Ciudades

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya | año 10 - #32 | diciembre 2010 - enero 2011

- La primera visita a una propiedad
- Perspectivas de negocios en Inversiones e Infraestructura
- Internet Ap rese que no le queda mucho tiempo
- Prevenci n de Lavado de Activos en el Sector Inmobiliario

NUESTRAS INMOBILIARIAS HACEN MUCHO MÁS QUE ABRIRLE LA PUERTA.

CIU

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

www.ciu.org.uy

Busque el sello CIU. Y encuentre una inmobiliaria seria, profesional y responsable.

El que sabe, sabe y el que no pone inmobiliaria

GABRIEL CONDE
Presidente CIU 2010 - 2013

El mercado inmobiliario en Buenos Aires en muchos aspectos y para muchos colegas es un ejemplo de lo que debería ser en Uruguay. Existe la colegialización obligatoria, la actividad esta regulada por ley, la carrera de operador inmobiliario está extendida a institutos públicos y privados.

Pero todavía existe esta expresión que duele y mucho "El que sabe, sabe y el que no pone inmobiliaria". Aunque no lo crean, esta frase está instalada en la mente de la gente, porque la ley establece obligaciones y derechos, pero no cambia el inconciente colectivo.

Nuestra batalla entonces, al menos la mas importante, no es conseguir solo una ley que ampare a nuestra actividad, sino conquistar a la opinión pública. Conquistar el reconocimiento de la sociedad uruguaya, crear conciencia de la importancia de nuestra actividad.

Puede ser mejor tener una ley que no tener nada, pero también es verdad que no cualquier ley es buena, de hecho ha habido proyectos de ley de algún legislador nacional, que claramente son un castigo, mas que una solución.

Pero cuidado las leyes también se cambian, porque cambian las administraciones. Lo que se escribe hoy con la mano, mañana se puede borrar con el codo, o simplemente modificarse.

Por eso, la manera de que sea una ley justa desde el principio, de que esto se mantenga en el futuro y en todo caso cambie para bien de quienes apuestan a la formalidad y al compromiso; es ganar la batalla en la opinión pública.

Es verdad que los actores políticos y los representantes nacionales no legislan mirando encuestas de opinión pública, pero es también cierto que no les es ajeno, que no las desconocen.

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya es una institución con una muy buena imagen hacia la gente, no estamos diciendo lo contrario. Lo que estamos diciendo es que esto, no es una cuestión de imagen, sino de que la sociedad uruguaya no tiene conciencia cabal de la importancia de nuestra actividad, en la vida del país.

Nosotros sabemos que nuestra actividad es uno de los principales dinamizadores de la economía, del comercio, de la construcción y por ende del empleo masivo de mano de obra, además de la generación de riqueza. Si la sociedad en su conjunto lo entendiera así, no sería una lucha de años la que hemos librado, todo lo contrario hubiera sido un trámite parlamentario en virtud de una necesidad evidente.

Probablemente no sea culpa nuestra, pero es nuestra responsabilidad cambiarlo, nadie más lo va a hacer por nosotros. Esta tiene que ser parte sustancial de nuestro trabajo, como institución, como empresas y como individuos.

Trazar nuevas estrategias de interacción y comunicación, ser generadores de ideas y propuestas en áreas en las que sin dudas somos idóneos, tomar acciones de responsabilidad institucional y empresaria.

Capacitarnos constantemente, ser más profesionales, crecer en todas las áreas que atañen a nuestra actividad y no perder la perspectiva ciudadana, empática y humana con nuestros clientes y conciudadanos, son las claves a mi entender para cambiar este paradigma.

La suma del accionar individual, de lo que cada uno hace desde su empresa es lo que compone el esfuerzo colectivo, que debemos emplear para esta cruzada a emprender.

Hay que salir de la perspectiva de qué puede o debe hacer el estado por la CIU, o la CIU por nosotros los socios; y pensar qué pueden hacer los socios por la CIU, o la CIU por el país.

De esta forma, ya no seremos sólo 600 empresas luchando por nuestro interés particular, sino algo muy diferente: la sociedad uruguaya toda la que se comprometa con un tema tan importante como impostergable.

Los invitamos a seguir participando desde
participar@ciu.org.uy

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

www.ciu.org.uy

Sumario

Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay

Ciudades

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya

Editorial	1
La primera visita a una propiedad	5
Consecuencia de una decisión política	8
Anatomía de las Burbujas	11
Perspectivas de negocios en Inversiones e Insfraestructura	12
Formación y autoempleo en España	15
Proyecto de ley de PPP: fomento a la inversión privada en infraestructura pública	16
Internet: Apúrese que no le queda mucho tiempo	19
Media sanción de un problema...	20
Recaudos técnicos obligatorios para efectuar una compraventa zona urbana o sub urbana	22
Coaching: Como, con quien, para qué?	26
I.C.I.U.: una década de capacitación inmobiliaria en Uruguay	28
Prevención de Lavado de Activos en el Sector Inmobiliario	30
XII Congreso Internacional de la Cámara Inmobiliaria Argentina Septiembre 16 y 17 en el Hotel HILTON, Bs. As.	
Uruguay presente en el 2° Simposio Internacional Inmobiliario realizado en San Isidro	33
Así vivimos la Cena del 30° Aniversario de la Cámara Inmobiliaria Argentina	35
Inscripción de Empresas	36
Negociación, estrategia & resultados	38
La CIU festejó su 23° aniversario	39
Jornadas de capacitación del último trimestre	40

*** Nota:** los artículos firmados son de entera responsabilidad del autor.

COMISIÓN DIRECTIVA ACTUAL
Rdor. Gabriel Conde / Presidente
Dr. Alfredo Blengio / Vicepresidente
Rdor. Assad Hajjoul / Secretario
Luis Silveira / Prosecretario
Proc. Juan José Roisecco / Tesorero
Walberto Mannise / Protesorero
Miguel A. Barboza / Directivo
Eduardo Gutiérrez Larre / Directivo
Milton La Porta / Directivo
Daniel Santestevan / Directivo
Dr. Alfredo Tortorella / Directivo

COMISIÓN FISCAL
Raúl Vilanova - Presidente
Daniel Alves
Gerardo Barrios
Gustavo Castelló
Juan Pedro Molla

CONSULTORES
Dr. Santiago Carnelli / Abogado
Cra. Tania Robaina / Asesora tributaria
Dr. Alfredo Tortorella / Dir. del ICIU

COLABORAN EN ESTE NÚMERO
Wilder Ananikian
Arq. Gustavo Barrios Sala
Prof. Samy Borensztejn
Dr. Leonardo Costa
Esc. Aníbal Durán Hontou
Ing. Francisco José Elices
Ximena Gómez
José Luís Pérez Collazo
Juan Francia Rava
Cra. Tania Robaina
Gerardo Silbert
Dr. Alfredo Tortorella

REDACTOR RESPONSABLE
Dr. Alfredo Tortorella

COORDINADOR GENERAL
Domingo Ayarza

STAFF
Dirección: Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Realización: Interacciona / Colonia 1294 P.1
Asesor en comunicación: Lic. Alexis Jano Ros
Diseño y armado: Pablo Batista

40 años orientando las inversiones inmobiliarias

Las inversiones inmobiliarias, hoy más que nunca, necesitan de un rumbo cierto para tomar decisiones importantes.

Ayarza Propiedades S.R.L. le ofrece amplias posibilidades de servicio para poder guiarlo con el respaldo profesional de 40 años de actividad ininterrumpida y un equipo de técnicos especializados.

- **Administración Profesional de edificios**
- **Alquiler y Ventas de propiedades**
- **Ventas de casas para Empresas**
- **Tasaciones**
- **Campos y Hoteles**

AYARZA PROPIEDADES S.R.L.

Río Negro 1380 esq. 1201 - Edificio Torre del Entrevero - Tel.: 2908 66 50*
ayarza@netgate.com.uy - www.ayarza.com.uy - Montevideo / Uruguay

Agilice y simplifique buscando su propiedad en
www.santestevan.com
La más amplia variedad de opciones inmobiliarias en Ciudad de la Costa.
Ventas / Alquileres / Administración
SANTESTEVAN
Negocios Inmobiliarios
Ciudad de la Costa - Montevideo
Av. Giannattasio km. 26 - tels.: (00598) 2696 4888 - 2695 7290 - 2696 2120
www.santestevan.com
Horario de atención lunes a sábados 9 a 18 hs.
CIU
CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

La primera visita a una propiedad

C mo preparar la vidriera y la gente para exhib rsela mejor al interesado en comprarla.

Dr. ALFREDO TORTORELLA
Director Académico del ICIU

Algunos lectores me han pedido que además de mis habituales reflexiones conceptuales, aborde también temas prácticos, que guarden estrecha relación con nuestra labor cotidiana.

A tal efecto, aporto como primicia parte del Capítulo 15 de mi libro-manual práctico (de inminente edición en Marzo 2011):

"Venta Inmobiliaria Profesional".

• MODALIDADES DE EXHIBICIÓN: LA HORA DE LA VERDAD

La visita de exhibición de la propiedad inmueble, es una instancia capital en el proceso de venta, por lo que debe ser cuidadosamente planificada. Es bajar a la cancha real o jugar el gran partido en el Estadio.
El lector creerá que exagero, pero como bien decía un viejo profesor: "si no planificas bien tu futuro, estarás planificando (sin quererlo) tu fracaso".
Recordemos esta otra sabia premisa: ***"nunca tendremos una segunda oportunidad para causar una excelente primera impresión".*** Y esta otra: ***"las cosas entran por los ojos".***

Todo esto debemos aplicarlo, no sólo al impacto agradable que nosotros como persona (en nuestro rol de vendedor profesional) debemos causar en el cliente, sino también al impacto que pueden causarle las cosas u objetos que le ofrecemos comprar, en el caso concreto: ***éste inmueble que le será exhibido.***

En los tiempos de prisa que vivimos, con el loco afán de maximizar el tiempo, a veces intercalamos una visita entre dos ya programadas: craso error.
Porque, este amontonamiento desprolijo nos conduce, irremediablemente, a mostrar las tres propiedades en forma improvisada y apresurada. Evidentemente, no es la mejor forma de ganar en eficacia ni en productividad; acaso sí tendremos una mejor "estadística" al cabo de la semana o del mes… Pero lo que se sacrifica es muy valioso: la calidad de nuestro servicio, y por ende, su efectividad!

Modestamente, creo que debemos hacer todo lo contrario: priorizar la calidad sobre la cantidad... y hasta sería deseable extender este principio a otros órdenes de la vida.

Debemos extremar los esfuerzos para que esa puesta en escena (tal como sucede en el día del "estreno o debut") sea lo más productiva posible. La fecundidad de esa instancia, depende, en buena medida de nuestro celo profesional, al tener que cuidar no sólo las cosas importantes, sino también los detalles menores.
Algunos de éstos, pueden parecer, a primera vista, como insignificantes para nosotros… pero quizás no lo sean para el visitante (quien es la estrella de esta película).
Sucede frecuentemente que no conocemos aún (al menos acabadamente) al prospecto que estamos invitando a visitar este inmueble a la venta. Por lo tanto, no nos queda otra opción que cuidar los detalles "genéricos" que puedan satisfacer un amplio abanico de gustos y necesidades.

Lo deseable, es que podamos mantener una instancia de entrevista con éste cliente comprador, antes de visitar cualquier inmueble, a fin de detectar con claridad su singular escala de valores, gustos, necesidades, aspiraciones, posibilidades reales, urgencias, nivel de glamour o moda, etc.
En esta segunda década del siglo XXI, eso es cada vez más difícil de lograr. En efecto, el público en general, quiere tener contacto directo y carnal con el inmueble, lo más rápido posible; todo lo demás que pretendamos hacer previamente le sonará a lastimosa "pérdida de tiempo"… En esto, el cliente se equivoca groseramente, porque sin nuestra calificación previa, perderá mucho más tiempo, ya que andará a tientas de su anillo al dedo. Pero, no podemos ser más realistas que el rey: él sigue empuñando el control remoto!

Cuidar entonces todos los detalles de la "vidriera" (aún los aparentemente insignificantes), es nuestra valiosa inversión de tiempo para asegurar el buen comienzo de la gestión de venta.
Esta tarea exige nuestra dedicación y detenimiento, pero sabemos que, finalmente redituará en buenos frutos.

VEAMOS TRES HIPÓTESIS FÁCTICAS O SITUACIONES DIVERSAS :

A) Si la propiedad está ***vacía y tenemos las llaves,*** la eficacia de la exhibición dependerá fundamentalmente de nosotros, salvo la presencia de problemas graves, que no sean sencillos ni rápidos de solucionar, o que impliquen una importante erogación de gastos (que la parte vendedora o arrendadora no está dispuesta a hacer).

B) Pero, si la propiedad está ***ocupada*** (por sus dueños actuales u otras personas, a diverso título), debemos contar con su valiosa colaboración, para lo cual, me remito a todo lo expresado en la parte final del Capítulo 10 de

este libro. Esta hipótesis, es la más compleja y engorrosa, y quizás sea la mayoritaria, razones por las cuales, le dedicaré especial atención. Recuerdo aquí especialmente, la imprescindible colaboración "silenciosa" que debemos pedirle desde el inicio al ocupante, respecto a la labor que despliegue nuestro vendedor, quien deberá desempeñar con claridad y exclusión el rol de ANFITRIÓN, y así guiar bien al visitante. No podemos admitir que el ocupante (sobre todo si es el propietario que quiere vender, a veces con exceso de ansiedad), hable de más o se inmiscuya en la instancia de la exhibición, porque pretendiendo colaborar, termina en general, siendo contraproducente. Y ello es así, sencillamente, porque aún no conoce al interesado que estamos acercando, como sí debería conocerlo (al menos en parte o de forma introductoria) el vendedor inmobiliario (es decir, nosotros).

C) La tercera hipótesis radica en la venta de ***tierras o edificios en construcción,*** para lo cual, antes de visitar el predio o la obra, debemos contar con herramientas e información idónea para preparar e ilustrar al prospecto. Me refiero a los planos (del terreno y de la construcción), maquetas (reales y virtuales), fotos, videos, folletos, memoria descriptiva de obra, etc. Con los modernos instrumentos informáticos, hasta se puede hacer una previa ***"visita virtual",*** paso a paso, que hará tangible el anticipo de la visita y sobre todo, nos dará valiosas pistas (aunque primarias) acerca de la aceptación o no que haga este cliente respecto a este producto. Al menos será como una sinopsis…la que luego, podrá ser verificada o rectificada, según el caso.

Hay pues una diversidad de sistemas de exhibición, pero en todos los casos, debemos extremar los esfuerzos para preparar la "alfombra roja", por donde deberá transitar, lo más cómodo posible, nuestro tan preciado prospecto (comprador o arrendatario).

A tal efecto, debemos comenzar por ser pulcramente puntuales, pero con fanatismo, ya que siempre somos nosotros quienes, como el novio en la boda, debe aguardar al cliente, tal como si fuera la preciada novia. Y esto es doblemente importante, si nuestro vendedor no conoce aún la propiedad a exhibir: debe ir a verla una media hora antes.

La comodidad también pavimenta el camino hacia la confianza y credibilidad.
La comodidad forma parte de la excelencia, porque el cliente suele proyectar (consciente o inconscientemente) ese bienestar inicial en un bienestar futuro: cuando logre encontrar y vivenciar su satisfacción, una vez concretado su negocio (y nada menos que con nosotros!).

• IMPACTO DE LA "VIDRIERA" (ESCAPARATE): SUS DETALLES

Al final del Capítulo 10, abordé este tema, por lo que, para evitar reiteraciones me remito a él.
Los aparentes detalles (para nosotros) pueden importar mucho para éste cliente de tal nombre y apellido que está visitando hoy ésta propiedad.

El cliente no compra por mis razones o mis gustos, sino por los suyos!

Por lo tanto, cuidemos que se sienta agradable en su tránsito y además que se sienta gratamente impactado al entrar a la finca.

La ***puesta en escena*** es de vital importancia y no sólo se refiere a los aspectos visuales, sino también a los auditivos y kinestésicos, cumpliendo así las tres dimensiones perceptivas que analiza la Programación Neuro-Lingüística, la cual les adjudica una jerarquía de significados valiosos que debemos saber leer y decodificar.

