CIUDADES

Nº 72
Revista Oficial de la
Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Año 18. Nov. / Dic. 2018

Cambian los vientos sobre el ladrillo

Tendencias
La domótica y la disrupción en los operadores

Jimmy Baikovicius
El dinero como artilugio tecnológico en ebullición

Romero Álvarez
¿Cómo estimar el valor de los activos?

Daniel Porcaro
Inmobiliario y el comercio minorista

UruguayNatural

SERVICIOS INMOBILIARIOS DE PUNTA A PUNTA

A NUESTRO CLÁSICO LOCAL DE PUNTA CARRETAS SUMAMOS UNA NUEVA OFICINA EN PUNTA DEL ESTE

- ALQUILER
- VENTA
- ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDADES
- TASACIÓN DE PROPIEDADES
- PROYECTOS A ESTRENAR Y EN EJECUCIÓN
- ESTUDIO JURÍDICO NOTARIAL

ANANIKIAN
NEGOCIOS INMOBILIARIOS

MONTEVIDEO: JOSÉ ELLAURI 453 - TEL. (+598) 2711 7266* - CP 11300
PTA. DEL ESTE: EDIFICIO W - CALLE 20 Y 27 - OFICINA 303 - TEL. (+598) 4243 7317 - CP 20100
INFO@ANANIKIAN.COM - WWW.ANANIKIAN.COM

Staff

Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Uruguay 820 - Montevideo
Tel. (+598) 2901 0485
ciu@ciu.org.uy
www.ciu.org.uy

Redactor Responsable:
Leon Peyrou
lpeyrou@adinet.com.uy

Editor:
Heraclio Labandera
heraclio.labandera.suarez@gmail.com

Contacto:
revistaciudadesciu@gmail.com

Diseño:
Mi Agencia de Comunicación
Tel. (+598) 2406 7409
www.miagencia.uy

Colaboran en este número:
Heraclio Labandera, Julio Decaro, Jimmy Baikovicius, Leonardo Costa, Gastón Chiquiar, Alfredo López Salteri, Mario Stefanoli, Abril Pérez Alves, Aníbal Durán, Jorge Aurelio Alonso (Argentina), Ofelia M. Ulloa, João Teodoro Da Silva (Brasil), Daniel Porcaro, Luis Romero Álvarez, José Luis Pérez Collazo (España), Revista Propiedades.

Fotografía de tapa:
Shutterstock.com

Las notas y contenidos volcados en esta revista son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Impresión:
El País
D. L. Nº 331.068

Revista bimestral
Tiraje: 2.500 ejemplares

UruguayNatural

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

CIUDADES

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Nro. 72 - Año 18 - Noviembre / Diciembre 2018

Autoridades

Presidente
R. Wilder Ananikian

Vicepresidente
Alfredo Blengio

Secretario
Santiago Borsari

Prosecretaria
Beatriz Carámbula

Tesorero
Juan José Roisecco

Protesorero
Leon Peyrou

Directivo
Álvaro Echaider

Directivo (CAINPA)
Walberto Mannise

Directivo (CIM)
Eduardo Gutiérrez Larre

Directivo (ADIPECIDEM)
Javier Sena

Directivo (ADICCA)
Luis Cruz

Comisión de Ética
Ruben Álvarez
Gustavo Iocco
Luis Silveira
Ricardo Frechou

Relaciones Internacionales
R. Wilder Ananikian

Comisión Fiscal
Luis Gómez Iribarne
Conrado Deambrosis
Nicolás Mignone
Álvaro Paulis

Comisión de Socios
Alfredo Blengio
Fernando Micucci
Leonardo Bordad
Laura Casatroja
Jorge Cassarino

Comisión Intergremial
Alfredo Blengio

Coordinador de Asuntos Legislativos
Luis Silveira

Comisión LIF (Comisión Ley de Inclusión Financiera)
Wilder Ananikian
Marcelo Nieto
Gabriel Conde
Guillermo de Arteaga
Luis Silveira

Comisión Interinstitucional de la Actividad Inmobiliaria
Wilder Ananikian
Santiago Borsari
Álvaro Echaider
Marcelo Nieto
Gabriel Conde
Richard Aldama
Guillermo de Arteaga
Luis Silveira
Gustavo Iocco

Comisión Prevención de Lavado de Activos
Wilder Ananikian
Leon Peyrou
Marcelo Nieto
Gabriel Conde
Luis Silveira
Eduardo Gutiérrez Larre

Consejo Consultivo
Julio Villamide
Fernando Reyes
Luis Silveira
Gabriel Conde
Gustavo Iocco
Juan José Fraga
Pedro Gava
Socorro Casatroja

Asesores
Cra. Tania Robaina
Dr. Alberto Puppo
Dr. Santiago Carnelli
Dr. Leonardo Costa

Departamento de Socios
Facundo Peláez

Secretaría General
Natalia Martínez

CILA
Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay
Confederación de Cámaras Empresariales
National Association of Realtors®

Sumario

7 Editorial: Un viaje por el planeta inmobiliaro

8

Heraclio Labandera:
Cambian los vientos sobre el ladrillo

14 Tendencias: de la Redacción de CIUDADES
La tecnología inteligente: la disrupción inmobiliaria

16 Noticias CIU:
Uruguay fortaleció alianza estratégica con la NAR y participó de congreso de CILA en Boston

18 Revista Propiedades:
Destacan impacto de la VIS en la oferta habitacional

20 Dr. Julio Decaro:
El oscuro principio de la reciprocidad

22

Ing. Agrónomo Luis Romero Álvarez:
El valor de los activos

26 Cr. Daniel Porcaro:
Destino del comercio minorista

28 Jimmy Baikovicius:
El dinero, artilugio tecnológico en plena ebullición

32 Dr. Leonardo Costa y Gastón Chiquiar:
Prevención de lavado: proyecto de reglamentación de la Ley No. 19.574

34

Logística: de la Redacción de CIUDADES
Logística: un negocio en desarrollo

38 Mario Stefanoli:
Remates virtuales

40 Dr. João Teodoro Da Silva:
Inmuebles en Brasil bajo la nueva perspectiva política

42 Profesor Jorge A. Alonso:
Atención inmobiliarios: fuertes cambios se están produciendo

44 Alfredo López Salteri:
Cómo trabajar con compradores

48 Ofelia M. Ulloa:
Beneficios de las exclusivas

52 Abril Pérez Alves:
Tenencia de animales en los edificios

54 Esc. Aníbal Durán:
El Mercado Modelo y APPCU

56 José Luis Pérez Collazo:
Problemas de techo

57 Noticias CIU:
Entidades asociadas a CIU se reunieron en Paysandú

58 Noticias CIU:
Disfrutando un premio

CARRASQUENCES DE LEY III

Las bicis de Carrasco. Eran la libertad ejercida en dos ruedas. Desperdigadas, tiradas en el pasto de algún jardín vecino, nos esperaban horas. Llegaban a nosotros con óxidos, rayones y averías. Venían de familia. Y nos daban certeza de estar viviendo en la ciudad la vida de un balneario. Las bicis, nuestro mayor activo de la adolescencia. Sin embargo, cuidarlas no fue nunca un desvelo.

Si es residente de Carrasco, Punta Gorda o Parque Miramar, consulte **FROM Ketlark TO Carrasco**. Un modelo diseñado específicamente para brindarle máxima seguridad mientras transita en su auto y en el regreso a casa.

