

Fecha: 12-01-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: “Estamos en un cambio de ciclo. La industria pasó un período, de octubre de 2019 hasta 2025, bastante duro”

Pág.: 3
Cm2: 659,9

Tiraje: 126.654
Lectora: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

MARCO GUTIÉRREZ V.

Rodrigo González, gerente general de constructora e inmobiliaria Ingevec, lleva 30 años vinculado a la industria de la construcción. Por ello, ha enfrentado —desde esta empresa principalmente— los impactos de varias crisis económicas que han golpeado a esta industria.

Pero este ingeniero comercial (52 años) de la Universidad de Chile —de la generación universitaria del economista Óscar Landerretche y del gerente general de Falabella, Alejandro González— considera que esta última crisis sectorial fue atípica, por su extensión de seis años y por los fuertes efectos financieros sobre las empresas.

De todos modos, precisa que ahora el rubro está comenzando a ver una luz al final del túnel y transita desde una época negativa a una que advierte como favorable. Por ello, la compañía está lanzando millonarios planes para 2026.

“Esto es un cambio de ciclo, lo que estamos pasando ahora. La industria ha pasado un período, desde octubre de 2019 hasta 2025, que ha sido bastante duro y muy difícil tanto para la construcción como el sector inmobiliario. Entre la pandemia y la caída fuerte de la inversión, hemos vivido un ciclo muy largo”, señala. Añade que esta situación puso a “prueba a las empresas y qué tan sólidas eran sus estructuras financieras”.

¿Por qué cambio de ciclo?

González explica las señales que lo llevan a afirmar que el ciclo negativo está quedando atrás. “Primero, el tema político obviamente, que es importante. También se han empezado a generar señales en términos de bajar los stocks (de viviendas) por el subsidio (a la tasa). Asimismo, las proyecciones de inversión son bastante fuertes. Pero esto va a depender de las medidas que se tomen, que sean proinversión, procrecimiento y de los incentivos que existan. Hay una mejor expectativa que se tiene que aterrizar, pero sin duda estamos en el comienzo de un nuevo ciclo”, comenta.

De todos modos, el ejecutivo reconoce que el país debe crecer para que se consolide la

Rodrigo González, gerente general de la constructora e inmobiliaria Ingevec:

“Estamos en un cambio de ciclo. La industria pasó un período, de octubre de 2019 hasta 2025, bastante duro”

La compañía advierte que la crisis del sector está quedando atrás y, ante ello, decidió invertir en un plan de US\$ 400 millones para 2026 que considera el inicio de obras de 13 proyectos residenciales.



González, lleva 30 años vinculado a la industria de la construcción, donde le ha tocado enfrentar diversas crisis en el sector.

recuperación del sector. “Es necesario que el país crezca porque en esa medida, la gente tendrá más remuneraciones y mejor acceso al crédito”. Estima que “la población volvió a sentir que el crecimiento es importante, la sociedad lo vuelve a valorar”.

Relacionado con el sector vivienda, afirma que el subsidio a la tasa hipotecaria para adquirir propiedades de hasta 4.000 UF, “es necesario, pero no suficiente y tie-

ne que ir acompañado de otras medidas que incentiven la demanda”.

En esa línea, plantea que podrían activarse ayudas asociadas al pie para comprar una vivienda, estímulos tributarios y, al menos, mantener el volumen de subsidios del programa habitacional regular del Estado.

González valora las propuestas realizadas por el equipo del próximo gobierno de José Antonio Kast en el sentido de liberali-

zar suelo y desregular el sector de la construcción. “Todo lo que apunte a agilizar el inicio de obras, reducir los costos asociados a las viviendas y contar con mayor certeza jurídica, nos parece que va en la dirección correcta”, reconoce.

Nuevos proyectos

Pese a la crisis de los últimos años para el rubro, Ingevec registraba hasta septiembre de

“Ojalá que una de las prioridades fundamentales para el próximo gobierno sea la vivienda social... Eso significa ir actualizando los programas a los costos y necesidades”.

RODRIGO GONZÁLEZ
GERENTE GENERAL DE INGEVEC

2025 un alza de 20% anual en sus ingresos y de 49% en las utilidades. A la vez, en este lapso aprovechó de comprar terrenos a los bancos y a “actores que han estado complicados”, afirma González.

Para 2026, Ingevec tiene un plan de US\$ 400 millones, que considera el inicio de la construcción de 13 nuevos proyectos para desarrollo y venta, que involucran unas 3.700 viviendas. Este volumen de iniciativas es mayor al que registraba antes de la pandemia, cuando lanzaba entre ocho a 10 proyectos.

Hoy un tercio de las iniciativas de la firma son de viviendas con subsidio.

Sociedad con los Angelini

Para financiar esas inversiones, la compañía considera créditos de la banca y asociaciones con privados. Tampoco descarta nuevas colocaciones de bonos, adicionales a la de 1,3 millones de UF realizada en 2025.

Uno de los socios más impor-

tales en el desarrollo de los proyectos de Ingevec —y los que hará próximamente— es la familia Angelini, a través de su *family office*. “Llevamos como socios con ellos desde el 2018, hemos pasado toda la crisis y nos conocen”, señala González.

Otro socio en el desarrollo de iniciativas es la familia Albala, ligada a Laboratorios Maver, y también con Credicorp, entre otros.

Hoteles y multifamily

Ingevec también opera en el rubro *multifamily* o renta residencial, a través de un fondo con Larrain-Vial, donde posee el 33%. Seis de esos edificios registran una ocupación sobre el 90% y otra torre que entró en operaciones en junio pasado bordeó el 50%.

En el ámbito hotelero, cuenta con 11 recintos, ocho de estos en Chile —en Iquique, Copiapó, Calama y Santiago— y tres en Perú. La ocupación promedio de estos hoteles llegó al 68% en 2025, subiendo desde el 65% del ejercicio previo. González confía en que el desempeño del negocio hotelero siga avanzando apoyado por la actividad minera.

El ejecutivo admite que han estado evaluando contratos de edificación para la minería, pero precisa que lo miran con calma y que están enfocados en sus áreas de construcción que son bodegas, *malls* y otros recintos para terceros. “Crecer es muy fácil, pero ganar plata es muy difícil. Experiencias de constructoras que crecen rápidamente y se caen hay muchas”, advierte.