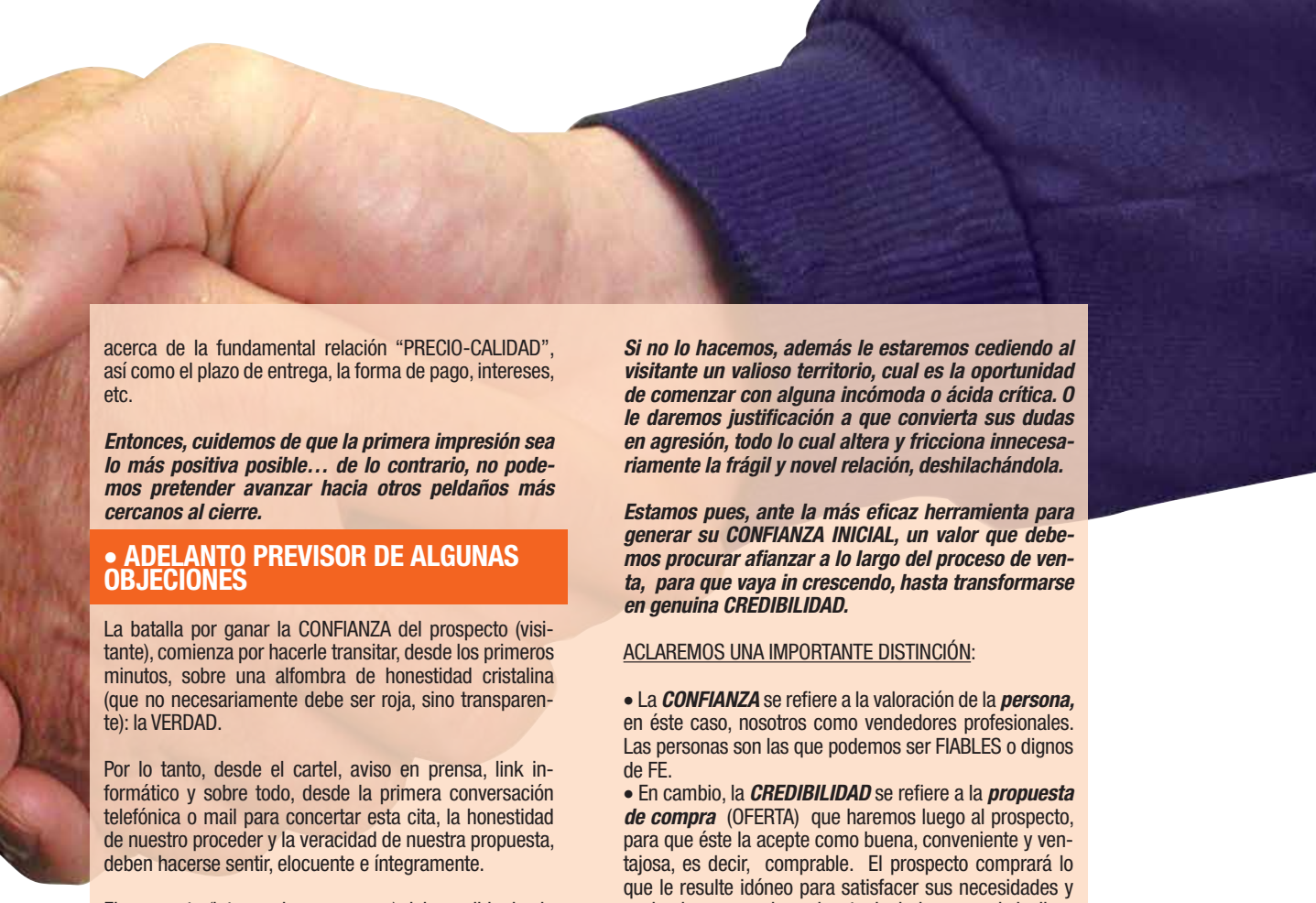
La prolijidad, el orden, el aseo, temperatura agradable, buena luz, ventilación y aromas, tranquilidad y silencio, y la esencial seguridad (ejemplo crítico: mascotas atadas!), conforman, entre otras cosas, esta dinámica buena escenografía de la exhibición.

Debemos procurar presentar al inmueble lo mejor posible, como para que este cliente de hoy sienta realmente que ésta propiedad le agrada y puede asemejarse mucho a lo que él está buscando: ésa es su más importante ecuación a resolver… ése es el comienzo del delicado proceso de su toma de decisión hacia la compra. Además, debemos hacerle ver que cuenta con una serie suficiente de bondades (para él) que le están invitando naturalmente a que la considere una buena opción de compra. El prospecto debe pasearse por dentro de la finca con la alegría y el beneplácito de creer que ***quiere permanecer en ella*** y que, por lo tanto, ya está en su nuevo hogar… Debemos lograr que ***"se haga esa película"!***
Pero cuidado: el límite ético y escrupuloso de todo este despliegue radica en que no podemos engañar al prospecto, maquillando o minimizando los defectos.

En esta primerísima entrada, no tenemos muchas armas ni potestades de negociación, salvo este sutil arte previo de preparar bien la "vidriera".
Porque, el prospecto, por más que confíe en nuestro rol de guía, y respete nuestro nombre y trayectoria, decidirá primariamente por sí solo, si le gusta o no… Es lo que llamamos vulgarmente "amor a primera vista".
Esa fuerte decisión inicial, aunque sea provisoria (y sometida luego a la verificación, impulso o confirmación de otros) depende exclusivamente de él, porque más que una decisión racional, es ciertamente un impacto a sus sentidos, y por ende, esencialmente irracional.

Atención: y si por pecado de ansiedad o exceso, nos inmiscuimos, presionando o invadiéndolo, o avasallándolo y apabullándolo, podremos echarlo todo a perder!

Luego, vendrán otros aspectos que sí debemos ir negociando nosotros en forma protagónica: la segunda visita (con el resto de la familia y/o asesores), los detalles a favor y en contra (objeciones), el precio y la argumentación



acerca de la fundamental relación "PRECIO-CALIDAD", así como el plazo de entrega, la forma de pago, intereses, etc.

Entonces, cuidemos de que la primera impresión sea lo más positiva posible… de lo contrario, no podemos pretender avanzar hacia otros peldaños más cercanos al cierre.

• ADELANTO PREVISOR DE ALGUNAS OBJECIONES

La batalla por ganar la CONFIANZA del prospecto (visitante), comienza por hacerle transitar, desde los primeros minutos, sobre una alfombra de honestidad cristalina (que no necesariamente debe ser roja, sino transparente): la VERDAD.

Por lo tanto, desde el cartel, aviso en prensa, link informático y sobre todo, desde la primera conversación telefónica o mail para concertar esta cita, la honestidad de nuestro proceder y la veracidad de nuestra propuesta, deben hacerse sentir, elocuente e íntegramente.

El prospecto (interesado en comprar) debe recibir, desde el inicio, indicios claros de que le estamos ofreciendo algo cierto y posible, a fin de diluir esa incertidumbre inicial (o a veces sospecha) que todos sentimos (no sólo los paranoicos) al relacionarnos con desconocidos.

Para ello, no basta con la descripción de la propiedad, usando adjetivos calificativos (adornados positivamente), sino que se requiere también que le hagamos presente alguna nota de defecto o carencia, a fin de demostrarle espontáneamente nuestra actitud ética y sincera. El prospecto lee esto como: "aquí no me quieren empaquetar ni envolver"… y le despierta inmediatamente una sensación de tranquilidad y alivio. Entonces, baja sus escudos defensivos y genera un ámbito en el cual, luego, se suele gestar la confianza.

Recordemos algo ya dicho: por teléfono no puedo pretender vender la propiedad, acaso sólo la cita. Entonces, debemos crear el clima para efectivizar la visita de exhibición.

Es por ello que, sea por mail o por teléfono o en la puerta del inmueble (antes de entrar), debo anticiparle algunas objeciones…¿cuáles?...
Obviamente, las más visibles y objetivas: las que todo el mundo se dará cuenta, tarde o temprano!
Esas objeciones notables, son las que pueden afectar a cualquier prospecto indeterminado, porque quizás aún no hayamos podido calificar bien las peculiaridades de éste singular que tenemos enfrente nuestro… Claro que si hubiésemos logrado hacerlo, obviamente que también le debemos anticipar las peculiares, que lo puedan afectar significativamente a él… porque eso, en definitiva, es lo que realmente importa.

Si no lo hacemos, además le estaremos cediendo al visitante un valioso territorio, cual es la oportunidad de comenzar con alguna incómoda o ácida crítica. O le daremos justificación a que convierta sus dudas en agresión, todo lo cual altera y fricciona innecesariamente la frágil y novel relación, deshilachándola.

Estamos pues, ante la más eficaz herramienta para generar su CONFIANZA INICIAL, un valor que debemos procurar afianzar a lo largo del proceso de venta, para que vaya in crescendo, hasta transformarse en genuina CREDIBILIDAD.

ACLAREMOS UNA IMPORTANTE DISTINCIÓN:

• La ***CONFIANZA*** se refiere a la valoración de la ***persona,*** en éste caso, nosotros como vendedores profesionales. Las personas son las que podemos ser FIABLES o dignos de FE.
• En cambio, la ***CREDIBILIDAD*** se refiere a la ***propuesta de compra*** (OFERTA) que haremos luego al prospecto, para que éste la acepte como buena, conveniente y ventajosa, es decir, comprable. El prospecto comprará lo que le resulte idóneo para satisfacer sus necesidades y aspiraciones, para lo cual, ante de duda, se puede inclinar la balanza a nuestro favor, siempre que él CREA en las bondades de nuestra propuesta.

Y por lo tanto, si él no confía en nosotros, tampoco luego aceptará (creerá) como suficientemente buena nuestra propuesta.
Esa ambigüedad, se tornará en incertidumbre y quizás también en una peligrosa y degradante sospecha, base de la desconfianza que, seguramente, conducirá a un estéril NO.

Este es el eslabón inicial de la cadena de transmisión que nos relaciona con el prospecto comprador. Aquí empieza a gestarse el complejo proceso de su toma de decisión.
Y si no es sólido este primer eslabón, tampoco lo será el proceso, y la gestión quizás no desemboque en la tan ansiada venta. Y ni siquiera podremos obtener la formulación de alguna oferta.

Este tema se relaciona íntimamente con otro ya analizado: la motivación genuina como base ética para evitar la manipulación insidiosa (de los vendedores inescrupulosos).
En el capítulo de Negociación (19), profundizaré este tema.

La confianza está unida íntimamente con la seguridad y la tranquilidad, ya que uno de los males más perversos que cunde en estos tiempos, es la paranoia de la desconfianza.
Entonces, ya que depende tanto de nosotros, ¡sepamos anticiparnos, combatiéndola con ética y mayor transparencia!
He aquí, el adelanto de uno de los secretos hacia el buen cierre de la venta inmobiliaria.

Asentamientos e inversiones en Soriano

Consecuencia de una decisi n pol tica.

Anoche mientras prendía mi computadora y colocaba la taza de café en el escritorio intentando darle forma a mi relato, me encontré de repente y sin querer, en la charla del gran Alejandro Dolina quien decía hablando de quien sabe que cosa **…"no hay que creer que el personaje es lo mismo que el autor, no hay que confundir al Quijote con Cervantes, a Hamlet con Shakespeare, porque el genio es el autor, que es quien lo imaginó y le dió vida, los demás son solo eso, Personajes"**

Me pareció que en ese momento exacto y por el arte de la coincidencia encontré el hilo conductor entre mi verdadera pasión que son las letras y mi profesión a la que me debo y a la que agradezco la oportunidad que me da de poder conjugar el pensamiento con la practica.

Decía Aristóteles: No hace falta un gobierno perfecto; se necesita uno que sea práctico "
La simplicidad del filosofo, aglomera todo nuestro pensamiento y nuestro deseo, ya que hace algún tiempo en **Soriano** se viene tratando la reglamentación de la ley de ordenamiento territorial, que sin ningún tipo de dudas cambiara la realidad estructural del departamento a corto y sobre todo a largo plazo.

Desde la **Cámara Inmobiliaria**, nos sorprende con cuanta liviandad y en que forma se esta manejando el tema desde el ámbito político (intendencia, ediles y diputados). Estamos convencidos que esta ordenanza es fundamental para organizar definitivamente el departamento y no solo desde el punto de vista practico, sino también desde el punto de vista social.

Sabido es el esfuerzo que ha realizado en el pasado inmediato el gobierno nacional y departamental para la erradicación de los asentamientos, sobre todo en la ciudad de Mercedes. Por ello le exigimos a los actores políticos que en este momento se hagan cargo del tratamiento adecuado de esta ordenanza , ya que no es una mas, por el contrario, es la mas importante de los últimos años y su aplicación incorrecta puede contrariarse con el sentir y el decir de ellos mismos.

"en los gobiernos blanquicolorados se generaron y crecieron asentamientos. Sus políticas económicas generaron esta difícil situación de precarias construcciones en que habitan tantas familias en condiciones infrahumanas. No fueron capaces de solucionar el problema. ….. Con el gobierno del Frente vamos solucionando ello… La Intendencia colabora y ello tiene su mérito, pero aquí debe quedar todo bien claro y cristalino, el grueso de los recursos y decisiones provienen del gobierno nacional. Vamos cambiando la situación, y con orgullo podemos decir que Soriano es el departamento del interior para el cual el gobierno nacional destina más recursos para los asentamientos. "DIPUTADO ROQUE ARREGUI: Lunes 9 de octubre de 2006 -

"…Continuaremos con algo muy importante. En colaboración con los ministerios de Vivienda y de Transporte, realojamos el 90% de los asentamientos. … Soriano es el departamento en el que más se hizo para realojar asentamientos en el país…. Nuestra propuesta es realojar ese 10% de familias que aún quedan viviendo en malas condiciones. …. " 6 de Mayo 2010 - INTENDENTE GUILLERMO BESOZZI - La Democracia -

Como hemos visto, los máximos actores políticos del departamento han dado su punto de vista al respecto. Nosotros, desde nuestro lugar haremos un análisis de la situación , pero convencidos de que la ley de ordenamiento en tratamiento debe ser analizada con el debido cuidado y el mayor compromiso de todas las partes involucradas.
Estamos seguros que si no se logra una mayor extensión del área urbana, los grandes perjudicados serán en primera instancia los ciudadanos de menor recurso económico y luego la ciudadanía en su conjunto, ya que vamos a abortar la posibilidad de que se acceda a una vivienda digna y decorosa, conduciendo directamente al resurgimiento natural de los asentamientos.

Si bien es cierto que nuestra actividad es con fines de lucro, debemos y tenemos la obligación moral de bregar por una mejor distribución de los emprendimientos inmobiliarios, para que de esta manera cubran en un todo el espectro de nuestra sociedad.

La creciente velocidad con la que mueven enormes masas de capital, el debilitamiento de la intervención estatal en la gestión urbana y la competencia entre ciudades que buscan atraer inversiones, han potenciado la importancia de los negocios inmobiliarios en el desarrollo urbano. Estas inversiones se orientan en su gran mayoría a construir grandes complejos comerciales, modernos edificios de oficinas y lujosas residencias que, aunque pueden contribuir al crecimiento de la ciudad, también profundizan la fragmentación y las desigualdades territoriales.

Desde las tres últimas décadas del siglo pasado, un conjunto de cambios ha afectado sustantivamente la organización y el funcionamiento, así como la morfología y el paisaje, de un número creciente de grandes ciudades en todo el Uruguay (Ej. Fray Bentos, Colonia, Punta del Este, etc.).

Uno de los cambios que ha tenido mayor incidencia en la actual revolución urbana es el generado por el aumento de las inversiones inmobiliarias privadas.

En este escenario, la recuperación del crecimiento económico en numerosas ciudades implicadas en la dinámica globalizada las ha convertido en escenarios privilegiados para la valorización de los capitales móviles.

- En primer lugar, la incontenible financierización de la economía mundial que, con el estímulo de las políticas de desregulación, privatización y liberalización, cobró mayor impulso desde mediados de los 70.

Esto generó un sustantivo aumento de la oferta de capital, una parte importante de la cual se orientó hacia la inversión inmobiliaria.

- En segundo lugar, el abandono de los esfuerzos por promover una planificación urbana racionalista, normativa y centralizada, y su reemplazo por un enfoque en el que priman los criterios de neutralidad y subsidiariedad del Estado.

Esto contribuyó a consolidar una situación en la que las decisiones y las acciones privadas pueden desplegarse con mucha más autonomía y libertad que en el pasado.

- Finalmente, la generalización, en el marco de este nuevo enfoque de gestión urbana, de estrategias de competitividad urbana y city marketing, mediante las cuales las autoridades de un número creciente de ciudades buscan, explícita y deliberadamente, atraer capitales externos.

Como parte de este proceso, se observa un incremento de los negocios inmobiliarios en las principales ciudades, lo cual ha generado un efecto decisivo en la metamorfosis urbana.

En esta dinámica, al tiempo que los capitales aumentan aceleradamente su movilidad por un espacio cada día más extenso, también incrementan su autonomía, con respecto a las indicaciones públicas como al movimiento de mercancías.

La inversión de un determinado lugar están definidos por las condiciones para la valorización del capital que dicho lugar pueda ofrecer. En esa situación, frente a la creciente autonomía de los flujos de capital para escoger hacia dónde dirigirse, los lugares solo pueden incrementar su capacidad de atracción, para ser competitivos.

En otras palabras, el aumento de la inversión inmobiliaria fue estimulado por la recuperación del crecimiento de ciertas ciudades, evaluadas por los potenciales inversores como lugares recomendables para la obtención de tasas de retorno más elevadas que las que podían ofrecer otros destinos.

Al mismo tiempo, junto con el persistente incremento de los flujos de capital, de origen tanto interno como externo, se ha observado, especialmente en los ciudades mas importantes del país, un aumento de la demanda de una amplia variedad de productos inmobiliarios por parte de familias y empresas. Entre estos nuevos productos inmobiliarios se destacan los denominados «grandes proyectos urbanos» los cuales dejan una especial impronta en las ciudades y generan un impacto relevante en su organización y funcionamiento.