HIGH URBAN SECURITY
KETLARK
PREMIUM

ketlark.com I 0800 8008

Si usted quiere:

- Tasar
- Vender
- Comprar
- Alquilar

>

Asesórese con un operador inmobiliario formal

Proteja el valor de su dinero y asegure su tranquilidad con el asesoramiento profesional que sólo puede brindarle un operador inmobiliario formal.

Consulte el padrón de socios en **www.ciu.org.uy**

CIU
CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

Av. Uruguay 820 - Montevideo, Uruguay (+598) 2901 0485 ciu@ciu.org.uy www.ciu.org.uy

Un viaje por el planeta inmobiliaro

Wilder Ananikian
Presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya

Las novedades tecnológicas del siglo desafían cualquier frontera de la imaginación que hubiera existido hasta hace muy poco tiempo, y el viaje a cualquier encuentro internacional del negocio inmobiliario es más un viaje que una visita.

Así como existe la percepción de que el tiempo se ha acelerado de la mano de lo tecnológico y se marcha en un tren que todos los días acelera un poco más, en un tránsito sin paradas ni estaciones, la latencia entre dos hitos de tiempo -ya sea un día, una hora o un minuto- se percibe como más cercanos unos de otros.

A pesar de que las demandas siguen recalando por los mismos mares, ese es el nuevo "tempo" del negocio inmobiliario, porque el mercado y el cliente imponen respuestas cada vez más aceleradas pero, además, más desafiantes y tan cercanas a la imaginación como a la fantasía del último eslabón de la cadena, que es la persona.

Claro que ese fenómeno no tiene la misma dinámica en todo el planeta inmobiliario y en tal sentido, quizás en ese reparo radiquen nuestras ventajas comparativas si se tiene el futuro por horizonte.

En el país existe un negocio inmobiliario muy dinámico, obligado a tomar decisiones basadas en la agudeza de los cambios de escenario regional y global que se nos presente, con un incesante reclamo de novedades que lo pueda colocar a diario en el cielo de las oportunidades, pero que también conviva en la misma burbuja a diferentes aceleraciones debido a que el piso del que se debe partir, del cero desde el que se debe sumar, es el mercado que se tiene sobre la mesa y la cartera con la cual se trabaja.

A veces ayuda el atavismo y a veces el empantanamiento de las oportunidades debido a externalidades del negocio inmobiliario, y aún así el empresariado del sector busca túneles de escape, nichos de mercado y estrategias de oportunidades para sortear la jornada con éxito.

Cuando uno visita una feria inmobiliaria internacional, esa percepción de viaje al futuro es el cierre de cada experiencia y en ello radica la importancia de estar "on line" con otras comunidades de negocio distintas a la nuestra.

Porque no se trata de medirnos en la carrera con el puntero, sino de inventar métodos eficientes con las experiencias ajenas, para superar los obstáculos que todos los que van en la punta ya han sorteado.

Un viaje de esa naturaleza es mucho más que turismo inmobiliario en sí, es una actividad que será valiosa y relevante porque apunta a la mejor calidad de vida de las personas y a conocer los mundos desconocidos para el visitante.

Un viaje de esta naturaleza también nos enseña dónde están las oportunidades que no figuran en el diario, ni en Wikipedia, ni en Google, sino que existen en la imaginación del viajero. Es sabido que de un viaje nunca se regresa igual que como se partió.

Esa frase, casi un lugar común del pensamiento corriente, debe servir para indicar el sentido de una peripecia de esta especie y la subida al avión se convierta en una experiencia enriquecedora para nuestra actividad, más por la mochila que trajimos que por el propio retorno.

Es como lo que vive el buceador amateur, que en una inmersión se vuelve más veterano en la práctica del buceo, porque tuvo la decisión de lanzarse a profundidades desconocidas en las aguas límpidas pero a la vez, misteriosas.

El futuro está ahí –con todos sus desafíos e incógnitas– y la percepción de que otros tuvieron y resolvieron los problemas que nosotros vamos a tener, antes que un dilema, debe ser un aliciente para hallar esas oportunidades que parecen esquivas.

Como reza el poeta, la "victoria" y la "derrota" son dos grandes engaños. Ahí afuera, nadie posee el futuro asegurado y tienen los mismos desafíos que nosotros tenemos o tendremos.

Nuestra gran oportunidad es saber por cuál camino no tomar y qué senda transitar. La buena nueva, es que no estamos lejos.

Heraclio Labandera • Periodista, especializado en prensa económica y financiera

Cambian los vientos sobre el ladrillo

Están cambiando los vientos sobre el ladrillo nacional. A pesar de las tormentosas jornadas financieras de medio año en la región, los valores del mercado local se sostuvieron, aparecen nuevas oportunidades de negocios y la temporada 2018-2019 que hace seis meses parecía una tragedia pronosticada, ahora se advierte como auspiciosa merced a una política deliberada del sector público y del privado.

Es verdad que las externalidades políticas, macroeconómicas y financieras de la región provocaron una esperable zozobra entre los operadores del mercado local, pero la cautela y la previsión sobre lo incierto implementada por Uruguay, promete dar resultados expectantes.

Los cambios políticos en la región prometieron más truenos que lluvia, a juzgar por los datos registrados cuando se produjo la elección presidencial en Brasil, que fue el último gran cambio registrado, pero lo cierto es que eso aún no incide en la economía real, porque el nuevo gobierno asumirá recién el 1o de enero de 2019, por lo cual por ahora sólo es una incógnita el resultado real de los cambios consolidades.

Más bien, los "cambios" por ahora son reacomodos de los operadores privados del mercado financiero, especulando sobre la variación del tipo de cambio, aunque por derivada, eso quitó presión sobre un mercado nervioso por los números augurados en campaña electoral.

Aunque a fuer de ser sinceros, los datos reales del Brasil llegarán dentro de algún tiempo, y la política cambiara está dentro de la incógnita.

Si bien lo que se planifique para Brasil a Uruguay no importa tanto como lo que suceda en Argentina, en materia de inversión inmobiliaria directa, desde 2002 a la fecha el valor del dólar en Uruguay se comporta "en espejo" a lo que suceda en el mercado brasileño.

Es una ley no escrita de las finanzas locales, luego de la gran crisis financiera de ese año.

Novedades en el norte-sur

Tras la elección de Jair Bolsonaro, a finales de octubre, se conocieron los primeros esbozos de la política económica que el nuevo gobierno espera implementar a partir del 1o de enero de 2019.

Si bien las noticias políticas repercutieron positivamente en los mercados y es probable que la administración que llegará a Brasilia disminuya sus fronteras arancelarias, a juzgar por la naturaleza ideológica de quien encabezará la economía del país, Paulo Guedes, quien conoce un poco la historia brasileña sabe que allí existe una eterna pulseada con el proverbial proteccionismo que no sea fácil de desmantelar, y por lo tanto el lobby para abaratar el real es poderoso y siempre está al acecho.

Juegan en favor de ello, el peso corporativo de la poderosa industria paulista y los criterios doctrinarios de los sectores desarrollistas en los que históricamente abrevaron los activistas más nacionalistas que hoy rodean a Bolsonaro y los conservadores que ahora cuentan con una mayor incidencia en la política brasileña.

Del resultado de esa pulseada, dependerá el muevo punto de equilibrio que se logre con el tipo de cambio en Brasil, y por consecuencia, su paridad en el arbitraje con los países de la región.

