arquitectos, pero nosotros llegamos y participamos en la gestión de compra del terreno y en la formación de una sociedad compuesta por un número de socios no demasiado grande, no más de diez socios, para que pudiéramos ser operativos para efecto de reunirnos, que aportarán su dinero para financiar este proyecto e invertir en él. Entonces llamamos a las personas, formamos la sociedad, el cliente pasa a ser la sociedad dueña del terreno y uno queda participando como arquitecto. También a la vez participar en esa sociedad, por ejemplo, aportando honorarios de arquitectura o capital propio, como sea, pero ahí uno se desdobra en dos roles distintos y uno no debe confundirse: uno es el rol que pasa a tomar como socio de una inmobiliaria que se constituye ad-hoc para levantar un edificio y otro es el rol que uno toma como arquitecto, el rol que uno toma como arquitecto, tiene que siempre considerar no sólo el bien privado de los dueños del edificio o de los inversionistas, sino que también el bien común que corresponde a la ciudad, entonces, el arquitecto es un tipo que tiene una obligación moral de cautelar el bien común, al menos, tanto como se cautela el bien privado. Uno tiene que saber dirimir los intereses que están en juego. Cuando uno es a la vez socio, tiene que pensar que los socios tienen que, simplemente, maximizar la rentabilidad de su inversión. Lo que tiene de atractivo, la situación de estar en ambos lados es que uno puede, como arquitecto, procesar esos intereses de manera de llegar a un resultado que optimice tanto los intereses particulares del mandante y los armonice, como decía, con los intereses de la ciudad; eso es una situación en cierto modo de privilegio y también especialmente delicada, porque uno tiene que saber establecer las jerarquías en cada una de las circunstancias que los intereses entran en conflicto.

*¿Cuáles son las cualidades o valores que surgen a partir de proyectos de este tipo?
¿Un diseño innovador, incrementa el valor del edificio? Si es así, ¿Esto facilita el financiamiento de proyectos por autoencargo? como en el caso, por ejemplo, de Cruz del Sur que es un edificio de un diseño bastante innovador para la empresa inverPAZ que se caracteriza por hacer edificios más bien seriales.*

Ese proyecto nosotros, esta vez en forma individual, hicimos la gestión de compra del terreno y una vez que la tuvimos más o menos avanzada, buscamos una inmobiliaria que quisiera desarrollar ese negocio para aportar los capitales para comprar el terreno y desarrollar el edificio. Entonces, en el momento que la inmobiliaria tomó el control del negocio, comprando los terrenos, pasamos a tener la relación normal como la que tendría cualquier arquitecto con un mandante que encarga el proyecto y que pudiera, eventualmente, a uno desahuciarlo si es que no le parece lo que uno le está proponiendo, así que, no constituye en ese sentido una situación de que vaya más allá de haber hecho una gestión de compra de un terreno para inducir un encargo, nosotros ahí no tenemos ninguna participación en el negocio inmobiliario propiamente tal, simplemente una vez

que hayan comprado el terreno recibimos el encargo de la inmobiliaria y desarrollamos el proyecto. Ahora, nosotros desarrollamos el proyecto que nos pareció el mejor proyecto que pudimos hacer en términos arquitectónicos y especialmente considerando la conveniencia de generar espacios públicos dentro de lo que es una propiedad privada, porque por la ubicación que tiene el edificio, hay una densidad de flujo peatonal bastante alta, esto está inmediato a una estación de metro de gran circulación y nosotros quisimos generar espacio de plaza, de nivel suelo, al uso público. No obstante eso, el edificio copa la constructibilidad del terreno, el edificio oficina, y la forma del proyecto tiene una justificación arquitectónica que surge de esta intención de despejar el nivel suelo. La apreciación que pudo hacer la inmobiliaria del proyecto nuestro es algo que en realidad desconozco exactamente qué es lo que sopesaron y que es lo que les gustó y porque se interesaron en sacar adelante esta clase de proyecto. En un cierto momento del desarrollo, la inmobiliaria recibió informe de su departamento técnico sospechando que el proyecto que nosotros estábamos haciendo podía tener un altísimo costo, por lo tanto, no era bueno, nosotros hicimos entonces estudios bastante acabados, cubicamos el proyecto completo, e hicimos cinco proyectos alternativos de diseños más convencionales para poder contrastarlos y para poder, finalmente, demostrar que nuestro proyecto era más económico y preferible desde el punto de vista del negocio de ellos, tenía menores costos y mayores ventas que un proyecto estándar, para eso hicimos un estudio detallado. No sé hasta qué punto ellos, la inmobiliaria, creyó que ese estudio era suficientemente persuasivo y hasta qué punto la inmobiliaria no quiso sacar adelante el proyecto, aunque temieran que tuviera mayores costos por las características arquitectónicas, más que arquitectónicas, icónicas, que el proyecto tiene y su valor intangible para los aspectos de la imagen corporativa de la empresa que lo estaba sacando adelante, eso es algo que desconozco, que primó y de qué manera consideraron ellos los distintos factores, en todo caso, esto se licitó a la construcción y la licitación nos dio la razón, que el proyecto era económico y que era de hecho bastante más económico que la estadística que teníamos de todos los edificios que se estaban haciendo en los alrededores tomados como referente. Así que es probable que haya en todas estas decisiones un cúmulo de distintos factores, es difícil saber qué es lo que prima.