Pero los efectos, aunque importantes, son limitados. Dado que la mayor parte de las grandes inversiones inmobiliarias se ha orientado a satisfacer los requerimientos de los sectores más solventes, ellas se han concentrado solo en ciertas zonas, en desmedro de las áreas habitadas o utilizadas por los sectores de menores recursos. Esto ha contribuido a profundizar las desigualdades que caracterizan la configuración socio territorial de estas ciudades.

En general, el crecimiento de las inversiones ha generado un crecimiento desmesurado de la oferta inmobiliaria, generalmente acompañado por un sostenido aumento de los precios de la tierra y de los bienes raíces, lo que en muchos casos ha producido importantes distorsiones en los mercados respectivos.

Subsidiariedad estatal y gestión urbana

La adopción de los criterios de subsidiariedad estatal y el consiguiente repliegue del intervencionismo en la gestión urbana constituyen otro de los factores que contribuyeron a estimular los negocios inmobiliarios.

La convicción era que las recetas basadas en una mayor intervención estatal no resultaban efectivas para conducir o regular los procesos de cambio en sociedades crecientemente complejas, tanto en el ámbito nacional como en el urbano. A medida que esta idea se fue imponiendo se produjo el abandono, hoy prácticamente total y definitivo, del enfoque del urbanismo racionalista.

La convicción dominante desde entonces es que el manejo de los procesos económicos y sociales debe regularse por el libre juego de las fuerzas del mercado mediante el principio de subsidiariedad estatal. Esto significa, básicamente, que «el Estado debería sujetar sus funciones a un esquema de racionalidad económica en el que estarían claramente diferenciadas las actividades públicas y el nuevo papel del capital privado, núcleo de las capacidades y la iniciativa individual».

A partir de estas nuevas premisas, se llegó a la conclusión de que «la intervención política y urbanística tiene mucho más peso si se inserta en un proceso que toma fuerza independientemente de ella» .

Competitividad de las ciudades

Además del impacto de la globalización financiera y el nuevo enfoque de gestión urbana que mejoró las condiciones para los negocios inmobiliarios, los gobiernos locales han justificado sus estrategias de city marketing mediante el supuesto de que un mayor flujo de capitales (así como también la presencia de nodos de empresas y de visitantes globales) constituye un requisito para incrementar la capacidad productiva y el crecimiento. Esto, a su vez, sería una condición necesaria para aumentar los niveles de empleo y de ingreso y, por último, para asegurar una mejor calidad de vida para los habitantes.

En concordancia con estos objetivos, por lo general las inversiones inmobiliarias han sido altamente valoradas por las administraciones urbanas, al considerar que inducen la activación de la industria de la construcción, y a su vez esta, por sus efectos en términos de encadenamientos productivos y por su capacidad para generar empleos, beneficiaría el crecimiento general de la ciudad.

Sin embargo, cuando se analizan las motivaciones de los inversores inmobiliarios, no hay que soslayar que, como señala Chris Hamnett, «el sector privado, con conocimiento de causa, no realiza inversiones no rentables, sin importar lo socialmente loables o deseables que puedan ser, y las principales opciones para los gobiernos locales son a menudo tratar de oponerse a los desarrollos privados o trabajar con ellos»

Esto, por supuesto, les otorga poca importancia a temas como la vivienda popular o la infraestructura básica para los sectores mas desamparados.

En un balance final, se puede concluir que las inversiones inmobiliarias han tendido a materializarse ante todo en el «inmobiliario de empresa» y en las respuestas a las sofisticadas demandas residenciales de los sectores de mayores ingresos, situadas principalmente en las áreas más desarrolladas de cada ciudad.

La tendencia dominante, entonces, ha sido hacia la agudización o la preservación de una ciudad desigual y fragmentada, no apuntando a las áreas donde residen los sectores de menores ingresos que continúan suscitando escaso interés como destino para el capital inmobiliario.

Esta situación es particularmente preocupante. Si no se logra cambiar la orientación de las inversiones inmobiliarias aquí analizada, las carencias de infraestructura y vivienda que actualmente afectan a los sectores populares, continuarán siendo un problema de difícil solución.

En la medida en que esta tendencia continúe afirmándose, se corre el riesgo,como afirma Harvey, de «dejar la suerte de las ciudades casi en su totalidad en manos de los contratistas y especuladores inmobiliarios, de los constructores de oficinas y del capital financiero»

Para finalizar y pasando definitivamente la posta a las autoridades competentes, tomaremos las palabras del gran Napoleón **“ Interesarse por los intereses de todos es propio de un gobierno ordinario; preverlos es digno de un gran gobierno ”** y ojala que los “autores” sean los verdaderos protagonistas de nuestra historia.

JUAN FRANCIA RAVA - PRESIDENTE DE LA CAMARA INMOBILIARIA DE SORIANO

Anatom a de las Burbujas

Las burbujas en activos tienen su origen en períodos prolongados de tasas de interés muy bajas, con las autoridades más preocupadas que los inversores sobre el crecimiento.

La actual perspectiva para el crecimiento global se mantiene frágil, lo que vuelve a las autoridades de Asia y América Latina reticentes a subir con mayor agresividad sus tasas de interés.

El contexto en Uruguay no escapa al internacional, sin embargo, las subas en los precios de los activos deberían tomarse un respiro, para que se consolide una verdadera burbuja.

Al pensar en la burbuja del mercado inmobiliario de EEUU es usual encontrarse con que el factor que tuvo la contribución más gravitante fue el extenso período de bajas tasas de interés entre 2001 y 2004. Por supuesto que otros aspectos también impactaron, pero la baja agresiva en la tasa de interés en dólares tuvo un papel preponderante. ¿Por qué entonces no se aumentó antes la tasa? En aquel momento otra burbuja había "explotado" recientemente, la del sector de internet, la preocupación que EEUU siguiera el mismo camino de Japón y luego el ataque del 11 de setiembre, hacen que en aquel momento difícilmente se pudiera seguir el camino de política monetaria restrictiva, con el objetivo de evitar una probable burbuja en el sector inmobiliario.

Adicionalmente, las autoridades le temen más a las pérdidas que los inversores, mientras que los inversores se ilusionan más con probables ganancias. No le va a cambiar la vida a un presidente de un banco central si existe un gran crecimiento económico, pero si un país vuelve a entrar en recesión probablemente se lleve gran parte de la culpa. Por otra parte, el inversor puede obtener grandes beneficios comprando activos en las etapas tempranas de los ciclos económicos. Obviamente éste también le teme a las pérdidas, pero la probabilidad de ganancias compensa la toma de ciertos riesgos. Para ponerlo de otra forma, bajo incertidumbre, las autoridades se inclinan a dejar en su lugar las políticas monetarias que estimulan la actividad (tasas bajas) dado que temen que se profundice un período de contracción económica.

Es lo que puede estar sucediendo actualmente, con un escenario macroeconómico incierto, las autoridades monetarias de los principales países desarrollados mantienen sus tasas de interés en niveles mínimos, incluso a pesar del aumento en los precios de los activos. Por otra parte las autoridades de las economías emergentes suben sus tasas de interés, aunque menos de lo que necesitarían para contener las presiones inflacionarias subyacentes.

Pero la elevada liquidez no es suficiente, el desarrollo de una burbuja en cualquier mercado requiere períodos de consolidación que "inviten" a nuevos inversores a participar, se necesitan períodos de calma en la actividad que convenzan a compradores potenciales que no "perdieron el tren", todavía.

Cuando ocurrirá dicho período de consolidación en el mercado inmobiliario uruguayo, si ocurre, es extremadamente complejo de pronosticar, aunque luego de las impresionantes subas de los últimos años podemos estar cerca del punto donde un respiro es necesario. De otra forma esto podría nunca llegar a ser una verdadera burbuja, tanto porque los bancos centrales suban sus tasas de interés volviendo más atractivas las inversiones financieras o porque los inversores se asusten de subas desmedidas en los precios, lo que haría que se "desinflara" una burbuja antes de alcanzar su desarrollo completo.

La existencia de una burbuja requiere, además de liquidez financiera abundante, otro factor: confianza.

El inversor solo entrará al mercado si realmente está convencido que el futuro es brillante. Es difícil juzgar si el optimismo existente llevará a la formación de una burbuja, aunque patrones recientes en la conducta de inversores en Asia y en ciertas regiones de América Latina sugieren que en estas regiones puede estar aumentando la confianza de los inversores de forma tal que impulse la toma de créditos de forma masiva.

Esta observación tiene que ver con el apetito por el riesgo de los inversores a lo largo del tiempo, formación y destrucción de una burbuja sucede con una periodicidad remarcable, habitualmente entre 10 y 15 años. En Asia hoy, una "mentalidad de burbuja" podría estar construyéndose. Lejos de la aversión al riesgo, los participantes del mercado muestran un apetito remarcable por activos a pesar de la elevada volatilidad. Sin dudas la reciente crisis financiera le ha dado una característica fundamental: que Asia está lo suficientemente madura para ser arquitecta de su propio destino, más allá de la coyuntura en países desarrollados, en particular en EEUU.

Además, y después de todo, que inversor, asiático o no, puede resistir la tentación de casi 3.000 millones de consumidores volcándose al mercado y comenzando a gastar? Para América Latina, la historia es diferente y similar al mismo tiempo, existen la liquidez y la confianza necesaria, aunque seguimos siendo vulnerables a shocks externos, el cambio ahora está siendo la región desde la cuál pueden provenir los disgustos.

Miremos a Asia con un mayor detenimiento.

ELABORADO EN BASE AL INFORME "THE ANATOMY OF BUBBLES" DE FREDERIC NEUMANN - ECONOMISTA DE HSBC GLOBAL RESEARCH CON FECHA 21-10-2010. Derechos Reservados.

Perspectivas de negocios en Inversiones e Infraestructura

El año 2011 se perfila como un año de inversiones en infraestructura promovidas desde el Gobierno mediante licitaciones y llamados específicos, así como a través del proyecto de Ley de Participación Público Privada.

Los sectores en los cuales el Gobierno promueve la inversión en infraestructura están liderados por el sector energético, la infraestructura portuaria y la infraestructura social.

Sector energético

Uno de los principales proyectos que se prevé continuará evolucionado y dará un fuerte avance en el año 2011 es la construcción de una Planta Regasificadora de Gas Natural Licuado (GNL).

Con el fin de llevar adelante el proyecto, durante este año se constituyó una sociedad anónima -Gas Sayago S.A.- cuyos accionistas actuales son UTE y ANCAP. Gas Sayago S.A. participará del proyecto asociada con terceros, entre los cuales se prevé la participación de la estatal argentina ENARSA.

Se estima que el proyecto demandará una inversión de aproximadamente 300 millones de dólares a cargo de privados, monto que dependerá de la tecnología que se decida utilizar.

Desde el Gobierno se está trabajando en los estudios técnicos y la elaboración de los pliegos que permitirían realizar un llamado en el mercado internacional durante el primer trimestre de 2011.

El proyecto de planta regasificadora de GNL terminará con la dependencia uruguaya del gas natural argentino. En los últimos años, la crisis argentina en el mercado del gas ha provocado la aplicación de retenciones e impuestos a las importaciones de gas, así como el redireccionamiento compulsivo del gas hacia el mercado interno argentino.

Contar con suministro de GNL en el mercado local permitirá la expansión de la utilización de esta fuente de energía tanto a nivel residencial como industrial, de la mano de precios más competitivos.

En el sector eléctrico, UTE está impulsando una Licitación internacional para la interconexión eléctrica de 500 kV entre Uruguay y Brasil. El acto de apertura de las ofertas está fijado para el próximo 12 de enero de 2011.

El objeto de la Licitación consiste en el suministro e instalación de las líneas aéreas de 500 kV y 525 kV en el territorio uruguayo, necesarias para conectar la Conversora de Frecuencia 50/60 Hz a las redes de trasmisión uruguaya y brasileras existentes.

En esta licitación están incluidas obras de telecomunicaciones asociadas al proyecto y necesarias para la operación de las líneas, como el suministro e instalación de cable de guardia con fibra óptica así como la bajada y conexión de las fibras ópticas.

También en el sector eléctrico, presenciaremos en el año 2011 la firma de los contratos de compraventa de energía eléctrica de fuente eólica fruto de la licitación llevada adelante por UTE durante este año. Esta licitación, originalmente pensada para contratar 150 MW de potencia instalada, tuvo una amplia convocatoria que excedió ampliamente lo previsto por UTE. En el acto de apertura se presentaron 15 oferentes con 22 proyectos de generación, por un total de más de 900 MW de potencia instalada.

Infraestructura portuaria

Con el ánimo de ordenar la actividad del sector y desahogar el puerto de Montevideo, la Administración Nacional de Puertos (ANP) ha lanzado una licitación para la concesión por 30 años de una Terminal Pesquera en Capurro, Bahía de Montevideo.

Con un total de 1006 metros de muelles, cámaras frigoríficas y un área para contenedores refrigerados, la inversión total de esta parte del proyecto superará ampliamente los 50 millones de dólares.

La ANP ha fijado la fecha de apertura de las ofertas para el 16 de febrero de 2011.

Con este proyecto, Montevideo contará con una terminal especializada en pesca que se adecuará a los requerimientos tecnológicos modernos, permitiendo la operativa solamente con buques pesqueros y barcos mercantes frigoríficos.

También dentro de inversiones en infraestructura portuaria, pero desde sector privado, se está promoviendo la construcción de una terminal granelera portuaria sobre el Río Tacuarí para la operativa de granos, con una planta de silos asociada.

La Terminal Tacuarí, impulsada por Fadisol S.A. y para la cual nuestro Estudio presta asesoramiento jurídico integral, significará una vía de salida de la producción nacional de granos en un sector del país donde no hay infraestructura portuaria que canalice la producción nacional hacia el exterior.

Inversión de privados en infraestructura pública: proyecto de Ley de PPP

Resulta imposible obviar el comentado proyecto de Ley sobre Participación Público-Privada (PPP) propuesto por el Gobierno para vehiculizar la inversión de los privados en infraestructura pública.

El proyecto de ley ingresó al parlamento en el mes de noviembre de este año y es razonable prever su aprobación para el año 2011.
El proyecto establece un marco jurídico integral que regula los contratos entre el Estado y los particulares en proyectos PPP.

Los proyectos PPP están siendo utilizados con éxito en diversos países. Esta herramienta permite que mediante la colaboración entre el Estado y los privados, más un adecuado manejo de los riesgos del proyecto, se ejecuten obras y se presten servicios que por las vías presupuestales tradicionales sería imposible de concretar. Obras que en definitiva redundan en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Si bien el proyecto de Ley puede ser mejorado, y en algunos puntos discrepamos como en la derogación del régimen general de iniciativa privada, en líneas generales consagra una herramienta que resultará seguramente útil para atraer inversiones al país.

Se destacan en el proyecto algunas innovaciones legislativas que entendemos oportunas y positivas para la atracción de inversiones, como la regulación de "Diálogo Competitivo" para la selección del privado que contratará con el Estado.

La inclusión de este proceso de "Dialogo Competitivo" permite la intervención de los privados en la redacción de los Pliegos de Condiciones, asegurando al Estado la presentación del mayor número posible de ofertas provenientes de oferentes calificados. Esto también redunda en definitiva en la contratación a precios más convenientes.

También se destaca como positivo la consagración legal del derecho del privado al mantenimiento de la ecuación económica financiera del contrato de PPP y la renegociación de los contratos como consecuencia del impacto de circunstancias externas a las partes.

La consagración del arbitraje como regla legal de principio para la solución de controversias entre el particular y el Estado, también resulta positivo para atraer inversiones.

De acuerdo con información proporcionada por el Gobierno, serían numerosos los proyectos que se ejecutarían en el 2011 mediante la modalidad de PPP y representarán una ayuda importantísima para sostener el crecimiento económico de nuestro país. Dentro de estos proyectos a ser vehiculizados a través de PPP, se perfilan las obras de infraestructura social, como cárceles y sanatorios.

Agronegocios

Evidentemente el sector agropecuario en nuestro país abandonó definitivamente viejos paradigmas y postulados, cediendo terreno a la mayor sofisticación y optimización de los recursos naturales que jamás conoció, pero fundamentalmente, al cambio de los actores que participan del mismo.

A ello sumemos que el crecimiento de las exportaciones se sitúa a la vanguardia de la región, con un aumento anual promedio del 15%. Solamente la depreciación del dólar impide mejores resultados.

¿Qué datos deberíamos tomar en cuenta para el próximo año? Las condiciones externas en materia de volúmenes de demanda, diversificación de mercados (solo superado por Brasil en la región) y precios favorables parecen augurar un sostenido crecimiento del sector. En materia de granos y carnes las previsiones son clarificadoras: records de producción y exportación.

Si a esto le agregamos la existencia de grandes extensiones de superficies aún ociosas en nuestro país, con una capacidad producción alimentaria para 50 millones de personas, parece que queda mucho espacio para el crecimiento y la inversión.