Por ahora, se detuvieron las presiones para depreciar la moneda

brasileña luego de conocida la victoria de Bolsonaro y las primeras declaraciones de Guedes, promitente comandante supremo de la economía nacional, con lo cual el dólar ingresó a zona de freezer.

La nueva administración enfrenta serios problemas con el déficit fiscal, el financiamiento de la seguridad social y un creciente endeudamiento soberano que tiene el país, en un esquema económico que muestra signos de fatiga y deterioro.

Pero hasta la asunción presidencial, lo único que se puede hacer es advertir el acomodamiento de la economía a las nuevas reglas de juego.

En simultáneo al ruido político provocado por la elección brasileña, en Argentina ocurrió un hecho relevante que pasó algo desapercibido en un significación profunda, al pie de las noticias generadas por Bolsonaro.

Poco antes de esos históricos comicios, sonoros disturbios en Buenos Aires marcaron la votación del Presupuesto 2019, donde se contemplaron los compromisos asumidos por Argentina con el Fondo Monetario Internacional (FMI), tras el rescate de 57.000 millones de dólares pactado en junio.

En ese presupuesto se aplicaron recortes que equilibrarán los actuales números "rojos" de las cuentas públicas, pasando de manera drástica del actual déficit fiscal primario del 2,6% -que es el estimado antes del

pago de intereses de la deuda- a 0% el año próximo.

El drástico frenazo aplicado aseguró al gobierno de Mauricio Macri un poco más de oxígeno financiero internacional para enfrentar la inestabilidad financiera local, aunque con ello pudo revertir la espiral especulativa que había disparado el peso argentino a la baja.

En la última semana de octubre, el mercado financiero de Argentina dio sus primeras señales de fortalecimiento de la moneda nacional, con lo cual no solo se frenó la subida del dólar, sino que éste comenzó a retroceder en los mercados argentinos.

En resumidas cuentas, las monedas en ambos países lograron de momento frenar la subida del dólar, lo que arrima certidumbres cambiarias a Uruguay.

Pero ese sigue siendo un mundo de sorpresas.

Todo esto importa no olvidarlo, porque tras la crisis financiera de 2002 -como se dijo y conviene repetirlo- Uruguay abandonó la ortodoxia cambiara fijada por Argentina y siguiendo una norma no escrita, se recostó a las variaciones cambiaras de Brasil.

El mercado inmobiliario

Con ese telón de fondo, el panorama inmobiliario nacional por ahora no mostró cambios abruptos en los precios, que por lo general es el signo más revelador del estado de cosas.

Si bien la montaña rusa cambiaria argentina pareció haberse frenado un poco, la tendencia instalada en el público del país vecino tras la incertidumbre de mitad de este año, fue comenzar a dolarizarse para quedar blindado ante eventuales sorpresas.

Esto es, que parte del público argentino retornó firme a la inveterada costumbre de dolarizar sus ahorros y, el que pueda, invertir en el ladrillo de enfrente a casa.

Esa percepción de los argentinos comenzó a alimentar por goteo el retorno a Uruguay de la inversión inmobiliaria de ese origen, lo que ha mantenido sin cambios los valores del metro cuadrado que se construye en el Este.

Tal interpretación del zigzagueo financiero argentino es coincidente con la opinión de varios referentes inmobiliarios nacionales sobre la persistencia de la llegada de la inversión del país vecino.

De tal modo, que lo que a mitad de año fue una negra intuición, en los hechos no se ha verificado y en el negocio del ladrillo nacional, las transacciones se mantienen vivas y activos los negocios con capitales provenientes de la vecina orilla.

Si bien por ahora reina cierta cautela entre quiénes invierten -porque aún rigen algunas señales de alerta en la meteorología financiera de la región- la temporada veraniega no promete ya las tragedias que se agitaron a mediados de año, al comienzo de la montaña rusa cambiaria que vivió Argentina, y en contrario, sugiere una cierta estabilización del precio monetario, de lo cual surgirán los niveles de tasas que se cobrará por el dinero.

EMPRESA LÍDER EN EL MUNDO, AHORA CON VENTAS EN URUGUAY.

Kingspan ISOESTE

Nuestros paneles de cubierta y fachadas proporcionan a las obras:

- Rapidez en las construcciones
- Eliminación de las pérdidas
- Reducción significativa de los costes de las obras
- Reducción importante en los equipos de refrigeración
- Reducción en el costo de la energía eléctrica
- Resistencia al fuego
- Mejora en el confort térmico

Para más información y ventas, contactar:

Essen Ltda
ventas@essenltda.com.uy
Tel. (598) 292-900-92

ESSEN
SOMOS SOLUCIÓN

www.isoeste.com.br

Entre las recuperación paulatina de la previsibilidad cambiaria en Argentina, más el combo de medidas compensatorias adoptado por el gobierno uruguayo destinada a fidelizar a los turistas vecinos, en el pago arrendamiento y servicios en Uruguay, las expectativas prometen resultados positivos.

En eso coincide las autoridades fernandinas relacionadas con el Turismo, y las nacionales vinculadas a la cartera correspondiente.

Promediando octubre -que es cuando se hacen proyecciones para la temporada- se verificó en las referencias turísticas de Maldonado una alta afluencia de público, lo que indicaría que en el verano 2018-2019 no habrá demanda escasa debido a temas relacionados con el tipo de cambio o los precios.

Según indicó el director de Turismo de la Intendencia fernandina, Luis Borsari, ésta será "una temporada razonablemente buena", con importante presencia de turistas argentinos y brasileños.

En algunos lugares del Departamento de Maldonado, como Punta del Este, la Barra y Manantiales, durante el fin de semana largo se registraron problemas de circulación relacionados con el importante flujo vehicular.

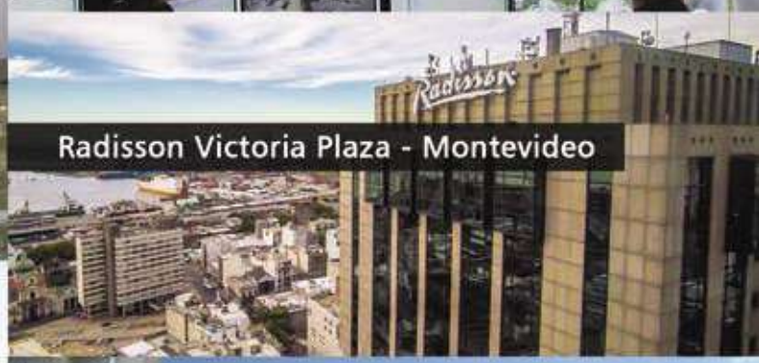
Para Luis Borsari, ese episodio no hizo sino "confirmar lo que venimos diciendo, de que la cosa no será tan (mala) como se dice", lo que se explicaría no sólo por el buen tiempo que hizo, sido porque se compensó un poco la paridad cambiaria que parecía demasiado asimetrica.

"El dólar ha aumentado en Argentina, pero también subió sensiblemente en Uruguay", agregó.

"Esto de que estamos más caros (Uruguay respecto de Argentina, ndr) no es ninguna novedad para los argentinos; la novedad fue que la temporada pasada estábamos más baratos que ellos", concluyó.

Reaparecen proyectos

Un indicador de que vienen nuevos tiempos, es que aparecen anuncios de proyectos ambiciosos de capitales argentinos, aunque si bien no con la holgura esperable de otros años, indica que la tormenta pasó y viene la etapa de las certidumbres.



LAS OBRAS MÁS IMPORTANTES DE NUESTRO PAÍS ESTÁN EQUIPADAS POR BARRACA EUROPA Y SAMSUNG.

