

*(\*)Entrevista publicada el 30 de noviembre en la Revista Perú económico.*

## **SEMBLANZA A LA EXPERIENCIA**

**ALFREDO GRAF, empresario inmobiliario**

### **“El cliente es el mejor capital para el éxito de un negocio”**

El nombre de Alfredo Graf significa venta de automóviles para los más antiguos y de inmuebles para los jóvenes. Pero detrás de él está la variada vida un hombre de empresa que además fue corredor de autos, primer anunciante de la televisión, fundador de Prolírica, promotor de los *boy scouts* y aficionado a la cocina. Tras superar una enfermedad que lo tuvo año y medio incomunicado, recibe a *Perú Económico* y confiesa, entre otras cosas, que todavía le queda mucho por emprender.

Por ROBERTO CASTRO LIZARBE  
Y SERAPIO CAZANA

**¿Cómo digiere alguien que se dedica al negocio inmobiliario el hecho de que la crisis financiera mundial se haya generado a partir de esa actividad?**

Ante todo, hay que tener en cuenta que la salud de la economía repercute en la actividad inmobiliaria, y en los primeros en el Perú estamos en un buen momento aún. Los programas MiVivienda, y luego Techo Propio, generan un movimiento hacia arriba de todo el sector. La construcción es muy importante en la economía de cualquier país y aquí no somos la excepción. Además, hay que tener en cuenta que la actividad inmobiliaria no es sólo de vivienda, sino también comercial e industrial, y en ese rubro las perspectivas indican que se seguirá creciendo.

**Entonces, ¿cuáles serían los principales efectos de esta crisis en el negocio inmobiliario?**

En el Perú hay mucho menos impacto porque los inmuebles han estado muy bajos de precio respecto de otras latitudes. Y mientras acá había un retraso de muchos años, en Estados Unidos y Europa se había invertido mucho. El problema es que el alza en los precios se dio en un lapso muy corto. Es así que han empezado a venir capitales de fuera, especialmente muchos chilenos, y han empezado a llevar a la construcción a un nivel más interesante. En el Perú la construcción seguirá creciendo, porque en los sectores D y C hay un gran déficit de vivienda, mucho más que en los niveles A y B, en los que quizá sí pueda verse alguna pequeña variación en el 2009.

**¿Cómo así se inició usted en el negocio inmobiliario?**

Buena pregunta... En realidad, porque no podía hacer otra cosa. Con el terrorismo había perdido mucho dinero (ver recuadro), y tenía que hacer algo al respecto. Pero en todos mis negocios me ha ido bien, y para ello no hay secretos: la clave es dar una buena

atención al cliente, quien al final es el mejor capital. Una vez un cliente me compró un auto y regresó después de un mes, pues la llanta se había roto. Eso ya no estaba bajo mi responsabilidad, pero igualmente me hice cargo de reponerle la llanta. Perdí el valor de la reparación, pero gané la confianza de un cliente. Así como el de autos, el inmobiliario es un negocio basado en confianza, y por eso pasar de uno a otro era lo natural.

### **¿Se dedicó a la venta de autos desde sus primeros días en Lima?**

Yo llegué a Lima desde Buenos Aires el 16 de junio de 1951 y me alojé en el hotel Bolívar. Odría estaba en el poder y el Perú de entonces era tenso, pero muy interesante. Tiempo después mi familia compró una casa en El Olivar y empecé mi vida profesional en Motormóvil. Después de seis meses empecé a vender autopartes de automóviles en la misma oficina de Petit Thouars en la que la empresa trabajó hasta el año pasado, hasta que la compañía Volvo me eligió como representante exclusivo.

Tiempo después, los mismos señores de la Volvo me dijeron ¿por qué no toma a Toyota? A mí me habían invitado a Torino para ver la posibilidad de ser representante de la Fiat, pero los de Volvo me sugirieron la otra opción, ya que tendría más futuro. Fui hasta Torino para ver los Fiat, pero me dejé llevar por Toyota, y el tiempo me demostró que fue una buena decisión: hoy es la empresa que más autos vende en el mercado.