En relación a este último aspecto, - la inversión -, la crisis de los derivados financieros en otras latitudes no parece haber afectado o afectar en el futuro inmediato a este sector de la economía. Más bien todo lo contrario. Es que en realidad se advierte un corrimiento de la ingeniería de derivados, que ahora busca espacios en la creación de un mercado de títulos atado a los precios de los commodities.

En tal sentido, nuestro Estudio participará en el asesoramiento y estructuración que Union Agriculture Group ha anunciado formalmente acerca de su decisión de volcarse en el 2011 a la emisión de acciones en el mercado de capitales local por más de USD 100 millones, lo que consideramos una señal positiva de las bondades y necesidades de expansión del sector.

¿Qué señales se adelantan desde el Estado? En líneas generales nada que sustancialmente vaya a contramano de las necesidades del sector.

En materia regulatoria se ha sugerido como prioridad la necesidad de la regulación de la agricultura con base en planes de uso y conservación de los suelos según su capacidad; todo lo cual apunta a requerimientos de una mayor tecnificación en el manejo de los mismos. El plan piloto se aplicará a la agricultura, cuyos empresarios deberán presentar un plan al finalizar el primer trimestre de 2011.

En los aspectos tributarios se ha descartado desde filas gubernamentales la aplicación de retenciones, manteniéndose el esquema vigente que se distribuye entre impuestos a la tierra, a la renta o las transacciones de productos agropecuarios.

En resumen, de mantenerse un escenario favorable de las externalidades (fundamentalmente mantenimiento de mercados y precios), los niveles constantes de crecimiento e inversión en el sector deberían ser sostenidos para el próximo año.
En este sentido debería advertirse una mejor planificación de este segmento de la economía para estar conectada a la "lógica del capital" y al crecimiento de la demanda.

Sanguinetti/Foderé/Bragard. Abogados
El capítulo forma parte del informe "Guía de Negocios Uruguay 2011"

fnac

Mercado Espa ol

Formaci n y autoempleo en Espa a

JOSÉ LUÍS PÉREZ COLLAZO
Corresponsal

Actualmente hablar de falta de empleo en el mercado inmobiliario de España, no es ningún desatino, a pesar de que la mala situación económica ha arrasado con furia este negocio dejando a su paso miles de parados.

No se puede hablar de recuperación, pero lo cierto es que el mercado inmobiliario parece recobrar cierto tono. Al consultar los últimos datos del Ministerio de Vivienda, puede observarse que en el segundo trimestre del año se han vendido un 25% más de casas.

Hay decenas de cursos de formación para desempleados y profesionales. Las agencias inmobiliarias que han aguantado el tirón recuperan sus maltrechos planes de expansión y comienzan a abrir nuevas oficinas, la mayoría franquicias. Es un buen síntoma que exista un aumento en la contratación indefinida para el personal que quiera trabajar en este sector, con respecto al cuarto trimestre del año 2009.

Hay empresas que están demandando trabajadores con experiencia y también es una buena oportunidad para las personas sin experiencia que quieren trabajar, con tal fin, se está preparando el primer plan de formación sectorial gratuito, impulsado por Aegi (asociación empresarial de gestión inmobiliaria), su objetivo es que los alumnos pasen después a trabajar en agencias de Madrid.

Firmas que en años anteriores fueron un importante pilar del sector inmobiliario, ya retomaron la implantación de cursos; Don Piso, Expofinques, Look & Find o Re/Max.

El comercial de hoy día nada tiene que ver con el de hace cuatro o cinco años, ahora más que nunca, necesita formación profesional, a diferencia del año 2000 en que se liberalizó el sector y cualquiera podía ser inmobiliario sin necesidad de tener conocimientos.

En estos tiempos es impensable, ni siquiera es factible ganar lo mismo que en pleno boom los ingresos medios de una inmobiliaria han caído entre un 70% y un 80%.

La formación para los actuales inmobiliarios comprende programas legislativos y fiscales, subvenciones, planes de vivienda, últimas técnicas de ventas y de marketing, administración de comunidades de propietarios y alquiler de viviendas.

En lo referente a la posibilidad de autoempleo, el perfil de la persona que hace cursos de formación procede del sector inmobiliario, quiere aprender técnicas de venta novedosas y abrir su propio negocio. Las opciones de incorporarse al mercado laboral tras estos cursos son reales, porque es uno de los negocios donde menos inversión se necesita y es más fácil el autoempleo.

Es importante tener presente que hay menos competencia (en torno al 75% de las inmobiliarias que había en 2007 han cerrado) y hay una demanda acumulada a la espera de que se abra el grifo de la financiación para poder comprar casa.

Para los profesionales del sector, en paro o en activo, que quieran ampliar conocimientos hay decenas de posibilidades. Es cuestión de elegir el curso que mejor se ajuste a sus necesidades y bolsillos.

Estudios Inmobiliarios de la Universidad Autónoma de Madrid imparte formación con programas prácticos, con una matrícula de 900 € y dispone de becas para profesionales en paro (400 €)

En el otro extremo, la escuela de negocios La Salle imparte desde 1998 un máster en gestión de los edificios de 500 horas, su precio es de 10.000 €.

Muchas veces escuchamos que “el saber no ocupa lugar “, hoy más que nunca en España no cabe duda que para tener un lugar en este sector, hay que saber sobre este negocio y dejar de improvisar de una vez por todas.

Proyecto de ley de PPP fomento a la inversi n privada en infraestructura p blica

Los Estados están enfrentados a la creciente necesidad de ejecutar proyectos de infraestructura pública con una disponibilidad financiera limitada. Ante esta situación, la participación del sector público y privado para ejecutar estos proyectos surge como una alternativa para liberar recursos y optimizar las inversiones del Estado, abriéndose nuevas oportunidades de inversión para los particulares.
La participación público-privada, denominada PPP, está siendo utilizada con éxito en diversos países y permite que a través de la colaboración y la adecuada distribución de los riesgos entre el Estado y el particular se ejecuten obras y se presten servicios en beneficio de la sociedad en su conjunto.

¿Que son las PPP?

Las PPP son un mecanismo por el cual el Estado y los particulares se unen para la ejecución de un proyecto de infraestructura o de servicios, cuya financiación por las vías presupuestales tradicionales no sería posible sin desatender otro tipo de necesidades prioritarias.

El rol del sector privado puede limitarse al diseño de la obra, su construcción, mantenimiento, financiación o incluso abarcar la operativa del proyecto y/o la prestación de servicios conexos. Como compensación por la inversión en el proyecto, el privado percibirá una remuneración en los términos contractuales acordados. Esta contraprestación puede provenir de fondos del Estado o de los propios usuarios del proyecto.

En Uruguay la colaboración entre el sector público y el privado no es un fenómeno nuevo. Hoy existen normas sobre Concesión de Obra Pública y normas sobre contratación administrativa que han sido la base para la ejecución de proyectos. Sin perjuicio de ello, en el mes de noviembre, el Poder Ejecutivo ha enviado al Parlamento un proyecto de Ley que establece una regulación de los contratos de participación Público-Privada para la financiación, diseño, implementación y operación de infraestructuras y la prestación de servicios relacionados. Entendemos positivo contar con un marco jurídico específico que regule en forma integral y completa esta modalidad de participación entre el Estado y los particulares.

Primeras impresiones del proyecto de Ley de PPP

De una lectura preliminar del proyecto de Ley, se destacan algunos puntos de interés que innovan o marcan las particularidades del régimen.

Implementación del proyecto. La implementación del proyecto podrá estar a cargo de la Administración Pública contratante o de la Corporación Nacional para el Desarrollo (CND). A estos efectos, el proyecto amplía las competencias de la CND para que pueda actuar en la implementación y asesoramiento en los proyectos de este tipo. La implementación del proyecto por la CND sólo podrá realizarse cuando el proyecto no supere un monto de inversión que fijará posteriormente la reglamentación.

Registro de Proyectos. Se creará un Registro de Proyectos de Participación Público-Privada en la órbita del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), donde se inscribirán los contratos que se celebren. También en la órbita del MEF se crea la Unidad de Proyectos de Participación Público-Privada, delegando en la reglamentación la forma de integración y los cometidos.

Selección del privado. El proyecto de Ley regula el proceso de selección de los privados que contratarán con el Estado en este régimen. El proceso de selección deberá ser siempre competitivo y podrá iniciarse por la propia Administración o por iniciativa privada. El proyecto otorga discrecionalidad a la Administración Pública para determinar qué tipo de procedimiento competitivo a utilizar para seleccionar al privado que contratará con el Estado.

Por tanto, el procedimiento a utilizar no necesariamente tiene que ser la Licitación Pública (procedimiento competitivo más regulado en nuestro Derecho), sino que puede utilizarse también la subasta, el dialogo competitivo y cualquier otro procedimiento competitivo que no fuera contrario a los principios generales de contratación pública.

En este sentido, el proyecto incluye como novedad el procedimiento de “Diálogo Competitivo”. Este proceso implica un dialogo con determinados postulantes precalificados con la finalidad de que los privados puedan contribuir a la definición del contenido de los Pliegos de Condiciones. Esto es particularmente útil y conveniente en los casos en que el proyecto a ejecutar es muy complejo y la Administración tiene poca o nula experiencia en el mismo. Debe considerarse que muchas veces, el fracaso de los procesos licitatorios o competitivos son la consecuencia directa de una pobre redacción de los Pliegos de Condiciones. Si los privados no encuentran en los Pliegos una adecuada distribución de los riesgos del proyecto o el contrato resultante no es financiable en el sector privado, entonces se termina con licitaciones desiertas, licitaciones con oferentes menos calificados y ofertas económicas inconvenientes donde el particular traslada al precio las deficiencias de los Pliegos. Como consecuencia, la contratación se frustra, o en el mejor de los casos, el Estado termina contratando a precios demasiado altos o con oferentes menos calificados.

La inclusión de este proceso de “Dialogo Competitivo” permite la intervención de los privados en la redacción de los

Pliegos de Condiciones, asegurando al Estado la presentación del mayor número posible de ofertas provenientes de oferentes calificados. Esto también redunda en definitiva en la contratación a precios más convenientes.

Iniciativa privada. El proyecto contempla que los privados puedan presentar una iniciativa para el desarrollo de proyectos de PPP, y en este caso será la Corporación Nacional para el Desarrollo (CND) la encargada de recibir y analizar las iniciativas que se presenten.

El proponente de una iniciativa privada tendrá derecho a determinados beneficios en el proceso de selección del privado que contratará con el estado. Entre estos beneficios se destaca el reembolso de gastos incurridos de la presentación de los estudios de factibilidad y la ventaja del 10% en la valoración de su oferta.

El proyecto deroga el régimen de iniciativa privada regulado por la Ley Nº 17.555 y establece que a partir de la sanción de la Ley, los proyectos de iniciativa privada que estuvieren en curso, deberán trasladarse a la CND en un plazo de 30 días.

Mantenimiento del equilibrio económico del contrato. El proyecto de Ley reconoce que estos contratos de participación público-privada, en general de larga duración, están sometidos a los avatares del tiempo, que puede modificar las condiciones que imperaban al momento de la firma. Por ello, parece adecuado que se reconozca el derecho del particular al mantenimiento del equilibrio económico del contrato.

Así, el proyecto de Ley establece que en todo contrato se regularan los criterios aplicables para el mantenimiento de la ecuación económica financiera del contrato de PPP. En los casos en que este equilibrio se vea alterado por causas imputables a la Administración (modificaciones unilaterales de las condiciones del contrato u otras actuaciones de la Administración) o por causas de fuerza mayor, se procurará restablecer el equilibrio económico del contrato mediante la renegociación de los términos y condiciones contractuales.

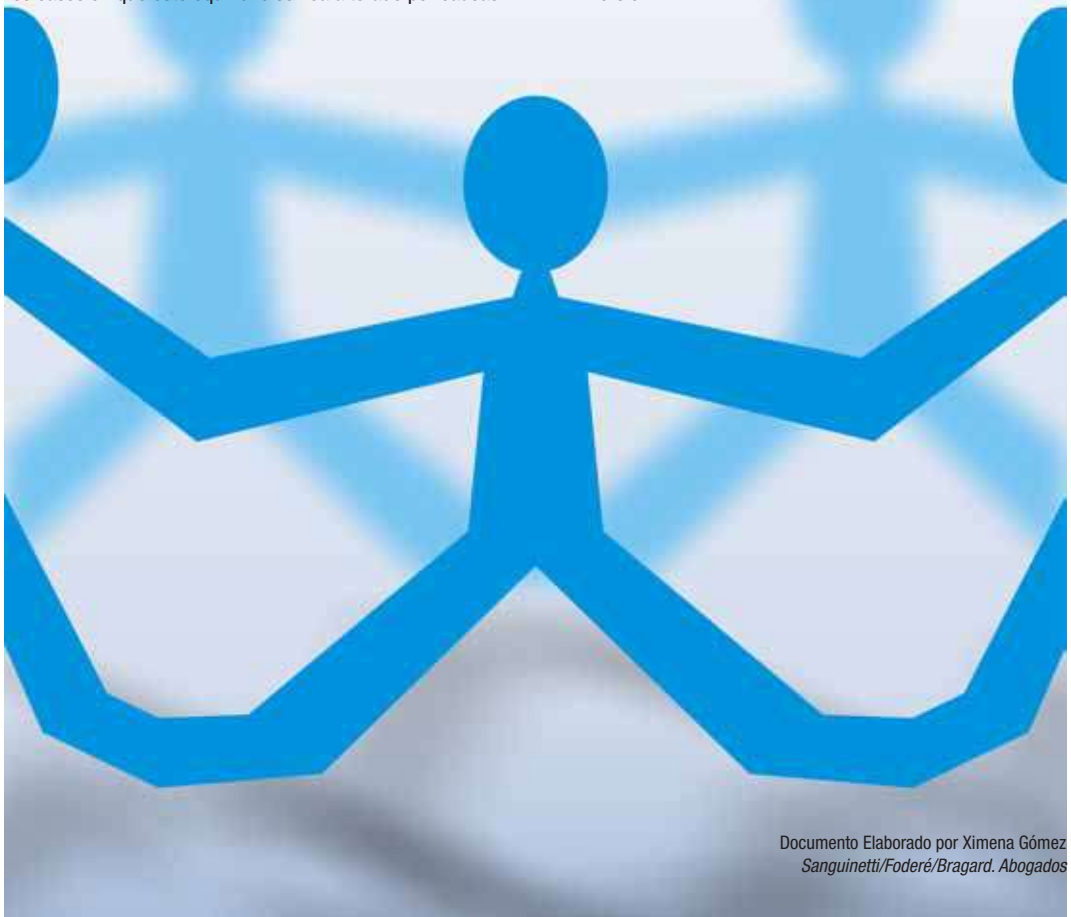
Arbitraje. El proyecto de Ley dispone que toda controversia que surja entre el particular y la Administración Pública como consecuencia de la aplicación, interpretación, ejecución, cumplimiento y extinción de los contratos de participación público-privada sea resuelta mediante arbitraje.

¿Cuáles son las obras que se prevén ejecutar en la modalidad PPP?

Desde el gobierno se han anunciado que las obras de infraestructuras a ejecutar a corto plazo mediante el mecanismo PPP serían las relacionadas al turismo (como por ejemplo instalaciones para ferias, exposiciones y congresos), construcción y mantenimiento de obras viales, obras de dragado, rediseño y relanzamiento de ferrocarriles, generación de energía renovable, producción de biodiesel, minería y cemento.

Así, se ha anunciado la existencia de unos 30 proyectos para ejecutarse en la modalidad PPP, previendo inversiones estimadas en USD 1:800 para los próximos 5 años.

En la exposición de motivos del proyecto enviado al Parlamento, el Poder Ejecutivo expresa que los contratos de PPP son una modalidad por la cual se procura que el sector privado aporte los recursos económicos, conocimientos y habilidades necesarios para el desarrollo de proyectos, amparado dentro de un marco de seguridad jurídica y adecuados mecanismos de protección y retorno de su inversión.



Documento Elaborado por Ximena Gómez
Sanguinetti/Foderé/Bragard. Abogados

Internet Ap rese que no le queda mucho tiempo

Ing. Francisco José Elices
Director General
AIM/Burke

Si uno da una vuelta por el centro de Punta del Este, verá restoranes, bares, heladerías y tiendas, pero lo que más verá son inmobiliarias. Las hay pequeñas, que son sólo un local en una galería con las fotos de las casas y apartamentos colgadas de las vidrieras, mientras que otras son grandes y lujosas oficinas.

Si yo tuviese una gran inmobiliaria, querría usar mis recursos para mostrar mejor mi gran cartera de clientes, si tuviese una pequeña inmobiliaria, buscaría diferenciarme para ser la mejor en mi área.