Conozca todas las posibilidades que tenemos para su proyecto en nuestro Samsung Store: Av. Italia y Oviedo.

www.barracaeuropa.com.uy

SAMSUNG

BARRACA EUROPA IMPORTACIONES

La tecnología inteligente: la disrupción inmobiliaria

En la edición de la Expo-Prado de este año, el stand de uno de los entes estatales que más atención atrajo fue diseñado sobre la idea de ver como utilizar más control a distancia, en las llamadas casas inteligentes.

Varios guías acompañaron a los visitantes del sitio, en un pequeño tour de tecnología hogareña, en el cual elegantes azafatas mostraron las prestaciones posibles que ya

En Uruguay, el tema de la domótica está ganando terreno a medida que se imponen conceptos como internet de las cosas, última tendencia en materia de acceso a prestaciones tecnológicas.

están al alcance de la mano en el mercado nacional, con oferta de planes de tarifa plana y algunos meses de acceso gratis para tentar al potencial usuario.

En Uruguay, el tema de la domótica está ganando terreno a medida que se imponen conceptos como internet de las cosas, última tendencia en materia de acceso a prestaciones tecnológicas.

La domótica permite que una vivienda funcione de manera inteligente, respondiendo a los requerimientos y necesidades de sus usuarios a través de sistemas automatizados que mejoren la habitabilidad y el confort de sus espacios, aumentando su seguridad o potenciando un costo eficiente para el funcionamiento de la energía hogareña.

Este nuevo tipo de vivienda llena de sensores, sistemas motorizados, tecnologías inalámbricas e integración directa con teléfonos celulares o tablet, llegó para quedarse y la novedad es que no sólo se ofrece ya al sector premiun del mercado inmobiliario, sino que ahora se puso foco sobre nuevos sectores socio-económicos.

Esto ameritará una rápida incorporación de los operadores inmobiliarios a ese nuevo mundo con demandas tecnológicas diferentes, y ofertas de prestaciones en el hogar para un creciente público fascinado por la tecnología.

No se trata solo de que una cafetera se encienda cuando uno se levanta de la cama o que una ventana o cortina se abra o cierre según la oferta de luz natural, como se mostró en el stand mencionado del ente estatal, sino de prestaciones en temas más sensibles a la hora de elección de vivienda como el relacionado con la seguridad.

Así, atenuadores, sensores de movimiento y otros sistemas de control manejados por el usuario mediante su su celular pasan a integrar el menú de prestaciones ofrecidas a un nuevo tipo de cliente que necesariamente va a ser emergente, en una plaza progresivamente más interesada en todo lo tech.

¿Y por qué, esto será una disrupción para el operador inmobiliario?

Primero porque el concepto está de moda en un mundo de cambio, basado en la tecnología, y esa disrupción -como se llama en modo cool a lo que antes se denominaba con mayor simpleza a la ruptura o al quiebre de tendencia- es parte de una nueva cultura a la cual el operador inmobiliario deberá acceder como parte de su arsenal argumental al momento de la venta, y al acompañar al cliente.

Y segundo, porque en una época de cambios acelerados, aparecerá en el mercado un creciente target de clientes más preocupado por el acceso a la tecnología en su hogar, que por el tipo de loza que tenga la vivienda, de un público que prefiere espacios amplios, austeros y ascépticos que ni el mismo Ray Bradbury hubiese imaginado en ninguna de sus mejores noches de fiebre creativa del mundo futuro.

Entonces el conocimiento del gasto energético potencial por iluminación, calefacción o enfriamiento en un edificio, los sistemas de control lumínico, los temporizadores de cuenta regresiva y los sensores de ocupación o vacancia, que apagan las luces cuando las habitaciones no están en uso, formará parte del nuevo argot que será necesario dominar cuando se ofrezcan ventajas en una vivienda, a un cliente fascinado por determinados detalles a la hora de comprar.

Y como la domótica también permite incluir timbres digitales que muestran el número de una propiedad y hasta los nombres de sus habitantes, con lo cual los usuarios podrán comunicarse interna o externamente, e integrarlos a los sistemas de seguridad de la vivienda o del condominio, en días donde este tema tiene acciones en alza, el vendedor tiene un argumento más para ofrecer.

Esta novedad gigante sucede, porque la domótica ya no debe verse como algo ajeno a la arquitectura del edificio, y es importante que se integre correctamente al diseño de los espacios para que sus usuarios puedan utilizarla fluida e intuitivamente. ■

Uruguay fortaleció alianza estratégica con la NAR y participó de congreso de CILA en Boston

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU) participó en la ciudad estadounidense de Boston de la Realtors Conference & Expo, como se denomina al encuentro anual de la entidad inmobiliaria estadounidense National Association of Realtors (NAR).

La visita de operadores inmobiliarios de los países americanos del sur en ese evento, permitió además realizar en simultáneo a la convocatoria multinacional, el congreso anual de la Confederación Inmobiliaria Latinoamericana (CILA), que reúne a gremiales empresariales de 18 países del continente.

La NAR mantiene con la CIU un vínculo de asociación de negocios y cooperación en formación profesional, algo que posibilita a los inmobiliarios uruguayos ampliar la cartera de negocios a un marco global.

Basados en ese tipo de cooperación, han llegado a Uruguay conferencistas de la NAR a exponer en el CIU en varias ocasiones, con el cometido de dictar conferencias formativas destinadas a los profesionales uruguayos.

Este tipo de encuentros, permite al complejo inmobiliario nacional mantenerse al día sobre tendencias del negocio en otros países, y a la vez, posibilita ampliar la cartera de negocios a disposición del operador inmobiliario local.

La NAR es una estructura que patrocina una red de contactos entre gremiales y operadores del rubro, que permite emerger con oportunidades interesantes para los operadores, en tiempos donde las tecnologías digitales se han convertido en una suerte de competencia tecnológica desleal y posibilita sostener nuevos negocios y adosar diferentes carteras.

El encuentro anual de la NAR fue un verdadero festival relacionado con el negocio de bienes raíces.

Participaron operadores inmobiliarios de todo el mundo en una enorme superficie de 6.000 metros cuadrados exposición, con pabellones atendidos por empresas pares de otros países, bancos de financiamiento hipotecario, y servicios conexos de la industria como las prestaciones digitales, de computadores y aplicaciones de última generación útiles al negocio.

En el capítulo correspondiente a la CILA, se eligieron autoridades y se confirmó la realización del congreso 2019 en Montevideo, para el cual la anfitriona será la CIU. ■

IV CONGRESO PROFESIONAL **INMOBILIARIO** LATINOAMERICANO

URUGUAY 2019

RESERVE LA FECHA

24, 25 Y 26 DE JULIO

Tendencias, estrategias e innovaciones del Real Estate latinoamericano

Radisson MONTEVIDEO VICTORIA PLAZA

Hotel Radisson Montevideo Victoria Plaza
Plaza Independencia 759, Montevideo

Organiza: CIU CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

Auspicia: CILA CONFEDERACIÓN INMOBILIARIA LATINOAMERICANA

Invitado especial: NATIONAL ASSOCIATION of REALTORS® REALTOR

Invita: UruguayNatural

www.cila2019uruguay.com

Destacan impacto de la VIS en la oferta habitacional

En un informe publicado en la última edición de la Revista Propiedades, se destacó que la construcción al amparo de la ley 18.795 -norma que regula la construcción de la llamada Vivienda de Interés Social (VIS)- "propicia un significativo proceso de renovación urbana, produce un marcado impulso a la industria de la construcción, genera desequilibrios notorios en los valores del mercado inmobiliario, y se convierte en un tópico escabroso tanto para la opinión pública como en ámbitos académicos".