**“EN OTROS PAÍSES LOS EMPRESARIOS TAMPOCO TIENEN INCLINACIÓN NATURAL HACIA LA CULTURA, PERO EL ENTORNO CULTIVA EL ARTE Y EDUCA EL BUEN GUSTO”**

### **¿Y en los cincuenta era fácil vender un auto?**

En realidad, vender un Toyota era lo más difícil en aquel momento, pero sí se podía. Yo vendía vehículos de distintas marcas y manejaba también los de otras, como Ford, Jaguar, Chevrolet, Mercury... Incluso fui corredor de autos hasta 1960, y allí paré porque me saqué la mugre en un accidente, en una competencia. Pero fue nada menos en un Volvo que me rompí la pierna, y estuve siete meses en clínica y seis más en rehabilitación. A propósito, le escribí a la fábrica contando mi accidente y a partir de ello mejoraron los cinturones: ya no serían sólo horizontales hasta la cintura, sino diagonales hasta el hombro.

### **Sabemos también que, entre otras aficiones, ha dedicado mucho tiempo de su vida a actividades culturales...**

Siempre he tenido afinidad con la cultura: todos en mi familia éramos aficionados a la música. Mi hermano tocaba el violín y yo, la trompeta. La música es una de las artes que más me gusta: fui amigo de Ima Súmac, con quien tengo varias fotos, y también soy amigo de Juan Diego Flórez. Ese espíritu hizo que con mi hermano fundáramos Prolífica, junto a Luis Alva y otras personas.

### **¿Por qué cree que en el Perú no es común que los empresarios tengan afinidades culturales?**

Es que no sólo es una cuestión individual, sino también del entorno. En otras partes del mundo los empresarios probablemente tampoco tienen la inclinación natural hacia la cultura, pero es el ambiente mismo el que educa en el arte y cultiva el buen gusto. Aquí se necesita que la música sea promocionada; en otros lares, se promociona sola. Por mi parte, siempre he trabajado para difundir la música y en varias otras actividades de promoción del arte.

**Otra curiosidad en su hoja de vida es su participación activa en los boy scouts. ¿Cómo así se acercó a ellos?**

Nunca supe bien cómo empezó todo porque yo ni siquiera había sido *scout* de niño, aunque sí fui *balila*, como se llamaba a los miembros de la organización juvenil que había en Italia en la época de Mussolini. El hecho es que me llamaron para colaborar con ellos y acepté. Llegué a ser presidente de la organización y tuvimos hasta 25,000 miembros; después vino el gobierno militar, posteriormente el terrorismo y se redujo el número hasta los 14,000 a 15,000 que somos ahora. Aunque esperamos recuperar miembros, pues en el Perú hay varias asociaciones vinculadas actualmente; incluso en los barrios y en las ciudades del interior hay varias filiales muy desarrolladas.

**Por lo que cuenta, usted ha visto cambiar al Perú. ¿Qué considera que ha cambiado para bien y qué para mal?**

No puedo decir exactamente qué ha cambiado para bien y qué para mal porque el mundo está avanzando siempre y todo depende de cómo se interpreten y de cómo se asimilen esos procesos. Una clara muestra de ello está dada por las telecomunicaciones, que son algo que siempre me ha preocupado especialmente. Por ejemplo, yo fui la cuarta persona en tener teléfono celular en el Perú, después del señor Genaro Delgado Parker, su asistente y el señor Baruch Ivcher. Era una cosa importante para el momento; antes yo tenía un radio para comunicarme con la oficina, que era más grande que un maletín, y el celular también era inmenso. Hasta ahora mantengo el número.

“NO CREO HABER ESTUDIADO PARA HACER EMPRESA; ESO VIENE CON UNO, PERO SÍ SE DEBE TRABAJAR MUCHO EN ELLO PARA FORTALECER EL ESPÍRITU”

**¿Y qué tal se lleva con Internet?**

Bastante bien, y en ello también hemos estado a la vanguardia. Nuestra empresa fue la primera inmobiliaria del país en ofrecer sus propiedades en la *web*. Si ustedes colocan en Google el término “inmobiliarias en el Perú”, la página de nuestra empresa aparece como primer resultado. Supongo que se debe al número de visitas, ya que nos escriben de todo el mundo, porque nosotros entendimos que los clientes están en todas partes.

Pero en general, para mí las comunicaciones siempre han sido importantes. Ahora que van a cumplirse 50 años de la televisión, recuerdo que yo fui uno de los partícipes de la inauguración del primer canal de televisión comercial, el canal 4. Su programación iba de seis de la tarde a diez de la noche, y las primeras propagandas que se pasaron fueron las de Volvo, con la presencia del gerente general de la matriz de la empresa.

**¿Y cuánto costaba por entonces un auspicio en la televisión?**

La verdad no me acuerdo de la cifra, pero era caro. Pero lo que sí me acuerdo es que no lo pagó la Volvo, sino Graf (risas). Lo tuve que hacer como empresario representante que quería introducir la marca. Fue un auténtico riesgo, porque entonces nadie sabía en qué iba a terminar la televisión.