La web brinda oportunidades al alcance de los pequeños y los grandes, y está en gran medida desaprovechada. Voy a referir mis ejemplos al mercado esteño debido al próximo comienzo de la temporada, pero también son válidos para La Paloma, Piriápolis, Atlántida, Colonia o Montevideo. Veamos algunas oportunidades de las que debe ocuparse hoy:

Google Earth - Permite mediante fotografías aéreas hacer una recorrida por todo nuestro país. Pero no sólo permite ver lo que hay, sino lo que habrá: existe una función por la que se pueden ver maquetas donde aparecen terminados edificios que están en construcción o solamente en los planos de los arquitectos. Se ven las maquetas en tres dimensiones en su entorno natural. En Punta del Este, se puede apreciar las maquetas de 18 edificios en la mansa, 25 en la brava y 2 sobre Roosevelt. Si mi inmobiliaria tuviese en venta o alquiler una gran obra, me aseguraría de obtener una maqueta atractiva y de que la maqueta tuviese un link a la página de mi inmobiliaria. No he encontrado estos links publicitarios en las maquetas existentes, sí el link a unos diseñadores que hacen las maquetas. ¿Porqué no los llama y les pide que trabajen para usted? (nota: no tengo el gusto de conocer a estos diseñadores, por lo que no los puedo recomendar, pero si consiguen algún negocio por mi consejo, acepto una botella de J&B).

Google Maps: Acá podemos ver el mapa de Punta del Este, y también los comercios existentes, en un gran mapa de la web. Para mi sorpresa, aparecen solamente cuatro inmobiliarias (felicitaciones a los que están). Cuando se hace click sobre el ícono de la inmobiliaria, se puedo poner el nombre, teléfono, dirección y un link a la página correspondiente. Existe un mapa muy útil de "infoturismo" con la ubicación de los sitios turísticos de interés. Me gustaría ver a una inmobiliaria innovadora que pusiese su cartera de clientes en Google Maps. Los clientes podrían buscar las propiedades en sus ubicaciones preferidas, ver fotos que se pueden adjuntar a los íconos, y si se interesan, un link a la inmobiliaria.

Google Trends: Esta página de Google nos permite ver el número de búsquedas de una o varias palabras en Google, en el mundo o por país. ¿Qué sucede si ponemos "alquiler Punta del Este" en Google Trends? Observamos que a partir de agosto comienzan las búsquedas, y se mantienen constantes durante agosto, septiembre y octubre. Luego en noviembre diciembre el número de búsqueda sube entre un 100% y un 150%. ¿Qué utilidad tiene esto? Si desea que su publicidad se note, empiece a hacerla antes. Durante octubre lo verán sólo la mitad de las personas que lo verán en diciembre, pero lo verán a usted sólo. ¿Cuál es la ciudad de Brasil con mayor cantidad de búsquedas de Punta del Este per cápita? Pelotas, más del doble que la segunda que es Porto Alegre. ¿A dónde irá usted en su próxima gira promocional?

Búsquedas y Adwords de Google. Muchísima gente, especialmente los argentinos, cuando desean una casa para sus vacaciones en Punta del Este comienzan por una búsqueda en Internet. Algunos alquilan por Internet, otros simplemente hacen una preselección y luego llaman a la inmobiliaria, y tal vez vayan a visitar las que les resulten más interesantes. Pero el comienzo del proceso, y la forma en que el turista se relaciona por primera vez con la inmobiliaria es por Internet. Si un argentino (haga la prueba yendo a www.google.com.ar) busca "alquiler Punta del Este", le aparecen links en la "búsqueda orgánica" (la que es gratuita) y enlaces patrocinados (los que son pagos por el avisador). Estos links generalmente no son de inmobiliarias, sino que son de empresas de Internet que muestran la oferta de varias inmobiliarias, que a falta de mejor nombre llamaremos "portales inmobiliarios". Cuando yo he ido a una inmobiliaria para alquilar una propiedad, el señor o la señora que me han atendido, por más amables que han sido, nunca me han ofrecido llevarme a la inmobiliaria de la esquina por si allí tienen una casa que me guste más. ¿Y porqué entonces las inmobiliarias en Internet nos presentan también la oferta de la competencia, tal como la encontramos en los portales inmobiliarios?

Las inmobiliarias deberían hacer sus propias campañas en Adwords de Google para intentar captar a sus clientes antes que la competencia. No por esto deberán dejar de estar los portales donde ahora están compartiendo la oferta con sus colegas, pero deben redefinir sus prioridades: Primero, captar directamente la mayor posible cantidad de clientes antes que la competencia, Segundo, intentar capturar a los que se escaparon mediante los portales. Incluso los "enlaces patrocinados" pagos, son baratos y rentables para una pequeña inmobiliaria si los trabaja con inteligencia.

Puede llamar a su sobrino que estudia computación o a un profesional de marketing en Internet, pero lo importante es que tomo una acción sobre estos temas ya, si no quiere perder muchos negocios.

Media sanci n de un problema...

Esc. ANÍBAL DURÁN HONTOU
Gerente de APPCU

Como se sabe el Senado de la República votó el proyecto de ley remitido por el Poder Ejecutivo referido a las modificaciones en el IRPF y normas sobre secreto bancario.

Aún queda la etapa en la Cámara de Representantes.

Las opiniones son encontradas y el proyecto fue votado por la afirmativa por el oficialismo y la gente de Alianza Nacional del Partido Nacional.

No voy a cometer la ofensa gratuita de juzgar a la ligera dicha actitud y censurarla. No estoy en condiciones ni me compete hacerlo.

Razones habrá tenido el gobierno para lanzar al ruedo dicho Proyecto (sustancialmente salir de la lista gris de la OCDE) y razones tuvo el Senador Larrañaga y su grupo, para apoyar (sustancialmente, fue mejorado el tema referido al secreto bancario a instancias de dicho sector).

La buena fe que debe guiar la conducta de los hombres, es valor entendido en todo este proceso, no me cabe ninguna duda.

Ahora…dicho esto, permítaseme realizar algunas objeciones que nacen sustancialmente de lo que viene sucediendo en los hechos, de la realidad.

En primer lugar y como algunos legisladores lo han manifestado, se tendrían que haber separado los temas y haberse legislado en forma independiente, dada la importancia que revisten (por un lado las modificaciones en el IRPF y por otro el tema del secreto bancario). No sucedió.

Además de ello y lo hemos manifestado anteriormente: el Presidente Mujica en el Hotel Conrad en febrero pasado (allí no había asumido aún), se explayó sobre la previsibilidad y confiabilidad del gobierno que entraría en funciones, que no habrían modificaciones tributarias intempestivas, incluso exhortó a los cientos de extranjeros allí presentes que no solo invirtieran en el país sino que se quedaran a vivir.

Y este proyecto…se da de bruces con lo afirmado por Mujica.

Se dispone la ampliación de un impuesto existente (IRPF) que va dirigido sustancialmente a extranjeros que residen en nuestro territorio, que como nos consta nos han elegido por una multiplicidad de factores, pero donde la certeza y la seguridad jurídica son pilares en la decisión.

Y lo que puede suceder, provoca inquietud, una catarata de preguntas, retacea la credibilidad…justo cuando lo que hay que ofrecer después de lo vivido en los años anteriores, es precisamente lo contrario: confianza.

A esta industria de la construcción han llegado inversores de todo el mundo pero sobre todo argentinos, que precisamente para alejarse de las incertidumbres del gobierno de enfrente, han invertido aquí, comprando puntualmente distintos inmuebles como forma de inversión o incluso se han transformado en promotores habiendo realizado experiencias inmobiliarias con buen suceso.

Y además pasan a residir.

Los llamados que recibimos en la gremial son continuos, producto de la expectativa que ha generado el tema.

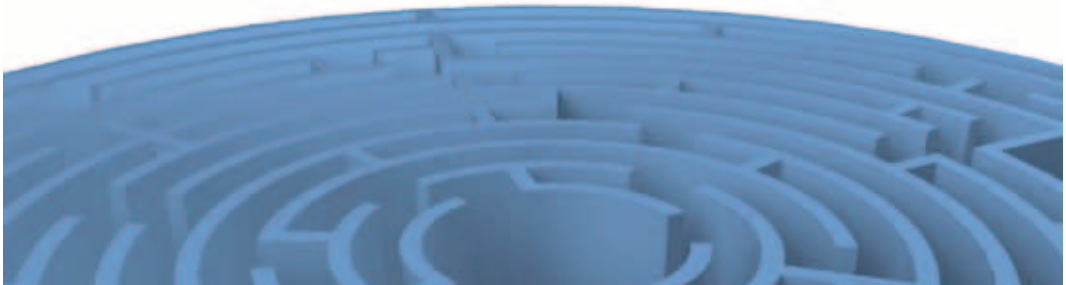
Y conjuntamente con el tema del IRPF viene la modificación del levantamiento del secreto bancario, buscando facilitar el acceso a la información, lo que agrava el problema y potencia la incertidumbre.

Sin duda, los destinatarios de estas disposiciones, sustancialmente los argentinos con vínculos comerciales y afectivos aquí, se sentirán como vulnerados y donde el derecho a la intimidad no será lo mismo que antes. Por lo menos, esa es la percepción a priori, nos lo dicen…pero dicha percepción es la que hace tomar decisiones…

Falta media sanción…seamos optimistas respecto al proyecto y sus cambios y mantengamos la esperanza que es indicadora de buenos tiempos por venir…

Y claro está, no deponemos la lucha.

(al momento de aparecer “Ciudades” tal vez se haya completado el trámite parlamentario ante Diputados).



Harvard Business Review
América Latina

Con presencia en 17 países de América Latina, la edición en español de Harvard Business Review ofrece a sus lectores una combinación única de pensamiento académico y sabiduría práctica desarrollada por expertos y líderes de negocios a la vanguardia de la gestión empresarial, que ha convertido a HBR en la revista de Management más influyente por más de 100 años.

Ofrece cada mes innovadoras ideas y herramientas prácticas sobre Liderazgo, Estrategia, Gestión Humana, Administración, Finanzas, Marketing, Ventas, Tecnología, Innovación, Desarrollo de negocios, Responsabilidad Social Empresarial.

Los artículos de HBR se destacan por:

- Ofrecer ideas innovadoras
- Entregar una mirada de primera mano sobre cómo operan las compañías y los altos ejecutivos
- Describir las mejores prácticas y técnicas concretas para ayudar a los ejecutivos
- Informar sobre las últimas investigaciones académicas
- Contribuir a mejorar la práctica de la gestión de negocios
- Contar con el aporte de autores de talla mundial como Daniel Goleman, Robert Kaplan, John Kotter, entre otros.

SUSCRÍBASE

Propuesta exclusiva para los socios de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya:

1 año - USD 124 - 10% de descuento

Recibe: 12 ejemplares - Clásicos HBR - Clave de suscriptor/a

2 años - USD 210 - 15% de descuento

Recibe: 24 ejemplares - Clásicos HBR - Clave de suscriptor/a

Valores de referencia: 1 año USD 138 - 2 años USD 248. El pago puede realizarse con tarjeta de crédito hasta en 6 pagos sin recarga, cheque diferido o depósito en banca.

Harvard Business Review Uruguay - Fco. Soca. 1553, Montevideo
Tel: 2708 9858 - E-mail suscripciones.uruguay@hbral.com

Recaudos t cnicos obligatorios para efectuar una compraventa zona urbana o sub urbana

Arq. Gustavo Barrios Sala
Asesor CIU

En el caso de una modificación del dominio de un bien inmueble (compra-venta, hipoteca o sucesión) existen obligaciones legales de habilitaciones, certificados y declaraciones ante organismos públicos.

CATASTRO NACIONAL.

DECLARACIÓN JURADA DE CARATERIZACIÓN URBANA

Cuando se realiza una compraventa, el escribano actuante solicitará una cédula catastral del inmueble para poder registrar la documentación pertinente (compromisos de compraventa, traslación o constitución de dominio o hipoteca) y a los efectos de calcular la tributación pertinente sobre los valores por ella expresados (Impuesto a las Transmisiones Patrimoniales y eventualmente Impuesto a las Rentas Personales cuando haya incremento de precio).

Al emitirse la cédula catastral en la misma puede figurar que cumple con el art. 178 de la Ley 17.296 o no cumple con ello. En el primer caso se puede tomar ese documento como válido para el cálculo, en el caso de no cumplirlo deberá realizarse la Declaración Jurada de Caracterización Urbana.

La obligatoriedad de la actualización de los valores catastrales la define la propia Ley 17.296 art. 178, pero solo en zona urbana o sub urbana.

"Para la inscripción en la Dirección General de Registros de toda escritura de traslación ó constitución de dominio e hipoteca, así como para la inscripción de compromisos de compraventa de bienes urbanos y suburbanos, se requerirá la constancia de haber presentado una Declaración Jurada de Caracterización Urbana en la Dirección Nacional de Catastro con antigüedad no mayor a cinco años. Tratandose de Unidades de Prpiedad Horizontal Ley 10.751, esa antigüedad se extenderá a diez años."

Existe una interpretación por parte de los escribanos que sostiene que la Declaración Jurada de Caracterización Urbana no es obligatoria en todos los casos, basada en un planteo de excepcionalidad ante la Dirección General de Registros y su resolución 272/008.

Es nuestra modesta opinión, basada en la preeminencia de la norma jurídica (constitución => ley => decreto => reglamento) y además, que si la ley no distingue el intérprete no puede distinguir, ninguna resolución administrativa puede revocar lo dicho por la ley, por lo que la obligatoriedad es en todos los casos.

La ley 17.296 en su artículo 178, obliga a realizar la declaración jurada de obras nuevas, regularizaciones o mejoras en la propiedad. En el caso de que no existan cambio en el inmueble y no exista declaración jurada anterior o esta haya vencido, deberá realizarse también.

La vigencia de la Declaración Jurada de Caracterización Urbana para el régimen de propiedad común 5 años y en el caso de propiedad horizontal 10 años.

Esta Declaración es la puesta al día desde el punto de vista catastral del inmueble.

Se realizará una por cada padrón, unidad parcelaria o de P.H.

En el caso de un padrón sin construcciones solo se hará referencia al terreno.

En el caso de existir obra civil se declarará metraje, edad, estado de conservación, destino y tipo de construcciones.

Los profesionales habilitados para realizar la Declaración Jurada de Caracterización Urbana son los Ingenieros Agrimensores y los Arquitectos matriculados ante la Dirección Nacional de Catastro.
Decreto 235/002, art. 2.

"Las Declaraciones Juradas de Caracterización Urbana, serán suscriptas por Ingeniero Agrimensor o Arquitecto, matriculados, quienes serán responsables por los datos técnicos aportados, ... "

La declaración se deberá realizar en la oficina catastral correspondiente al padrón en cuestión.
Deberá contar con la firma del propietario y el técnico actuante y los datos personales de ambos (cédula, domicilio, nombre completo, e.mail y télefono.

La obtención de esta declaración jurada es instantánea, en el momento de presentación se expide la documentación resultante y en el caso de la oficina catastral de Montevideo, queda incorporada a la a la página de la Dirección Nacional de Catastro es: *http://www.catastro.gub.uy*

PLANO DE PROPIEDAD HORIZONTAL

El plano de deslinde de propiedad horizontal conforma la titulación del inmueble, por lo cual el mismo debe de estar ajustado a realidad en el momento de efectuarse la escritura.

En el caso de haberse realizado modificación a la unidad afectada a la compra-venta (un parrillero, ampliación de área, techado de espacio libre, etc). Se deberá realizar un nuevo plano de mesura con la intervención de un ingeniero agrimensor.

El nuevo plano se presentará en la oficina de catastro correpondiente como plano provisorio, este procedimiento trae aparejado que el mismo no podrá ser aceptado como definitivo si no viene sellado y aprobado por la intendencia correspondiente, lo que conlleva que sea obligatoria entonces la aprobación municipal. En un próximo articulo entraremos en el tema de la presentación de obras nuevas, regularizaciónes y habilitaciónes ante las intendencias municipales.

Otro tema que incumbe a las modificaciones y resulta obligatorio, es la realización de un nuevo reglamento de copropiedad por parte de un escribano, dado que se afectan las avas partes de las unidades de la propiedad horizontal.

Si las obras no son de mucha entidad, una solución rápida es la demolición de las mismas volviendo la unidad a su estado original.

BANCO DE PREVISIÓN SOCIAL

CERTIFICADO UNICO ESPECIAL PARA ENAJENAR

Los escribanos actuantes en una compraventa, se ven obligados (norma jurídica) a solicitar el certificado único especial para enajenar al efectuar la modificación de dominio.

La obligación surge de que el notario se transforma en deudor solidario de las posibles deudas generadas en el marco de la Ley 14.411 (aportes unificados de la construcción) ante el B.P.S.

Las instituciones financieras que otorgan prestamos hipotecarios solicitan este certificado sin excepción, dado que el BPS tiene prioridad de embargo sobre cualquier persona física o jurídica en todo el territorio nacional, por lo cual en la eventualidad de ejecutar la hipoteca se podrian encontrar con un embargo del BPS por delante.

El certificado único especial se solicita en las oficinas de A.T.Y.R. (BPS) tiene una vigencia de 180 días.

Si existe un compromiso de compra venta inscripto en la Dirección General de Registros o una solicitud de hipoteca ante una institución financiera debidamente documentada (carta de la institución financiera), se podrá solicitar el tramite ante el BPS como urgente, reduciéndose sustancialmente los plazos de emisión del mismo.

Se deberá registrar las obras presentando completos los siguientes recaudos:

Formulario F1: registro de obra privada con dato de los titulares y el padrón y período de obra estimado, firmada por titular, representante y arquitecto de ser necesario.