Esta frase pertenece a un estudio de postgrado presentado por el arquitecto Juan Viñar, ante la Facultad de Arquitectura (Udelar).

"Los efectos provocados por la entrada en vigencia de esta ley comienzan a hacerse evidentes. (…) Permite, en un período muy corto, la construcción de un número de viviendas sin precedente para el país. Este fenómeno es particularmente visible en las áreas centrales de Montevideo, ciudad en que las viviendas construidas representarían algo más del 2% del stock total", afirmó el profesional.

Con esta norma, las nuevas construcciones "son mucho más evidentes", especialmente en Montevideo, que concentra casi el 75% de los emprendimientos, al tiempo que en el Interior se advierte el impacto de proyectos de inversión inmobiliaria en casi todas las capitales departamentales, con particular énfasis en Canelones, Maldonado y Colonia.

En Montevideo la dinamización inmobiliaria se produjo en la zona central de la urbe.

"La ciudad vuelve a estar en obra; (se) había quedado dormida, aletargada, y comienza a transformarse rápidamente. Finalmente recibe inversión en vivienda, aprovechando las infraestructuras instaladas, atrayendo nuevos habitantes, evitando o retrasando la expansión de la mancha urbana, dando un claro mensaje sobre el modelo de ciudad que se persigue. Vuelven a la vida edificios olvidados. Por fin las ruinas o esqueletos de edificios abandonados por décadas, logran incorporarse a esta dinámica. Minoritarios en el contexto global, son de gran importancia para la ciudad. Representan un cambio de actitud y el desarrollo de herramientas que permiten devolver a la ciudad un bien que hasta ahora solo representaba problemas", sostuvo.

Señaló también que los reciclajes, que durante mucho tiempo fueron el motor transformador de los barrios de la ciudad, "poco a poco perdieron impulso" y de hecho, hoy representan casi un tercio de los proyectos promovidos en Montevideo, con buena incidencia, aunque más dispersa, en la zona intermedia e incidencia relativamente menor en la central.

El estudio aborda múltiples aspectos del resultado edilicio. El autor repasó los datos de los proyectos VIS e indicó que la altura es la principal protagonista del espíritu de la norma.

La gran mayoría de las propuestas promovidas, son de edificios de altura, ubicados fundamentalmente en la zona central de la ciudad, de tal modo que el barrio del Centro -una de las zonas más densas de la ciudad, solo superada por Pocitos- comenzó a contar con nuevos emprendimientos.

"Si bien se encuentra muy lejos de completar la capacidad máxima que permite la normativa de alturas, contrastar los datos de vivienda por manzana con las nuevas unidades que se incorporan, permite visualizar el gran impacto obtenido", señaló.

El estudio realizó el acercamiento a un par de manzanas, en las inmediaciones de Constituyente y Gaboto, donde "se aprecia un incremento de 202% y 479% de aumento en las unidades de vivienda por manzana", según rezó el artículo.

"Este sector representa un caso interesante, pues en el par de manzanas se construyen, y se siguen construyendo, diez edificios nuevos con un total de 524 viviendas", sostuvo.

Se mencionó también el impacto de esta legislación en el sector de la construcción y en el mercado inmobiliario.

"El sector de la construcción sostiene que los costos de producción se han disparado y que las nuevas condiciones de la ley se suman a las restricciones de accesibilidad promovidas por la Intendencia de Montevideo. A esto hay que añadir el marcado incremento del valor del suelo, que provoca el aumento de la demanda de terrenos aptos para inversiones promovidas. Se estima que el costo del terreno ronda el 15% de la inversión total. Sin embargo, pese a este aumento, los inversores continúan accediendo a nuevos terrenos", señaló el autor.

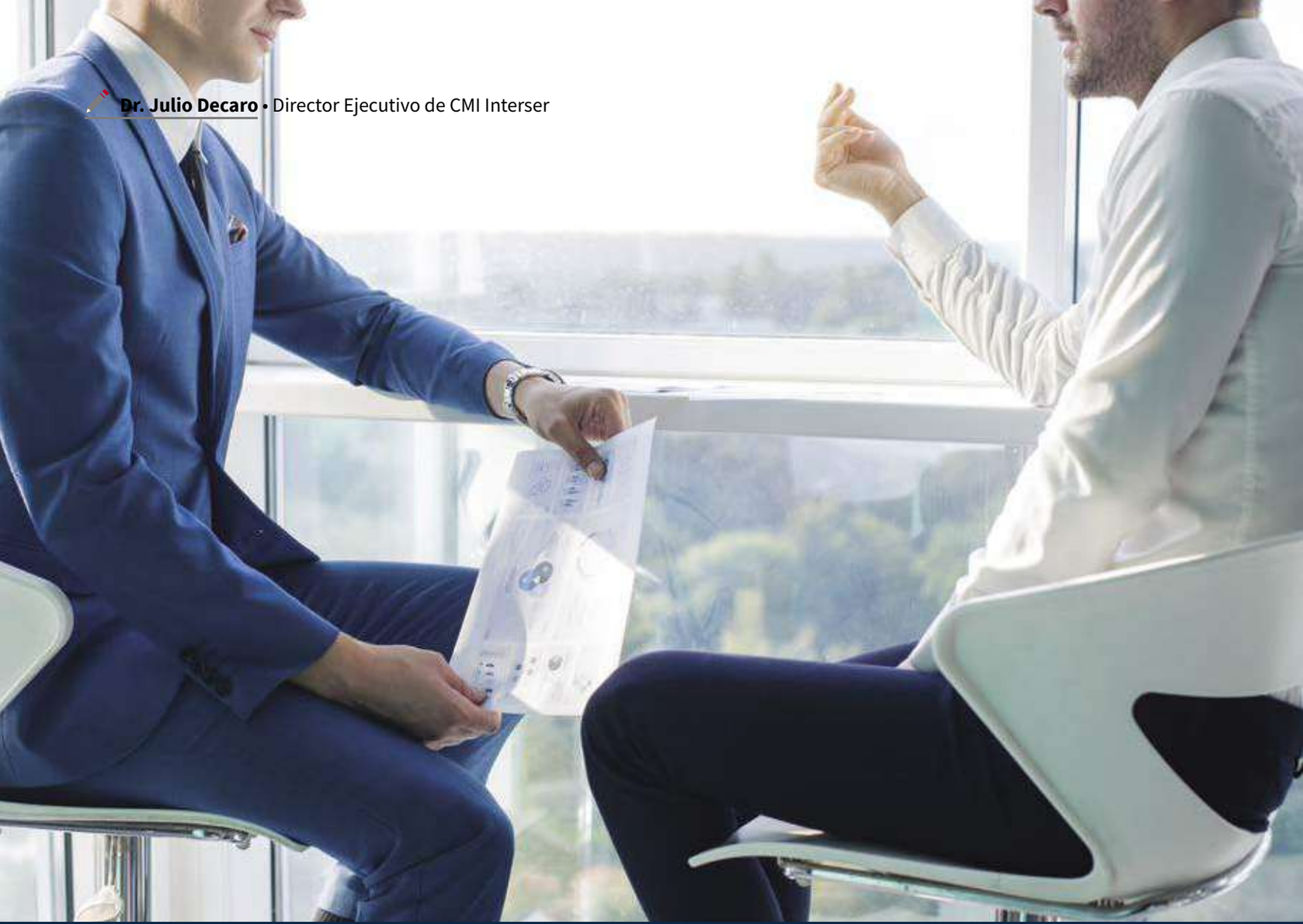
Para el ensayista, este aumento del valor del suelo se puede constatar en toda la ciudad, tanto para viviendas usadas o en suelo destinado a obra nueva.