Según su opinión, ¿Es posible hablar de una valorización, a través del tiempo, en edificios construidos por inmobiliarias de acuerdo al plan de Repoblamiento de Santiago versus proyectos que aporten... en relación a su diseño y a su proyección a través del tiempo?

Esa pregunta tiene bastante relación con la anterior. Yo creo que, desgraciadamente, el comprador final, no la inmobiliaria necesariamente, sino que el comprador final a quien le interesa la inmobiliaria, no discrimina suficientemente en cuanto a la calidad arquitectónica y paga igual por lo bueno que por lo malo porque la gente, en definitiva, no sabe vivir bien, no sabe distinguir las cosas que realmente le afectan en su vida de la arquitectura, y cree que la arquitectura es un problema de imagen o de cosa bonita o menos bonita, en fin, pero no le otorga, o el comprador final no discrimina con fuerza respecto de las condiciones de vida que una buena arquitectura permite y que una mala arquitectura incomoda, eso generalmente la gente no lo sopesa y, por lo tanto, no se traduce en mayores diferenciales de precio y eso es algo bastante frustrante. Y creo que el origen de ese problema está en ciertos déficits culturales muy arraigados en la sociedad, es algo que no es fácil de superar, esa insuficiencia. El problema de la arquitectura no es un problema

netamente de imagen, sino que es un problema que tiene que ver con saber vivir, la cultura en la medida que no encuentra ese vínculo con el saber vivir queda en el ámbito de lo frívolo.

Y ¿Cómo incide esto en la conservación de un edificio a través del tiempo?

Claro, es esa una de las cosas que el comprador no sabe apreciar, una cosa fundamental en la arquitectura la durabilidad, y una buena arquitectura debe aspirar a tener una gran duración, una permanencia en el tiempo importante. El comprador final generalmente no sabe estimar esa cualidad. No sabe que ciertas soluciones constructivas funcionan bien nuevas pero que se van a ver mal en 5 años más y se van a deteriorar más rápido que otras, eso es algo que la gente ignora y por lo tanto, no paga el precio por ello y por lo tanto, no tiene incidencia en el negocio. El inmobiliario lo que hace, es su interés como cualquier empresario, es maximizar el retorno de su inversión y si no le pagan por lo que ofrece no lo hace.

Y, ¿El diseño como influye en que las inmobiliarias, como el cliente más directo en este caso, compren el proyecto o se interesen en el proyecto? O, ¿Es netamente un negocio para ganar dinero?

Todos los negocios son para ganar dinero, en el fondo. No sólo en el negocio inmobiliario. La gente que hace automóviles, que hace ropa. O sea no hay una posición excepcional.

Pero, ¿Cómo influye el diseño que pueda realizarle al edificio?

Influye en la medida que el comprador final, no la inmobiliaria, el comprador del producto que vende la inmobiliaria sepa discriminar la calidad de lo que se le está ofreciendo. Entonces, eso es una cosa que tiene dos lados: una, que esa calidad sea real, que exista esa calidad y en realidad lo que se le ofrezca sea mejor, en términos de la calidad de vida que esta arquitectura hace posible, o sea eso es por el lado de la oferta, también tiene que haber una correspondencia por el lado de la demanda, que la gente sepa vivir bien, sepa que no es lo mismo estar en un recinto que mide dos metros veinticinco de alto que uno que mide dos metros cuarenta y cinco y eso muy poca gente lo distingue. Entonces, no lo distingue generalmente cuando llega el momento de hacer la compra, lo padece un año después. ¡Esta casa es calurosísima!... es una luz permanentemente gris, inerte, es deprimente este lugar porque no le entra sol. Es raro que alguien esté educado, suficientemente para distinguirlo en el momento que hace la compra, se da cuenta después cuando sufre las consecuencias o se gozan las consecuencias. Ese es el problema: no está internalizado, no está internalizado en la demanda, entonces hay un problema por el lado de la demanda y también un problema por el lado de la oferta. Nosotros, como arquitectos, tenemos una enorme obligación moral, en cuanto a hacer el mejor, lo mejor que se pueda desde el punto de vista de la oferta que se hace, aunque no lo distinga, aunque no lo distinguan. Uno sabe que es mejor dos metros cuarenta y cinco que dos metros veinticinco. Uno está moralmente obligado a ofrecer lo mejor, pero lo mejor no porque sea bonito, sino porque es mejor para vivir.