Minuta Notarial de datos y titularidad del inmueble: firmada por el escribano.

Formulario F3: memoria descriptiva, firmada por el titular o representante y arquitecto de ser necesario

Planos: ubicación, plantas, dos cortes y fachadas, firmados por arquitecto.

Formulario F9: fin de obra, con período de obra definitivo.

Las obras de menor cuantía son aquellas obras que no exedan los 30 jornales de trabajo, no generen cambios de destinos de locales, aumento de área ó cambios en la fachada.

En este caso no se precisan recaudos gráficos ni firma técnica, el resto de los recaudos escritos es igual a los ya detallados.

Algunas obras no registradas pueden haber prescripto sus obligaciones tributarias ante el BPS, existen dos situaciones.

Si las obras son anteriores al 11/12/1975 se deberá realizar una declaración jurada de la edad de las construcciones por parte del titular, con el correspondiente timbre.

La segunda situación es la prescripción decenal que se solicita al amparo de la Ley 16.713 y el art. 38 del Código Tributario. El procedimiento es similar al anterior.

Además de la declaración jurada y la solicitud de la prescripción, se deberá proceder a la inscripción de las obras como ya fue descripto.

A los efectos de hacer lugar a lo solicitado se deberán aportar elementos probatorios como ser: foto aérea, boletas de materiales correctamente filiadas con la obra en cuestión, conexiones a servicios públicos, etc.

Toda inscripción de obras ante el BPS. termina con una inspección de un arquitecto del Organismo Público.

En dicha inspección se controla toda aquella tarea que genera mano de obra en el lugar de las construcciones, desde la pintura hasta la colocación de membrana asfáltica.

Si las obras sin registrar ante el BPS son anteriores al 04/2004, se generaran los adeudos a la fecha se convierten a unidades reajustables y se le suman los intereses generados a la AFAP correspondiente. No se cobra la multa ni los recargos.

Basicamente, esto es un pantallazo de aquellor recaudos técnicos (gráficos y escritos) que son obligatorios y deberán chequearse con los interesados para realizar una compraventa de un inmuebleurbano o sub urbano; por cualquier duda que les pueda surgir estamos a las órdenes en el departamento de socios de la CIU..

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Tradición e innovación en el fascinante mundo gastronómico

Crandon

Gastronomía Profesional | Repostería Profesional

INSTITUTO CRANDON. 8 de Octubre 2709, 2487 2180, ecdom@crandon.edu.uy

Coaching Como, con quien, para qu ?

GERARDO SILBERT
Coach Ejecutivo y Organizacional

Hoy en día se habla cada vez más del "Manager a Coach"® cómo interés, necesidad y deseo de la empresa de tener Directores, Gerentes, Supervisores y Jefes que sean coaches de sus equipos.

Que falta para hacer realidad este camino indispensable en las empresas del Uruguay?

Lo primero que debíamos plantearnos es si las empresas y empresarios Uruguay saben realmente que es el Coaching y cuál es el papel del coach. Mucho hemos escrito en estas páginas. Aún así, el proceso de aprendizaje es lento y sin duda es en poniéndolo en práctica a través de un Coach, donde el empresario puede apreciar el verdadero poder transformador del Coaching en las empresas. "El problema no es el conocimiento, es la falta de acción®".

Actualmente sabemos que se está vendiendo como Coaching lo que es realmente simple consultoría o cualquier "sucedáneo". Mucha gente, por desgracia, "vende" cómo "Coaching" casi cualquier cosa. O lo hace desde una perspectiva donde parecer complicado es parecer inteligente pero no es efectivo a las necesidades de la organización. No es culpa de quien lo busca si no de quien lo ofrece, e incluso quizás ni siquiera el que lo ofrece es consciente del error cometido. Está en las manos del Coach (con mayúscula), mantener la ética y difundir, formar e informar sobre lo que realmente significa el Coaching. En el mundo existe una Federación Internacional de Coaching ICF que vela por el Coaching profesional y alinea a quienes son sus miembros (17.000 en 100 ciudades) que se distinguen por el cumplimiento de esta ética y a ser hábiles con ciertas competencias indispensables que lo hacen idóneo y confiable como elección por parte de las empresas. La reciente fundación del Capítulo ICF Uruguay abre el camino para distinguir coaches que garanticen un trabajo ético y profesional en la empresa.

Aun así, asumimos que el tema es si las empresas y empresarios saben que es realmente el Coaching y cuál es el papel del Coach.

En el Coaching lo importante es la persona, el coach cree y ha de creer en el cliente o coachee pues es éste quien realmente tiene la información, el conocimiento y el potencial para encontrar la mejor solución que le lleve a conseguir sus objetivos.

Desde éste punto de vista el Coaching es una solución pensada para obtener lo mejor de las personas y desarrollar su máximo potencial, aumentar su auto creencia, su autoestima y su autoconfianza y ponerse en acción. Podemos considerarlo como una filosofía de vida que nos vale tanto a nivel personal, en nuestra vida cotidiana y familiar, e igualmente en nuestra vida laboral y en las empresas.

Así, ¿es bueno el Coaching en la empresa? La respuesta es, clara y rotundamente, sí. El Coaching es bueno y útil, cómo hemos visto, en cualquier área de nuestra vida y por supuesto en nuestras relaciones con los demás. Por tanto el Coaching es bueno en el campo laboral para sacar lo mejor de cada miembro de un equipo y por consiguiente de cada equipo y por ende de la empresa. Es una gran ayuda para conseguir los mejores resultados posibles.

¿Puede un Directivo- Manager ser coach? Sí, un directivo puede ser coach o lo que es lo mismo un coach puede ser directivo.

¿Puede un directivo ser y actuar cómo coach de su equipo y de su empresa, hoy por hoy, en nuestra cultura empresarial? Éste es el "quid" de la cuestión. Permítanme hacer una breve reflexión.

Desde el punto de vista de la productividad, la mejor obtención de los resultados y el desarrollo personal y profesional de todo el equipo es lo ideal…

La esencia de un buen coach es conseguir que su cliente o coachee encuentre su propio potencial y camino, de forma que tenga un "despertar" que le permita seguir creciendo por él mismo, sin llegar a sufrir una dependencia del coach. En la empresa existe formal o informalmente una dependencia jerárquica que, actualmente por cultura, es a veces muy pronunciada, e incluso forzada y que en muchos casos influye de manera negativa en el desarrollo profesional y personal de los componentes de la misma.

Muchos de los grandes directivos de nuestras empresas hoy, predican estar de acuerdo con las ideas de los grandes Gurús sobre creer en sus equipos, delegar en ellos, darles responsabilidad, confiar en las personas, escucharlas, conciliar vida personal y laboral e incluso aprender de sus colaboradores. Esto lo confirman escuchando una y otra vez lo mismo en conferencias y disertaciones que poco tiene que ver con el Coaching llevado a la práctica.

Por otro lado la realidad y la experiencia nos demuestran que éstos son los menos y que incluso algunos de ellos predican sólo con la palabra pero no con el ejemplo. La gran mayoría de los Directivos de nuestras empresas a la hora de la verdad siguen ejerciendo de paternalistas, de autoritarios, o de cualquier otro estilo directivo muy alejado de la filosofía o práctica de la verdadera esencia del Coaching. Simplemente por no tomar acción en su posibilidad de incorporar estas habilidades.

También tenemos el caso de los colaboradores que, aun teniendo un directivo coach o con competencias de coach, desconfiarán de él cerrándose a una confianza mutua simplemente por el hecho de ser éste su jefe. Y éste es uno de los puntos más críticos. Sabemos que el Coaching funciona realmente, pero que es verdaderamente efectivo y muestra resultados cuándo el coachee o cliente, o en éste caso el equipo, cree en el Coaching y confía en el coach, en este caso

su jefe, lo que parece bastante complicado en un escenario cómo el que hemos pintado.

Hoy en día, en nuestras empresas, muchas veces, dentro de un equipo de trabajo entre iguales funciona todo a las mil maravillas incluso con la existencia de un líder informal. Pero cuándo a ese líder querido y respetado se le hace jefe del grupo formalmente, las cosas dejan de rodar tan bien cómo lo hacían antes pues tanto él cambia su forma de actuar cómo el grupo lo hace en su relación con él.

Esto se debe a dos razones principales: una basada en la cultura empresarial que vivimos y cuyas circunstancias acabamos de comentar; otra debido a que al hacer jefe al líder informal o a otro miembro del equipo, no se valora su capacidad de dirigir equipos de personas, de motivar, de formar, de relacionarse, ni de otras muchas habilidades necesarias para el desarrollo de sus nuevas tareas cómo directivo y lo que es peor tampoco se le forma para ello. Sin embargo si tiene las habilidades necesarias, se le refuerzan y se le forma convenientemente podría obtenerse resultados sorprendentes.

Para ello sería muy beneficioso que este nuevo jefe tuviera cómo responsable suyo un Directivo coach, que le acompañase en su evolución y aprendizaje, que le ayudase a descubrir su potencial y habilidades y sobre todo que hubiese establecido una cultura de Coaching en la que hubiera germinado todo su potencial y hubiera experimentado y hecho suyas las herramientas y filosofía del Coaching que le permitirían no sólo desarrollarse él si no tomar conciencia de cómo crear el caldo de cultivo que facilitara el desarrollo y crecimiento de su equipo. Por lo tanto existen y existirán los defensores de que el jefe ha de ser jefe y es complicado que sea a la vez coach de su equipo y los defensores de que el directivo coach es posible y necesario… y ambos tienen parte de razón.

Sin duda creo que ambas tendencias tienen en común y pueden compartir con migo, es que lo importante es la cultura. Y la buena noticia es que la cultura se puede cambiar. Creo que podemos coincidir en que lo importante es la filosofía del Coaching, y lo factible es crear una cultura del Coaching.

Así yo hablaría de una definición de "Directivo Manager Coaching" que puede ser real en la empresa de hoy día y que consistiría, o empezaría, en un directivo consciente de lo que es y supone el Coaching y de utilizar esas habilidades y herramientas, consciente de establecer y potenciar la cultura necesaria y de transmitir esa filosofía de vida y de trabajo a sus equipos y a sus empresas.

Un directivo coach y una cultura empresarial de Coaching intentarán pues:

- Aumentar su escucha activa y la de sus colaboradores.
- Utilizar más y mejor el diálogo y verificar el entendimiento y transmisión de instrucciones e información.
- Poner atención en una buena y eficaz "comunicación omnidireccional" y asertiva.
- Cultivar la paciencia propia y de sus equipos y poner realmente en práctica la empatía.
- Confiar en ellos mismos y sus capacidades pero también en sus colaboradores y el potencial de éstos.
- Elevar la conciencia de sus equipos. Potenciar el autoaprendizaje y la auto experimentación propia y de su equipo.
- Predicarán no sólo con palabras sino con hechos demostrando coherencia en sus ideas y acciones. –
- Serán conscientes de que siempre pueden aprender algo incluso de sus colaboradores, iguales o superiores y de actuar con humildad, y según la paradoja del líder, que nos enseña que el mejor líder no es el que más dirige sino el que sabe dirigir y está dispuesto a servir.

En nuestra mano cómo coaches está guardar un código ético, difundir con claridad en que consiste realmente el Coaching y promulgar el cambio de cultura necesario. En los procesos de Coaching empresarial, tanto ejecutivo como organizacional, hemos de conseguir incorporar una nueva forma de conversar en la empresa, de relacionarse, elevar la conciencia de nuestros clientes para que conozcan y aprovechen el Coaching y vayan creando la nueva cultura empresarial en sus organizaciones y poco a poco extendiéndolo a todo el tejido empresarial. Hemos de potenciar la asimilación del Coaching cómo filosofía de vida y promulgar el uso y aplicación de habilidades y herramientas necesarias que son mucho más simples de lo que creemos o nos quieren hacer creer. Entonces porque no comenzar un nuevo año con una nueva y gran posibilidad?... Nada tarda tanto como aquello que no se empieza®.

I.C.I.U. una d cada de capacitaci n inmobiliaria en Uruguay.

La humildad es la primera virtud para capacitarse y ser Profesional.

Dr. ALFREDO TORTORELLA
Director Académico del ICIU

Cuando el lector tenga esta Revista en sus manos, habrá culminado el Primer Curso Integral de Gestión Inmobiliaria, desarrollado en nuestra flamante Sede a lo largo de este año 2010 (de abril a diciembre), a través de 17 asignaturas que fueron abarcando todo el espectro de nuestra actuación. En el número próximo haremos la evaluación detallada que corresponda.

Ahora, debemos hacer un alto en el camino y apreciar la retrospectiva de lo que ha sido esta ***PRIMERA DÉCADA DE GESTIÓN DE CAPACITACIÓN****, que hemos transitado junto a nuestros estimados asociados y a los Directivos que se han ido sucediendo en este siglo XXI.*

Durante la década de los 90 se habían hecho múltiples intentos, pero en forma aislada, con algunos seminarios y cursos, dependiendo del mayor o menor grado de sensibilidad de los diversos Directivos de turno. El logro notable de aquella época fue el impulso (idea y génesis) y la orquestación junto a las autoridades de la UTU del Curso Oficial de Operador Inmobiliario, verdadera carrera de nivel Terciario, que se viene dictando en forma ininterrumpida y en todo el País, desde 1998. Este fue un hito en la Profesionalización Técnica, echándose la base para la exigencia curricular de la futura Matriculación… cuando tengamos la Ley!

Con el ICIU se empezó a cumplir sistemáticamente con otro de los más caros objetivos estatutarios de la CIU: la ***CAPACITACIÓN PERMANENTE DE NUESTRO SECTOR****, es decir, una mirada hacia dentro de nuestras empresas, para mejorar la gestión cotidiana. Así, hemos ido acercando conocimientos en un formato compacto (cómodo, simple y profundo a la vez), a todos quienes ya venían trabajando, gente de la capital y del siempre olvidado interior.*

Capacitar hasta tratar de Profesionalizar a un gremio tan desparejo como el inmobiliario no es tarea fácil. *En él coexiste gente diversa, en capacidad y responsabilidad; unos con preparación formal y otros sin ella pero con legítimo espíritu de crecer, mejorar sus conocimientos y nivel de actividad, buscando así agregarle a su propia experiencia, los conocimientos que otros, generosamente le puedan compartir.*
Hemos visto también alguna negligencia, sobre todo de parte de ciertos dueños de empresas que no concurren a los eventos de capacitación, quizás porque creen ya saberlas todas… y no necesitan aprender nada más (¿?)…

Profesionalizar es una actitud ética, más que un galardón técnico. *Porque el cliente de hoy nos reclama (sea con silencio, sea con actitud militante) que actuemos con la* ***máxima responsabilidad e idoneidad,*** *a la hora de cuidar sus altos y sagrados intereses. He allí nuestro ineludible desafío cotidiano. Porque, recordemos: el cliente es quien empuña el control remoto y es él quien puede hacer "zapping" con nosotros.*

Muchas veces nos quejamos de que aún no tenemos una LEY que nos regule y proteja, y en este reclamo, nos asiste razón, por lo que no debemos abandonar ese objetivo. Pues bien, lograr la sanción de una Ley, será sin duda muy importante y viene siendo un proceso difícil y largo porque depende de mucha gente (la mayoría ajena a nosotros) y depende también de armonizar varios intereses y voluntades.
En cambio, capacitarnos, sólo depende de nosotros mismos!
Entonces, capacitarnos nos permite cumplir acabadamente con nuestro rol social de defensa del consumidor, en este caso, de ese prójimo tan próximo como lo es nuestro querido cliente… curioso y esencial sujeto, capaz hasta de pagarnos el sueldo, a todos !!
Y además, nos da mayores herramientas de idoneidad para hacer mejor y más efectivo nuestro trabajo (mejorar los resultados).

Sabemos que queda mucho por hacer, pero el surco está abierto.
Y por haber trabajado en un terreno agreste, es lógico que la cosecha resulte despareja.
En lo personal, debo decir que se me ha permitido trabajar con cierta libertad, aunque a veces, con un exceso de soledad.

A quienes hayan ayudado a remar hacia adelante, con grandeza y generosidad, MUCHAS GRACIAS, DE CORAZÓN!

Para el futuro, lo más importante, quizás sea el mantener encendida esta antorcha de desafío, esta actitud firme de que hay que seguir hacia adelante. Porque la CAPACITACIÓN es el único camino genuino de superación y dignificación para nuestra profesión… que además, siempre se traduce en un buen incremento de la productividad y rentabilidad (lucro)!