"Esta problemática no sólo afecta a los inversores más poderosos", sino que "las oportunidades para inversores chicos, familiares, y por consiguiente para los arquitectos independientes, son cada vez más acotadas".

De manera que si bien advierte que la legislación sobre vivienda promovida tuvo un "fuerte impacto en la ciudad", el resultado advertido "abre una interrogante sobre el tipo de vivienda construida".

"Al analizar las tipologías de cada proyecto seguramente se requiera de un esfuerzo mucho mayor que la simple sistematización de datos, escalas y gráficos. Sin duda, cabe preguntarse si resulta satisfactoria la calidad –en términos estrictamente espaciales y funcionales– de las viviendas producidas. Deberíamos preguntarnos si realmente estamos produciendo viviendas, por miles, para que solo vivan en ellas una o dos personas, o turistas de paso", acotó.

Dr. Julio Decaro • Director Ejecutivo de CMI Interser



El oscuro principio de la reciprocidad

Primer paso: detectar la maniobra. El primer paso y tal vez el más importante para defenderse de cualquier tipo de manipulación o maniobra que utilice el principio de la reciprocidad, es ser capaz de detectarla.

Para ello existen dos formas que son complementarias: una es conocer racionalmente su existencia; éste es el objetivo de este capítulo.

No obstante, muchas veces no es suficiente conocer racionalmente la existencia de algo para percibirlo. La otra forma de detección son las emociones y sensaciones.

Numerosos autores están revalorizando la importancia de las emociones y de las sensaciones físicas como una clase especial de alarma que avisa y previene problemas potenciales.

Muchas veces es el instinto el que avisa que se puede ser víctima de un juego y, aunque es posible que la intuición se equivoque, nada garantiza que la razón sea infalible.

Lo importante es complementar los mecanismos diagnósticos y usar el que dé la alerta con más anticipación.

Cómo defendernos

Si durante una negociación se reco-

noce una maniobra y aún se está a tiempo de hacer algo, algunas recomendaciones generales pueden ser las que siguen.

En algunas ocasiones será conveniente hacer uso de una buena comunicación y describir asertivamente el juego para detener al jugador, poniendo al descubierto lo que pasa y buscar un acuerdo sobre un proceso negociador diferente.

En este caso se sugiere hablar a título personal, no por la otra persona.

Decir qué es lo que siente y qué es lo que piensa que pasa, usando un tono de duda, sin atribuir ninguna intención a la contraparte; sin olvidar que:

1. que lo cortés no quita lo valiente.

2. que aunque se use un tono gentil de pregunta, o hasta una negación, la idea que se quiere transmitir, aparecerá.

3. la regla de la reciprocidad es el verdadero enemigo en este juego, no la persona que la usa.

A manera de ejemplo, yo podría haber dicho algo como: -Estoy seguro que con esta atención, no es su intención que yo me sienta obligado a recorrer las instalaciones del hotel ¿verdad? (porque si es así, no voy a aceptarlo).

La contraparte entenderá, aunque seguramente habrá reacciones variables, que van desde la aceptación, pasando por la confusión, hasta el enojo (verdadero o falso).

Por otra parte se puede prevenir la activación del mecanismo e, igual que los departamentos de compras de muchas empresas, tomar la decisión de no aceptar atenciones de ninguna clase de aquellos con los que se negocia.

Probablemente, en este caso, lo que se deba negociar sea la aplicación de esta regla.

El problema de esta decisión es que podría no diferenciarse una atención honesta de una deshonesta, una concesión legítima de una maniobra.

Otra posibilidad es buscar y usar criterios de legitimidad como escudo y medida de la reciprocidad, si corresponde.

Tratar las atenciones recibidas como lo que son en realidad y no por lo que representan.

La regla de la reciprocidad dice que una atención o favor debe retribuirse con otra atención o favor, pero no una manipulación con un favor (la próxima vez tomaría el desayuno y le diría que si un día viene por mi ciudad, con gusto lo voy a invitar a un desayuno similar).

Al recapacitar sobre los verdaderos intereses de la situación, se descubrirá que a veces no corresponden con las atenciones que está recibiendo.

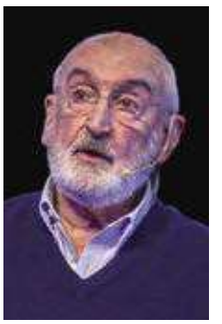
Explorar alternativas para conseguirlos, ayudará a veces a no entrar en el juego.

Tratar siempre por separado los asuntos de la sustancia (dinero, bienes materiales, fechas, condiciones, concesiones, etc) y los que pertenecen a la relación (emocionales, razón, comprensión, confianza, aceptación, respeto, etc).

Es una guía invalorable en estas situaciones.

Por último, una de las recomendaciones más importantes, es aprender de cada experiencia, preguntándose: ¿Sabiendo lo que ahora sé, haría lo mismo?

Si la respuesta fuera no, la siguiente pregunta es: ¿Qué haría diferente? ■



Julio Decaro
Es Doctor en Medicina, graduado en 1974 en la Universidad de la República (Udelar/Uruguay) con Medalla de Oro. Realizó estudios en la Universidad de Harvard, en el Instituto de Investigaciones Mentales (Palo Alto, California, EE.UU.) y en el Instituto Privado de Psicología Médica, Argentina. Docente de la Udelar y de la Universidad Católica. Actualmente es Chairman de CMI Interser. Autor de varios libros.

Luis Romero Álvarez • Ingeniero Agrónomo - Maestría en Economía y Finanzas

El valor de los activos

Es bien sabido que el valor de un activo (sea un campo, una oficina o un bono) responde a la formula: precio igual a renta, dividida por la tasa de interés.

Por ejemplo, si un campo genera una renta de, digamos, 200 dolares por há anuales, y la tasa de interés razonable en ese país es 3%, el campo vale 200/0.03 igual a unos 6.660 dolares por há.

Lo mismo se puede calcular para una oficina, en este caso tomando la renta mensual multiplicada por 12, dividiendo por la tasa de interés elegida para encontrar el orden de magnitud del valor de la propiedad.

Ahora bien, a partir de esa formula básica, se puede entender que fuerzas (drivers) mueven el valor de los activos: puede ser por un aumento de las rentas o por una disminución de la tasa de interés.

Las rentas se mueven por sus factores de mercado: por ejemplo en el agro, si las commodities suben de precio, las rentas de los campos también suben, porque al final la renta representa ciertos kgs de producción que van al propietario del campo y con precios altos, los arrendatarios pueden ofrecer mas renta por dos razones: pagan más kilos porque su ecuación financiera mejora y hay más demanda de arrendamientos y esos kilos valen más por el nivel de precios del mercado.

Esto naturalmente lleva a los precios de los campos a un aumento por efecto de esa formula.

Pero la tasa de interés también juega: con bajas tasas de interés (en vez de un 3%, que se use un 2%, por ejemplo) suben los valores de los activos porque el divisor de la fórmula al ser más chico, da un valor del precio del bien más alto.