### **¿Cómo cultivó ese ánimo para ser pionero en varias actividades empresariales?**

Seguí la carrera de técnico automotor, por lo que no creo haber estudiado para hacer empresa; eso viene con uno, pero sí se debe trabajar mucho en ello para fortalecer el espíritu. Nunca pensé en tener miedo de empezar a hacer las cosas; sólo las hice. Y todavía me quedan muchas cosas nuevas por hacer.

### **Usted nació en Italia, se formó en Argentina y ha hecho su carrera en el Perú. ¿Se identifica más con alguno de los tres países?**

Yo me siento claramente peruano, porque he estado mucho más tiempo acá. He viajado mucho, antes más que ahora, pero siempre para volver. Como verán ustedes, aquí tengo mi vida hecha. Al Perú lo conozco bien, tanto Lima como el interior, porque he viajado mucho por las provincias. Por mi trabajo iba a Junín, Arequipa, Cusco, también por el norte y la selva. A Isaac Lindley, por ejemplo, lo llevé a Iquitos para que pusiera su empresa (Inka Kola) porque me pareció que allá haría un buen negocio con las gaseosas.

Sin embargo, siempre he valorado y conservado mucho mis raíces. Mis libros y músicos favoritos han sido italianos, con seguridad (risas). Entre los primeros no quiero ser injusto al mencionar unos pocos, pero en la música sí me inclino por Verdi o Rossini, entre otros. Igualmente, las pastas son mi plato favorito, como buen comelón. Les diré que yo he cocinado mucho, me gusta preparar la comida; y también gusto del buen vino, que fue otro producto que comercializamos alguna vez en la empresa.

### **¿Y alguna vez ha vuelto a Trieste, su pueblo natal?**

Hace unos meses estuve allá. Pude recordar muchas cosas de mi niñez, y en realidad es muy poco lo que ha cambiado. Pude ver el tranvía, caminé por las calles, incluso visité lo que fue mi casa. Vi que la estaban remodelando; quise tocar la puerta, pero no me atreví. No pude averiguar quién vive allí ahora. Pero fue bueno volver, poder recordar que de ahí salí hace muchos años, por barco, como se hacía en ese tiempo. Trieste sigue siendo una ciudad portuaria muy importante, conjuntamente con Génova y Nápoles. Además, es el único puerto que da para el mar Adriático, y para el otro lado también tiene montañas. Es un lugar muy bonito, pero yo me he acostumbrado a vivir en el Perú.

## **El hiperactivo señor Graf**

Alfredo Graf Bunzel vivió hasta los seis años en Trieste, Italia, donde había nacido en 1927, y luego pasó un lustro en Yugoslavia. Con los nubarrones de la Guerra Mundial acechando Europa, se embarcó con su familia hacia Buenos Aires, donde estudió técnica automotriz. Vino al Perú a los 24 años de edad y se quedó para siempre. *“Mi hermano trabajaba acá: era gerente de la compañía de seguros El Sol, la que ahora es Mapfre, así que me animó a quedarme”.*

Dedicado por años principalmente a la comercialización de automóviles, sufrió un duro golpe empresarial a finales de los ochenta, cuando el MRTA colocó un coche-bomba en los sótanos del Sheraton Lima Hotel, donde tenía alquilados tres niveles. *“Habíamos estado justo discutiendo algunos puntos con la compañía de seguros y quedamos sin protección. Por entonces manejábamos la licencia de Avis-Rent-a-Car, la primera de ese tipo que se había concedido en el Perú. Lo perdimos todo: unos 30 vehículos, los repuestos, los vinos italianos que comercializábamos y teníamos en inventario...”*, cuenta con nostalgia.

No obstante, desde mediados de los noventa migró a la actividad inmobiliaria y convirtió a la empresa que lleva su nombre en una de las referentes del mercado local. En noviembre del 2006 sufrió un derrame cerebral que lo tuvo casi un año y medio sin poder comunicarse con normalidad, pero se ha recuperado con creces y hoy, según refiere su secretaria, *“viene a la oficina sin falta de lunes a domingo, de nueve de la mañana a nueve de la noche, en Navidad y Año Nuevo inclusive”*. Porque para Alfredo Graf, a los 81 años, primero sigue estando la obligación de atender al cliente.

***(\*)Entrevista publicada el 30 de noviembre en la Revista Perú económico.***