Más de 1.500 personas así lo comprendieron y fueron capacitadas en esta década. *Es una lástima que muy pocos de ellos nos hayan hecho llegar sus comentarios a tiempo; hubiéramos evitado algunos errores. Resulta siempre más constructiva la crítica, que la lisonja fácil o el palmoteo en la espalda.*

Esto es parte de lo que la CIU hace, para toda su masa social. A veces, con poca visibilidad…

Ahora, sólo corresponde ***AGRADECER A VIVA VOZ*** *a varios protagonistas involucrados (sin dar nombres que excluyan otros), quienes, han sabido poner, quien más, quien menos, su aporte generoso e inteligente en la ejecución de esta apasionante y digna tarea:*

a) Directivos visionarios y valientes, fundadores del ICIU en Diciembre del 2000, que percibieron la importancia de darle a la masa social este plus: ***un camino sin retorno hacia el profesionalismo inmobiliario;***
b) Directivos sensibles que se fueron sucediendo a lo largo de esta década;
c) El equipo de nuestra Secretaría, todos siempre bien dispuestos;
d) El cuerpo docente, que a esta altura integran más de 40 profesores, abarcando las diversas áreas de actuación;
e) Expositores, conferencistas y docentes que vinieron del exterior a mejorar, profundizar e incrementar nuestros conocimientos;
f) Directivos atentos y proactivos de las Cámaras del interior (Entidades Asociadas), que reclamaron nuestros viajes, instrumentándose así una serie de fraternos y fértiles Seminarios Itinerantes;
g) Los empresarios (nuestros asociados) que, invirtieron tiempo y dinero, concurriendo ellos y/o enviando a su personal a los cursos, para procurar incrementar la calidad técnica de su servicio y también la eficacia de su gestión;
h) A todos y cada uno de los asistentes a nuestros seminarios, cursos, charlas, conferencias y mesas redondas, ocasiones en las cuales demostraron, no sólo un vivo interés por autosuperarse, sino también un valioso y esclarecedor aporte a las discusiones;
i) Y finalmente, a quienes se han animado a romper el silencio (por pasividad o timidez?) y nos han sugerido y reclamado el dictado de algún curso abarcando temas novedosos, o nos han acercado el nombre de algún docente o especialista en alguno que otro tema.
Claro que, en este largo proceso, también se dio el famoso y lamentable "doble discurso", esto es: el reclamo de logros, sin aportar el "cómo".
Y también hubo hermosas palabras pronunciadas en algunos eventos, que luego, no se acompasaron con hechos en la misma dirección.

Siempre hay una brecha entre las buenas intenciones y la realidad.
La clave radica en valorar los resultados: ver el vaso "medio lleno".

A quienes hayan ayudado a remar hacia adelante, con grandeza y generosidad, MUCHAS GRACIAS, DE CORAZÓN!

Y a todos nuestros asociados: SALUD !... y cada vez más PROFESIONALISMO!
ÉSE ES EL FERMENTO DEL ÉXITO GENUINO!

Dr. Alfredo Tortorella
Director Académico y Honorario del I.C.I.U. desde Diciembre del 2000.

Prevenci n de Lavado de Activos en el Sector Inmobiliario[1]

El 90% de los casos de lavado de activos detectados en Uruguay involucraron transacciones con inmuebles. Las inmobiliarias y agentes que participen en transacciones con inmuebles ya son sujetos obligados, además hay un proyecto de decreto que impone a éstos sujetos obligaciones concretas en materia de prevención de lavado, y recientemente el Banco Central del Uruguay emitió una Guía de Operaciones de Riesgo y Alertas dirigida a quienes realicen transacciones con inmuebles.

I. El Lavado de Activos

El lavado de activos es la actividad realizada por personas físicas o jurídicas, tendiente a convertir fondos o recursos provenientes de actividades ilícitas, ocultando o disimulando su procedencia.
Los fondos procedentes de la operación de lavado de activos ingresan al mercado legal con apariencia de fondos lícitos, legitimados para su uso en otras actividades legalmente constituidas en la economía de un país.
De acuerdo a lo dispuesto por nuestra legislación, para que se configure lavado de activos, los fondos deben proceder de alguno de los siguientes delitos:

- Narcotráfico;
- Delitos de corrupción pública;
- Terrorismo y su financiamiento;
- Contrabando superior a USD 20.000;
- Tráfico ilícito de armas, explosivos, municiones o material destinado a su producción;
- Tráfico ilícito de órganos, tejidos, medicamentos sustancias nucleares, obras de arte, animales o materiales tóxicos;
- Tráfico ilícito y trata de personas;
- Secuestro, extorsión, proxenetismo;
- Estafa;
- Delitos contra la propiedad intelectual;
- Delitos marcarios;
- Apropiación indebida;
- Falsificación y alteración de moneda;
- Conductas vinculadas a venta, prostitución infantil, utilización de pornografía; o sobre trata, tráfico o explotación sexual de personas;
- Quiebra o insolvencia fraudulenta; insolvencia societaria fraudulenta;
- Crimen de genocidio, crímenes de guerra, crímenes de lesa humanidad.

[1] *Dr. Leonardo Costa*. Master en Impuestos de la Universidad de Harvard Law School. Profesor de Fiscalidad Internacional del Master de Impuestos de la Universidad Católica del Uruguay. Socio de Costa Testa Consultores y Brum Costa Abogados. Integró la comisión a nivel de Presidencia de la República encargada de redactar la Ley 18.494 y redactor y miembro informante de la ley 17.835 sobre la misma materia.

II. Lavado en el Sector Inmobiliario

Las transacciones inmobiliarias son atractivas para los lavadores. Las cifras demuestran eso claramente, en el 90% de los casos de lavado detectados en Uruguay existieron transacciones que involucran el sector.
A modo de ejemplo, en la denominada "Operación Campanita", mediante la cual se desbarató una organización colombiana dedicada al narcotráfico, se detectaron maniobras de compraventa de edificios en Montevideo y Punta del Este, transacciones bancarias con hipotecas cruzadas, etc., realizadas con dinero proveniente del narcotráfico.
Otros casos han incluido la compraventa de campos en el interior del país, e inmuebles de alto valor en Montevideo.
Las características del sector, que al día de hoy presenta un nivel de control relativamente bajo, y que permite realizar transacciones por montos elevados, son los principales motivos que atraen a los lavadores.

III. Regulación

La Ley 18.494 designó como sujetos obligados a las "*inmobiliarias y otros intermediarios en transacciones que involucren inmuebles*". Además, se designó también a los Escribanos cuando lleven a cabo operaciones para su cliente, relacionadas con la compraventa de bienes inmuebles.
La expresión "otros intermediarios" comprende a los promotores de negocios inmobiliarios, sin importar la forma jurídica que estos adopten; así como a los Fiduciarios y Fundadores y Directores de sociedades dedicadas a esa actividad.
La Ley que mencionamos obliga los sujetos designados a informar las transacciones, realizadas o no, que en los usos y costumbres de la respectiva actividad resulten inusuales, se presenten sin justificación económica o legal evidente o se planteen con una complejidad inusitada o injustificada.
También deben ser informadas las transacciones financieras que involucren activos sobre cuya procedencia existan sospechas de ilicitud.
Además de la mencionada Ley, el Poder Ejecutivo se encuentra preparando el Decreto Reglamentario de la misma, a través del cual pretende que éstos sujetos:

- Reporten las operaciones inusuales al MEF, que actuará en coordinación con la UIAF del Banco Central del Uruguay (BCU).
- Tengan políticas y procedimientos de debida diligencia de clientes.
- Registren las operaciones que realicen.
- Conserven documentos que acrediten las transacciones registradas por un plazo mínimo de cinco años.

- Observen guías de operaciones inusuales o sospechosas.
- Tengan procedimientos para el reporte de operaciones inusuales o sospechosas.

Si bien el Decreto no ha sido aprobado aún, es de esperarse que en breve lo sea, y que estas obligaciones sean implementadas por los sujetos obligados en un tiempo prudencial.
Sumada a esto, recientemente el BCU emitió una Guía de Operaciones de Riesgo y Alertas dirigida a quienes realicen transacciones con inmuebles. Dicha guía llama la atención a quienes realicen transacciones con inmuebles, sobre las situaciones que la práctica ha demostrado suelen repetirse en los casos de lavado de activos.

IV. Medidas de prevención

Si bien las medidas de prevención que pueden adoptarse son diversas, las siguientes son las que consideramos básicas a efectos de que los sujetos que intervienen en el sector inmobiliario se prevengan de ser utilizados con una finalidad ilícita:

- Contar con políticas y procedimientos basados en el Riesgo
- Designar un Oficial de Cumplimiento
- Establecer procedimientos de Debida Diligencia de Clientes
- Establecer políticas respecto al Personal
- Monitoreo de transacciones
- Sistema de reporte de operaciones inusuales o injustificadas

a. Políticas y procedimientos basados en el Riesgo

Las políticas y procedimientos basados en el Riesgo consisten en determinar los factores que representan el mayor riesgo para la actividad, para de esa forma centrar los esfuerzos en la efectiva mitigación de los mismos.
Adoptar medidas basadas en el Riesgo permite que éstas sean proporcionales a los riesgos identificados, y por ende que la Institución asigne los recursos destinados a la prevención del lavado de activos de manera eficiente, siendo los riesgos mayores los que reciban más atención.
Los principales factores de riesgo asociado que presenta la actividad inmobiliaria son los siguientes:

(i) Riesgos relacionados con la ubicación geográfica: considera los riesgos relacionados con la ubicación de los inmuebles con respecto al comprador, y la ubicación geográfica o país de origen del comprador y del vendedor.

(ii) Riesgos relacionados con el cliente: se vinculan a los antecedentes, la actividad, transparencia y otras características de las personas que realizan la transacción.

(iii) Riesgos relacionados con la transacción: los principales aspectos a tener en cuenta se vinculan al tipo de inmueble, las partes que participan en la transacción, y el financiamiento de ésta.

b. Oficial de Cumplimiento

Se debe contar con un Oficial de Cumplimiento encargado de la implementación y control del correcto funcionamiento del sistema de prevención de la Institución.
Dependiendo de las características de la Institución, se le deberán atribuir funciones más o menos específicas. Además, debe poder acceder y controlar en forma adecuada todas las áreas del negocio, contando con la jerarquía suficiente para ello.

c. Debida Diligencia de Cliente

Los agentes inmobiliarios deben llevar adelante un proceso de conocimiento de cliente al inicio de la relación profesional con el mismo.

El proceso de Debida Diligencia de Cliente (DDC) o Know your Client (KYC), si bien puede variar según la forma en que se lleve a cabo y el tipo de cliente de que se trate, deberá necesariamente tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Identificar y verificar la identidad de cada cliente.
- Identificar el beneficiario final, y tomar medidas razonables para verificar la identidad del mismo.
- Obtener información adicional apropiada para entender las circunstancias y actividades del cliente, incluyendo la naturaleza y nivel de las transacciones esperadas.

Si el agente inmobiliario no logra verificar la identidad del beneficiario final a su satisfacción, como resultado de la falta de información durante el proceso de DDC, esto puede constituir una base para emitir un informe a las autoridades respectivas.

Debe tenerse en cuenta también, que en aquéllas transacciones en las cuales el vendedor o el comprador no son un cliente de la inmobiliaria, el agente que actúa en la transacción debe aplicar medidas de DDC a aquélla de las partes que no es su cliente.

Se debe asegurar de que el procedimiento no sea desproporcionadamente oneroso, pero que se hagan mayores verificaciones en las situaciones de mayor riesgo. Las fuentes de información pública pueden ser de ayuda para verificar al beneficiario final.

Además del proceso de DDC "básico" por llamarlo de alguna manera, es necesario realizar un proceso de DDC Ampliado para Clientes de mayor riesgo, tales como:

- Clientes No Residentes
- Operaciones que no impliquen la presencia física
- Operaciones que representen riesgo en general ("Guías de transacciones sospechosas o inusuales")
- Personas Políticamente Expuestas (PEP´s)
- Personas Jurídicas (Sociedades con acciones al portador)
- Fideicomisos

Cuando se considera la realización de un procedimiento de DDC los agentes deben tener en cuenta que es poco probable que haya distintos niveles de riesgo entre compradores y vendedores en general, ya que ambos lados participan en una transacción financiera, ya sea liberando fondos de una propiedad que ya poseen o introduciendo fondos para la compra.

d. Políticas respecto al Personal

El personal debe contar con conocimiento suficiente sobre el tema, de forma tal que conozca cuales son sus obligaciones en la materia, y pueda detectar las situaciones en que se presenten operaciones sospechosas.
Para ello, los responsables de la Institución deben facilitar a su personal el acceso a una debida capacitación, que permita cumplir con lo expuesto.

e. Monitoreo y Reporte de Transacciones

Un monitoreo eficaz debe comprender como mínimos los siguientes aspectos:

- Llevar registros de acuerdo con las normas aplicables, y/o los requisitos o limitaciones locales.
- El Oficial de Cumplimiento debe verificar que se realicen las siguientes tareas:

  - El monitoreo de transacciones, por ejemplo verificaciones de rutina o puntuales.
  - Informes regulares a la gerencia superior sobre la eficiencia de las medidas ALA/CFT.

Además, los agentes deben reportar las transacciones, realizadas o no, que resulten sospechosas o inusuales.

V. Situación en la Región

Si bien actualmente no existe un alto nivel de regulación de la actividad inmobiliaria en lo que respecta a prevención de lavado de activos, la tendencia va en ese sentido.
Algunos países han implementado sistemas de registración de agentes (a modo de ejemplo: Brasil y México), a través de los cuales llevan un control de quienes participan en la actividad.
Otros de los aspectos que se han regulado son los relativos a la exigencia de procesos de Debida Diligencia de Clientes, monitoreo y reporte de transacciones.
La mayoría de los países de Latinoamérica han adoptado medidas en ese sentido. Las regulaciones además de incluir a quienes realizan transacciones con inmuebles entre los sujetos obligados, imponen a éstos obligaciones específicas para prevenirse de ser utilizados para el lavado de activos.

VI. Conclusiones

El sector inmobiliario se ha constituido en uno de los más vulnerables y atractivos para los lavadores de dinero. Debido a ello se ha comenzado un proceso de regulación del mismo, tendiente a evitar que sea utilizado con fines ilícitos.

Para prevenir eficazmente el lavado de activos, consideramos necesaria la implementación de sistemas de prevención basados en riesgo. De esa forma sería posible concentrar esfuerzos en áreas críticas, y así mitigar los mayores riesgos que presenta el sector.

Dichos sistemas deben contar a su vez con procesos de Debida Diligencia de Clientes, políticas respecto al personal involucrado en la actividad, monitoreo de transacciones, y reporte de las transacciones que resulten inusuales o sospechosas.

Dr. Leonardo Costa.
Costa/Testa Consultores

WILDER ANANIKIAN
Relaciones Internacionales CIU
Ex Presidente de CIU

XII Congreso Internacional de la C mara Inmobiliaria Argentina Septiembre 16 y 17 en el Hotel HILTON, Bs. As.

Se desarrolló con especial suceso, habida cuenta de la nutrida concurrencia y la importancia del temario abordado, el cual analizó la evolución del sector en diversos paises de Iberoamerica.

También sesionó un salón simultáneo en el cual se dictaron mini Seminarios de Capacitación, referido a varios temas operativos, desarrollados por destacados docentes del Instituto de Capacitación Inmobiliaria de la CIA y como invitado, por el Dr. Alfredo Tortorella, quien expuso sobre "Ética empresarial inmobiliaria".

La delegación uruguaya fue de más de 20 personas, entre ellas alumnos del Curso Oficial de la UTU.

Uruguay presente en el 2º Simposio Internacional Inmobiliario realizado en San Isidro

Organizado por el Colegio de Martilleros y Corredores Públicos del Departamento Judicial de San Isidro con motivo de las actividades por su 45° aniversario.
El encuentro de dos días, se realizó en el salón Tattersall del Hipódromo de San Isidro, reunió a personalidades de renombre nacional e internacional del ambiente inmobiliario con el objetivo de promover el desarrollo y brindar posibilidades de crecimiento hacia nuevos horizontes.
El simposio, combinó un excelente programa educativo con disertaciones de inminente relevancia para inversores, desarrollistas, financistas, agentes de bienes raíces y expositores nacionales e internacionales, diseñado para proporcionar la oportunidad de compatibilizar opiniones y estrechar vínculos.
El Presidente del Colegio, Sr. Carlos Ipuche agradeció a todos los asistentes, especialmente a los colegas del exterior, y comento que el encuentro es para todos los profesionales para que puedan interactuar y capacitarse".
Concurrieron unos 300 asistentes de diversos países, una importante delegación Uruguaya se hizo presente en las dos jornadas de actividad.
La CIU, que apoyo apoyo el evento, estuvo representada por su Presidente Sr. Gabriel Conde, quien testimonio al colegio en su 45 º Aniversario, con una placa recordatoria.

BUSCABA UN APARTAMENTO
DE DOS DORMITORIOS
Y TENÍA VÉRTIGO.

UN AVISO EN EL GALLITO
OFRECÍA UN APARTAMENTO
DE DOS DORMITORIOS EN PLANTA BAJA.

Y TÁ.

TODOS LOS DOMINGOS,
LOS QUE BUSCAN ALQUILAR Y LOS QUE ALQUILAN SE ENCUENTRAN RÁPIDO

As vivimos la Cena del 30º Aniversario de la C mara Inmobiliaria Argentina

29 de Noviembre de 2010
CENA ANUAL DE CAMADERIA de Nuestro 30 Aniversario

El pasado viernes 19 de Noviembre nuestra entidad celebró un gran hito de su historia: su 30 Aniversario!. Este especial conmemoró no solo la creación de nuestra Cámara, sino también se recordaron los éxitos y logros de nuestra entidad, los esfuerzos, las sumas de voluntades y también los momentos difíciles, pero se hizo hincapié en la entrega y dedicación de cada uno de los inmobiliarios que durante todos estos años ayudaron y acompañaron desde los diferentes puestos y funciones que cada uno tuvo a lo largo de nuestra historia. Para ellos sobre todo fue esta fiesta, para ellos fueron los aplausos, agradeciendo así su pasión y desinterés, tan necesarios para lograr nuestros objetivos.