Las tasas de interés se mueven en dos planos: el internacional, básicamente conducido por el banco central de USA, que se llama Reserva Federal, y por la situación interna de cada país: a mejor situación financiera, menor riesgo país (que es la diferencia entre lo que deben pagar los bonos de ese país, comparado con los bonos de USA).

Es obvio que a cualquier país le sirve tener excelente situación financiera, porque así su nivel de tasa de interés implícita en sus bonos será menor y el valor de todos los activos incluídas todas las empresas del país será mayor; sin contar con que ese país deberá dedicar menores impuestos a pagar los intereses de su deuda externa.

Por eso es que los empresarios de un país siempre insisten frente a sus gobiernos para que se obtenga y mantenga el investment grade o grado inversor, porque así la tasa de interés aplicable a los activos de ese país, baja y el valor de sus empresas para una posible venta o asociación (joint venture) con capitales del exterior, sube.

En nuestro país tenemos todavía un grado inversor para nuestros bonos, lo cual es muy bueno pero a todos nos conviene que la disciplina financiera de las cuentas públicas mejore, para que nuestro grado inversor no se pierda y el riesgo país baje más y así paguemos menos servicio de deuda externa y nuestros activos nacionales, valgan mas.

Además de la situación interna de cada país, en la tasa de interés actúa la situación internacional. Sabemos que la tasa de interés internacional ha estado extremadamente baja, a consecuencia del correcto esfuerzo de la Reserva Federal de USA de contener y re-

vertir la muy grave crisis de 2008, que amenazaba con llegar a los niveles catastróficos de 1929, lo cual fue evitado justamente por la decidida acción de expansión monetaria a través de la baja de tasa de interés e inyección de liquidez a los mercados.

Ahora USA muestra una economía en franca recuperación, con sólido crecimiento y gran creación de nuevos puestos de trabajo; como respuesta y en previsión de un posible recalentamiento de la economía y un despertar de la inflación, la Reserva Federal ha comenzado un gradual pero consistente aumento de sus tasas de interés, lo cual genera ondas de impacto en todo el mundo (aumento del valor de dólar, suba de tasas de interés en el resto del planeta, movimiento de capitales retornando de países emergentes de mayores riesgos y tasas a países más desarrollados de menores riesgos ahora con tasas mejoradas).

Desde las épocas de José en Egipto, que pudo interpretarle acertadamente al faraón su sueño de vacas gordas que salían del Nilo, luego comidas por vacas flacas que también salían de las aguas cada siete años, sabemos que la economía mundial es cíclica.

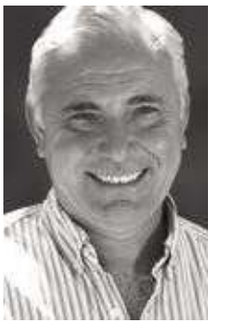
Nadie puede enfrentarse a los ciclos, pero si puede adaptarse a ellos con inteligencia y conocimientos sólidos.

Ya la ciencia económica ha avanzado lo suficiente como para permitir una conducción profesional que, como en el caso del juramento hipocrático de los médicos, consiga como primer paso o condición, no hacer daño.

La Reserva Federal actuó en esa linea y así lo sigue haciendo, y nuestros gobiernos deben ser profesionales y responsables , generando una conducción contraciclica que no despilfarre sino que ahorre en la bonanza y no ajuste en la crisis, lo que termina expandiendo en vez de suavizando los ciclos.

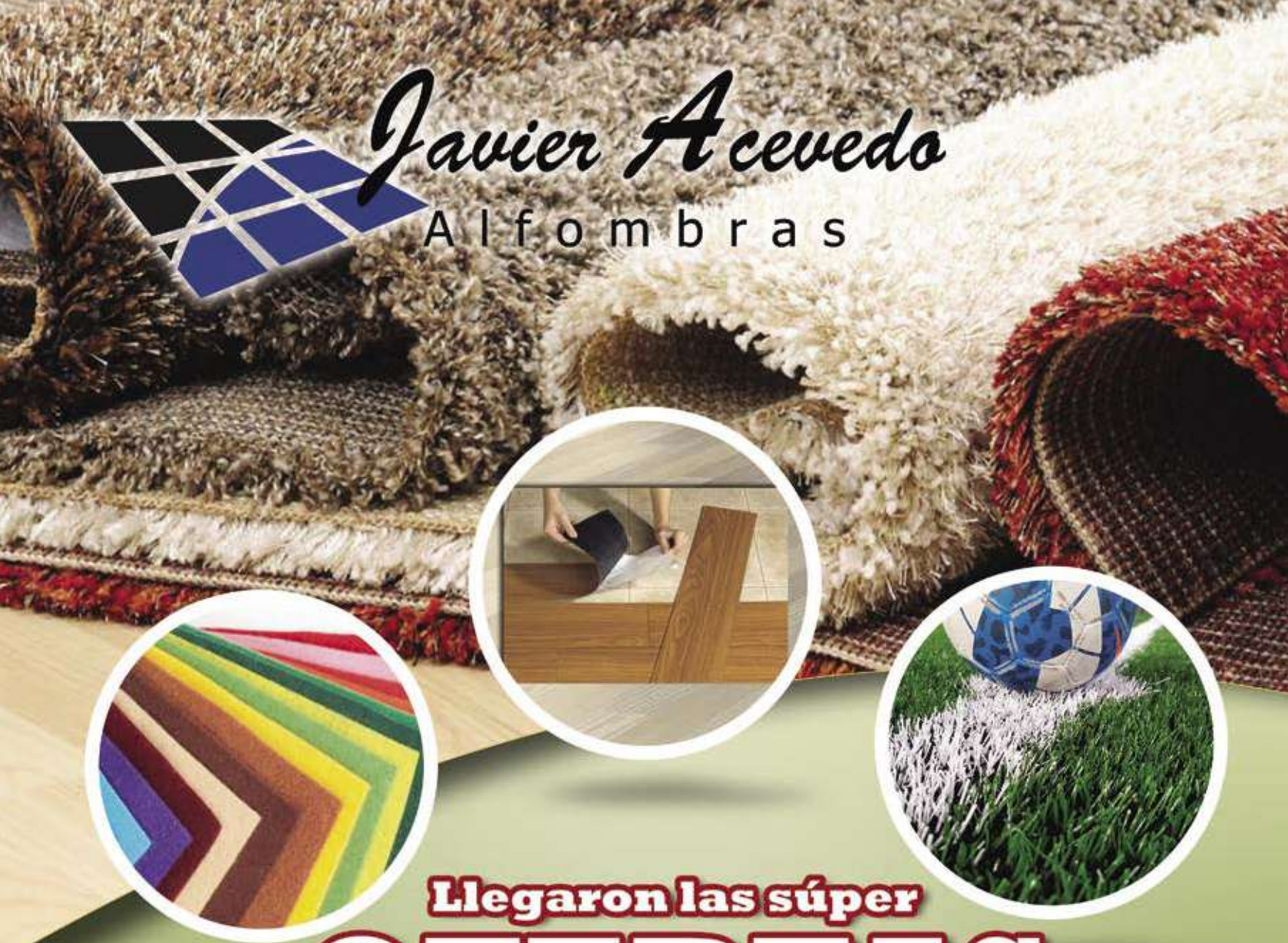
El valor de los activos del país lo agradecerá. ■

Nadie puede enfrentarse a los ciclos, pero si puede adaptarse a ellos con inteligencia y conocimientos sólidos.