Este festejo, realizado en los salones del Palais Rouge de nuestra ciudad, convocó a más de 500 personas que participaron activamente de cada una de las actividades que ofrecimos a lo largo de la noche, y donde contamos con la presencia de numerosos colegas y de representantes de más de 30 entidades.

También recibimos las adhesiones del Vicepresidente 1º de la Legislatura porteña, Diego Santilli, del Ministro de Desarrollo Urbano de la Ciudad, Daniel Chain y del Presidente de la Caja de Seguridad Social para Abogados, Dr. Jorge Enriquez.

El acto central tuvo inicio alrededor de las 22:30hs. cuya apertura estuvo a cargo del Presidente de la CIA, el señor Néstor Walenten, quien se refirió a los constantes esfuerzos que hace nuestra Cámara por lograr sus objetivos institucionales, a los logros obtenidos en los últimos tiempos y sobre todo para agradecer la predisposición y entrega de cada uno de los miembros del Actual Consejo Directivo y de los miembros de los consejos anteriores.

Un momento destacado de la fiesta estuvo protagonizado por los Socios que cumplieron 25 años de continua presencia en la CIA a quienes se les entrego una plaqueta recordatoria agradeciéndoles su fidelidad, acompañamiento y apoyo durante todos estos años.

En la parte artística, hubo varios números de destacados músicos e interpretes de Tango y la distención llego luego con la presencia del grupo Seven, quienes nos brindaron un fabuloso espectáculo de calidad excepcional.

De esta manera quisimos concluir un año lleno de acontecimientos institucionales que nos hicieron protagonistas como lo fue el 12º Congreso Internacional Inmobiliario desarrollado durante el mes de Septiembre en simultáneo con el VII Congreso Iberoamericano del Master en Dirección de Empresas Constructoras Inmobiliarias (MDI) además de festejar el trigésimo aniversario de la fundación de la Cámara Inmobiliaria Argentina donde cada uno de ustedes colaboró en cada unos de estos exitosos eventos.

Esperamos que el próximo año sea prospero para cada unas de las personas que hicieron posible este evento.

Secretaría CIA
Jorge Fernando Monserrat
Bme. Mitre 784 5°Piso - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel. 5031-3333 Int 622
secretaria@cia.org.ar - jorge@cia.org.ar - www.cia.org.ar

Inscripci n de Empresas

Cra. TANIA ROBAINA
Asesora tributaria de la ClU

Si bien nos acercamos a fin de año y nos inquietan los temas aguinaldo, ajuste fiscal, etc, dado que no hay mayores cambios por ahora, me pareció conveniente hacer referencia a las formas de empresas que usualmente se generan para el rubro inmobiliario, y a su vez los trámites y requerimientos para su inscripción ante los tres organismos: DGI, BPS y MTSS. En todos los casos se debe realizar el trámite conjunto DGI- BPS en Montevideo: 1) Sarandí 570 subsuelo o 2) Avda. Fernández Crespo 1534.

En el Interior en las dependencias habilitadas como "ventanilla única" correspondientes al domicilio constituido o en las dependencias de DGI y BPS en ese orden.

1) EMPRESA UNIPERSONAL :

Consta de un solo titular que es persona física.
Plazo de Inscripción: Se realiza con carácter previo (dentro de los 10 días corridos anteriores al inicio) o en el día de inicio de actividades.
Formularios:
• Formulario 0351 " Inscripción y Actualización" (en 3 vías) con un timbre profesional (hoy de valor $ 91) .
• Formulario REC. 205 " Declaración de Sueldos Fictos" (en 2 vías) con un timbre profesional (hoy $ 91).
• Los formularios deberán ser escritos a máquina o con letra imprenta.

Documentación requerida:
• 2 fotocopias de cédula de identidad del titular
• Si concurre un tercero a realizar el trámite, debe presentar 2 fotocopias de su cédula de identidad.
• Certificación notarial y 2 fotocopias estableciendo:
• Firma del titular
• Datas del titular
• Nombre debiendo establecerse si no tiene segundo apellido
• Documento de identidad
• Estado Civil
• Nacionalidad
• Capacidad legal
• Domicilio particular
• Domicilio Fiscal especificando entre que calles se ubica. Este domicilio corresponde la lugar donde se desarrolla efectivamente la actividad.
La certificación notarial NO SERA NECESARIA si se exhibe factura original completa, de no más de 60 días o contrato de UTE, Antel u OSE (exclusivamente) a nombre del titular y con el domicilio fiscal que declara. En este caso se adjuntará fotocopia de la factura o contrato.

Constancia del trámite :
• Formulario 6351 (tarjeta de RUT)
• Formulario 6361 "confirmación de datos"
• Copia sellada de los formularios
• Impresión de la declaración jurada ingresada al sistema informático BPS

2) SOCIEDAD DE HECHO

Plazo : Previo 10 días o el día en que se inician actividades.
Formulario: Único DGI - BPS 0351 "Inscripción y actualización de empresas y otras entidades unipersonales o pluripersonales" en 3 vías.
Si corresponde, Único DGI - BPS 0352 "Anexo de inscripción y actualización de Personas Físicas vinculadas" en 3 vías con los datos de las personas físicas vinculadas.
En el caso en que tengan Personas Jurídicas vinculadas, formulario único DGI-BPS 0353 "Anexo de Inscripción y Actualización de Personas Jurídicas vinculadas" en 3 vías con los datos de dichas entidades.
Formulario 205 "Declaración de Sueldos Fictos" (BPS) en 2 vías.
Cada formulario deberá ser acompañado por un timbre profesional hoy de valor $ 91 y se completado a máquina o en letra imprenta legible.

Documentación que debe presentarse:
• Fotocopia de los documentos de identidad de los socios
• Si concurre un tercero a realizar el trámite, debe presentar fotocopia de su cédula de identidad.
• Certificación notarial (original y 2 copias simples) de:
Firmas de todos los socios
Datos de los socios:
Nombre, debiendo establecerse si no tiene segundo apellido
Documento de Identidad (tipo, país de origen y número)
Fecha de nacimiento
Estado Civil
Nacionalidad
Capacidad legal
Domicilio particular. Si no lo tuviera, deberá establecer un domicilio en el país.

Domicilio fiscal especificando entre que calles se ubica. Este domicilio corresponde al lugar donde se desarrolla efectivamente la actividad.

Constancia del trámite:

* Copia sellada de los formularios de inscripción 0351, 0352, 0353 y 205
• Formulario "Confirmación de datos" 6361
• Formulario "Constancia de inscripción en el Registro Unico Tributario" 6351

3) SOCIEDADES PERSONALES
(Colectiva, SRL, en Comandita Simple, Ltda., etc)

Plazo: Previo (10 días) o día del inicio de la actividad

Formulario :
• Único DGI - BPS 0351 "Inscripción y actualización de empresas y otras entidades unipersonales o pluripersonales" en 3 vías.
•Único DGI - BPS 0352 "Anexo de inscripción de Personas Físicas vinculadas" en 3 vías con los datos de las personas físicas vinculadas.
• En el caso en que tengan Personas Jurídicas vinculadas, formulario único DGI - BPS 0353 "Anexo de Inscripción y actualización de Personas Jurídicas vinculadas" en 3 vías con los datos de dichas entidades.
• Formulario 205 "Declaración de Sueldos Fictos" (BPS) en 2 vías.
Los formularios serán acompañados cada uno por un timbre profesional y deberán ser escritos a máquina o letra imprenta.

Documentación que debe presentarse:
• Fotocopia de los documentos de identidad de los integrantes
• Si concurre un tercero a realizar el trámite, debe presentar fotocopia de su cédula de identidad.
• Testimonio notarial y una fotocopia simple del contrato social
• Certificación notarial (original y 2 fotocopias simples) de :
Firma de todos los socios
Datos de los integrantes:
- Nombre, debiendo establecerse si no tiene segundo apellido
- Documento de Identidad (tipo, país de origen y número)
- Fecha de nacimiento
- Estado Civil
- Capacidad legal
- Nacionalidad
- Domicilio particular. Si no lo tuviera, deberá establecer un domicilio en el país.
- Que son los únicos integrantes.
Nombre de los administradores y representantes, en caso de no ser socios se requiere certificación de firma y los demás datos que se solicitó a los integrantes de la sociedad.
Personería y representación completa, incluyendo fecha del contrato.
Control del mandato o poder, si lo hubiere. El poder que se invoque podrá ser general o especial. El citado mandato deberá tener cláusula de vigencia no mayor de 30 días.
Domicilio fiscal, especificando entre que calles se ubica. Este domicilio corresponde al lugar donde se desarrolla efectivamente la actividad.
Inactividad de la sociedad desde la fecha del contrato a la fecha de inicio si corresponde.
Si es sociedad integrada por Profesionales Universitarios: constancia de Inscripción en la Caja de Profesionales de todos los integrantes.

Constancia del trámite:
Copia sellada de los formularios de inscripción 0351, 0352, 0353 y 205.
Formulario "Confirmación de datos" 6361
Formulario "Constancia de inscripción en el Registro único Tributario" 6351.

4) SOCIEDAD ANÓNIMA EN FORMACIÓN

Plazo: 30 días a partir de la fecha del contrato.
Formularios:
• Único DGI - BPS 0351 "Inscripción y actualización de empresas y otras entidades unipersonales o pluripersonales en 3 vías.
• Único DGI - BPS 0352 "Anexo de inscripción y actualización de Personas Físicas vinculadas" en 3 vías con los datos de las personas físicas vinculadas.
• En el caso en que tengan Personas Jurídicas vinculadas, formulario único DGI - BPS 0353 "Anexo de Inscripción y actualización de Personas Jurídicas vinculadas" en 3 vías con los datos de dichas entidades.
• Formulario 205 "Declaración de Sueldos Fictos" (BPS) en 2 vías.
• Los formularios deberán ir acompañados por timbre profesional hoy de valor $91, y deberán ser escritos a máquina o letra de imprenta.

Documentación que debe presentarse:
• Fotocopia de los documentos de identidad de los titulares
• En caso que concurra un representante , deberá presentar fotocopia de su cédula de identidad.
• Certificación notarial (original y 2 fotocopias simples) de:
- Firma de todos los fundadores
- Datos de los fundadores: Nombre, debiendo establecerse si no tiene segundo apellido.
Documento de identidad (tipo, país de origen y número)
Fecha de nacimiento
Estado Civil
Nacionalidad
Capacidad legal
Domicilio particular. Si no lo tuviera, deberá establecer un domicilio en el país.
Domicilio fiscal, especificando entre que calles se ubica. Este domicilio corresponde al lugar donde se desarrolla efectivamente la actividad.
Fecha de acta de constitución.

Constancia del trámite:
- Copia sellada de los formularios de inscripción 0351, 0352, 0353 y 205
- Formulario "Confirmación de datos" 6361
- Formulario "Constancia de inscripción en el registro único tributario" 6351.

MINISTERIO DE TRABAJO.

Cualquiera sea el tipo o forma de empresa que se constituya, luego de su inscripción en DGI y BPS debe inscribirse en el Ministerio de Trabajo. Para ello lo hará a través de la página WEB por el programa VENETUS. Allí no sólo registrará los datos de la empresa sino de cada uno de sus empleados, titulares y socios. Dado que el giro es inmobiliaria corresponderá el grupo 19 subgrupo 5.

En cuanto al giro en DGI y BPS el contribuyente no lo identifica por un código sino en letras y podrá ser: Negocios inmobiliarios, Compra venta de propiedades, Administración de Propiedades, Administración de Edificios, etc.
Si incluye varios capítulos dentro del mismo giro, como puede estar gravado por diferentes impuesto, también puede declarar un giro principal, por ej: Compra Venta de Propiedades y otro secundario que puede ser Administración de Propiedades.

Negociaci n, estrategia & resultados

Prof. SAMY BORENSZTEJN

Es importante contemplar que nuestro objetivo principal en nuestros negocios e incluso en nuestra vida es lograr resultados.

Los resultados en los negocios y en cualquier ámbito de nuestra vida no son hechos casuales sino producto de estrategias específicas y tácticas que las validen.

No hay logros , ni estrategias posibles si no hay un respaldo de una capacitación profesional y la negociación es una de ellas.

Parecería claro que en el negocio inmobiliario la negociación ocupa un punto clave ya que es uno de los pilares básicos en la clara y permanente necesidad de capacitación.

Repasemos entonces claves básicas a tener en cuenta:

1

Capacitarse en forma permanente

2

La negociación como un camino clave en este sentido

3

La concreción de resultados se logrará si hay capacitación. De lo contrario hay improvisación y el éxito será producto de la suerte y no de una estrategia predeterminada.

Nuevos conocimientos cambian viejos paradigmas.

La mente humana tiende a perpetuar el momento presente, en el tiempo. Si las cosas van mal, “siempre “ iran mal, si las cosas van bien, “siempre” iran bien.

Estemos en un ciclo de abundancia o de necesidad, lo único seguro, es que va a cambiar.

Lo que podemos hacer es acompañar los ciclos con actitud consiente y acciones.

La actitud consiente nosotros invitamos a cultivarla mediante el uso de un Observador Interno Optimo.

Las acciones pueden ser de dos tipos, proactivas o reactivas.

Las acciones proactivas nos premiten intentar adelantarnos y prepararnos a los cambios…

Las acciones reactivas, son nuestra respuesta al cambio, son nuestra capacidad de adaptación, gestionan en función de los estimulos que han sucedido, y generan en nosotros una consecuencia.

Ambas acciones han de ser consideradas, ya que la proactividad proviene de una actitud y una observación de los posibles escenarios y las acciones reactivas, son conductas adaptativas en virtud de lo que realmente sucedió.

La CIU festej su 23º aniversario

El pasado viernes 26 de noviembre la Cámara Inmobiliaria Uruguaya festejo sus 23 años de compromiso y apoyo al sector inmobiliario en el País, coincidiendo con el "Día del Profesional Inmobiliario".

Con motivo de la celebración se realizó un cocktail en la sede de la Institución junto a socios y amigos, contando además con la presencia del Cr. Federico Molins del diario El País, Marcelo Calcagno de El Libro de los Clasificados y el Cr. Fernando Granotich del HSBC Bank.

El evento fue propicio para celebrar también la primera década del ICIU (Instituto de Capacitación Inmobiliario Uruguayo) y destacar la labor de su fundador, y actual director Alfredo Tortorella.

La CIU agradece a todos los socios y demás personas que estuvieron presentes en este acontecimiento tan importante por el apoyo recibido, y espera seguir compartiendo con todos muchos años de trabajo profesional y comprometido.

Jornadas de capacitaci n del ltimo trimestre.

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya y HSBC Bank (Uruguay) S.A. invitaron a la Conferencia:

"EL DESAFÍO DEL SECTOR INMOBILIARIO EN LA PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS"

Estuvo a cargo del Dr. Leonardo Costa, (Costa Testa Consultores - Brum Costa Abogados)

Fue el jueves 21 de octubre de 2010 en la Sucursal HSBC Premier, WTC (Lecueder y Bonavita) a las 19.00hs.

Organizado por la CIU y el INSTITUTO DE CAPACITACIÓN INMOBILIARIA URUGUAYO

CURSO MODULAR 2010
"Gestión Inmobiliaria Integral"

Módulo D: ASPECTOS JURÍDICOS, NOTARIALES Y TRIBUTARIOS

Docentes: Esc. Darío Castro, Dr. Alberto Puppo, Cra. Tania Robaina

TEMARIO
1. Registros Públicos y cuestiones notariales. Colaboración entre Escribanos e Inmobiliarias

2. Nociones de Contratos bilaterales y protección al consumidor

3. Contratos de Arrendamientos: modalidades, cláusulas específicas, garantías y trámite de Desalojo

4. Tributos para la actividad inmobiliaria: concepto, cálculo de liquidación y formularios

5. Administración de Propiedades (alquileres) y de Edificios

Organizado por la CIU, el INSTITUTO DE CAPACITACIÓN INMOBILIARIA URUGUAYO, y CÁMARA INMOBILIARIA DE RIVERA invitaron a la charla:

CHARLA
DESARROLLO INMOBILIARIO EN RIVERA

Un nuevo escenario

Se realizó el sábado 6 de noviembre de 2010 a las 18.00hs en la Asociación Comercial e Industrial de Rivera (Monseñor Vera 1119) - Rivera

Disertante: Julio César Villamide

Su inmobiliaria a un click del mercado argentino

uru inmuebles .com

La red de inmobiliarias más grande del Uruguay

Una alianza estratégica para ampliar oportunidades de negocios.

ARGENPROP.COM

Le prestamos **especial atención** al sueño de tu casa propia.

Atención al cliente: 2915 1010
Visite nuestra web: www.hsbc.com.uy

HSBC
En Uruguay y en el mundo, HSBC