Ing. Luis R. Álvarez
Ingeniero Agrónomo egresado de la UdelaR. Tiene una Maestría en Economía y Finanzas (Universidad de Chicago). Consultor independiente desde 1984. Fue auditor en el Banco Central del Uruguay y consejero del Ministro de Economía y Finanzas. En 1992 creó una Consultora especializada en formulación, evaluación e implementación de proyectos de inversión, planeamiento financiero y organización corporativa. Asociado a F&W Forestry Services y Marshall Thomas, asesoró proyectos en Uruguay, Brasil, Paraguay y Bolivia. Autor de artículos sobre agricultura, economía y política en diarios nacionales, además de varios libros. Conductor de un programa centrado en el sector agroindustrial.

Javier Acevedo
Alfombras



Llegaron las súper
OFERTAS

Fieltro de 1cm de espesor
súper alto tránsito $U 490 más IVA

Césped sintético de 30 mms de espesor
colocado con arena y caucho U$S 24.50 IVA incl el m2

Listones símil madera alto tránsito
de 3 mms de espesor con capa vinílico de 0.3
sin colocación U$S 17.50 más IVA el m2 - colocado U$S 24 más IVA el m2

Baldosas de 50 por 50
imitación cerámica de 3 mms de espesor con capa de vinílico 0.3
colocado U$S 24 más IVA el m2

www.javieracevedoalfombras.com.uy
Tel 2309 2117 / Uruguayana 3891

Cr. Daniel Porcaro • Director Académico - Consultor Financiero

Destino del comercio minorista

Cr. Daniel Porcaro
MBA, es Director Académico del Diploma de Negocios Inmobiiliarios de la Facultad de Arquitectura de Universidad ORT, Consultor en Financiamiento y Oportunidades de Inversiòn. Desempeña su actividad en Uruguay y Paraguay.

Como Manhattan se convierte en una rica ciudad fantasma es un tìtulo atractivo.

Con dicho título, Derek Thompson (periodista del portal The Atlantic) explica como el declive de las tiendas minoristas en las calles de Nueva York (NY), son un presagio oscuro para el futuro de las ciudades.

Lo peor es que el vaticinio parece común al resto de las grandes ciudades del mundo, según surge del análisis realizado en otros países que toman los conceptos de Thompson.

La vacancia en calles comerciales de Manhattan ha llegado al 20% y el número de trabajadores ha disminuido en cerca de diez mil en los últimos tres años, cifras que preocupan tanto al ámbito público como privado.

¿Qué es lo que sucede para que calles comerciales de NY confirmen la desaparición paulatina de pequeños comercios?

El autor señala al menos, tres causas interrelacionadas que justifican el fenómeno: el aumento de los alquileres fuera del alcance del comercio minorista, el crecimiento de las compras online, y una serie de políticas públicas que benefician a las grandes superficies.

El precio del metro cuadrado comercial en las principales calles comerciales se ha vuelto impagable para el comercio pequeño.

Si bien en el pasado el costo del alquiler podía trasladarse a precios, hoy la competencia en cualquier rubro determina que la elasticidad del precio no sea una variable ajustable por el pequeño comerciante.

¿Por qué pagar más por un par de zapatos en una tienda pequeña de barrio, qué en una gran superficie? O peor aún, ¿por qué no comprar el par de zapatos por internet?

Ahí aparece el segundo fenómeno -las compras online- donde la proporción del costo del arrendamiento de un local, se cambia por el costo de envío y se minimiza con el metro cuadrado de un depósito gigante y con otros costos laborales.

El autor señala que un sector rompe con esta tendencia dominante.
"Al caminar por el Upper East Side en el que vivo, me parece sorprendente que muchos de los establecimientos que todavía se encuentran en activo, sean salones de belleza, de manicura o pedicura, tratamientos faciales o de cejas y, sobre todo, restaurantes. ¿Qué es lo que tienen en común? Qué no encontrarás sus servicios en Amazon. Internet nunca podrá cortarte el pelo, así como tampoco pedirás un menú a domicilio de un restaurante prestigioso, de una a otra punta de la ciudad".

Es así que las compras online han digitalizado un tipo particular de negocio, en su mayoría bienes duraderos, no perecederos y comerciables pero no la de los servicios no transables.

Pero por si esto fuera poco, lo anterior se encuentra facilitado por políticas públicas de toda índole, que no facilitan la supervivencia del pequeño comerciante.

Hablamos desde los costos tributarios hasta las políticas de estacionamiento y transporte público, la posibilidad de hacer contratos de alquiler flexibles, contratos laborales flexibles, regulaciones más amigables, seguridad pública mejor instrumentada.

De lo anteriormente descripto, es fácil hacer un paralelismo con Montevideo, ¿o acaso no se nota un mayor número de locales comerciales en alquiler?

¿Qué tipo de comercio sobrevive hoy, fuera de una gran superficie?

¿Qué dificultades mencionan?

Es así que las compras online han digitalizado un tipo particular de negocio, en su mayoría bienes duraderos, no perecederos y comerciables pero no la de los servicios no transables.

¿Son diferentes a las anunciadas?

La preocupación que ha generado el fenómeno de la vacancia en pequeños locales comerciales en comunidades como NY y Madrid, ha generado la oportunidad de revisar regulaciones e implementar medidas innovadoras que permitan, al menos, frenar el fenómeno.

Es así que se flexibiliza el uso de los locales, se comparten costos de seguridad, mantenimiento y administración, se crean zonas temáticas de oficios, educación o entrenamiento y se permiten contratos de alquiler flexibles, por hora, día o meses apuntando a la flexibilización de los costos.

Resulta interesante tomar en cuenta éstas, u otras medidas, que ayuden a mejorar la creación de pequeños comercios de diferentes rubros, como alternativa a una tendencia que parece preocupar a la mayoría de las ciudades. ■

Jimmy Baikovicius • Director de Ikatu Uruguay

El dinero, artilugio tecnológico en plena ebullición

El dinero es un invento, un artilugio tecnológico que permitió aceitar e ir reduciendo los esfuerzos necesarios para el intercambio de bienes y servicios.

Sustituyó al trueque, mecanismo con una intrínseca y patente ineficiencia por su necesidad de doble coincidencia de deseos entre las partes.

El dinero es como el centro de gravedad, no existe como realidad en si misma, pero al definirlo, entenderlo, crearlo y usarlo, nos brinda beneficios reales.

En nuestra cotidianidad, todos aceptamos dinero sin más si el monto es el que pretendemos.

Las primeras formas de dinero, llamado dinero primitivo, fueron mercancías que la gente se podían sentir a gusto de poder aceptar de forma genérica, desde especias, pieles, tabaco, alimentos no perecederos, a metales preciosos.

La forma más avanzada de dinero primitivo fue este último que tomó forma de moneda y fue inventado en la Grecia antigua, en Lydia (hoy Turquía), hace ya 26 siglos.

Lo que puede resultar llamativo es que las formas de dinero primitivo "no moneda" se mantuvieron en paralelo con el dinero moneda hasta el siglo XIX.

Se necesitaba un nivel de abstracción mayor para con el dinero para que el mismo fuera más divisible, más transportable, más fungible (indistinguible una forma de dinero de otra) y sobre todo más abundante. Así nace el dinero en papel, del cual todos nosotros lo experimentamos diariamente como billetes.

No es que esta idea sea contemporánea, antiguos imperios de Egipto, Babilonia, India y China, los templos y palacios a menudo tenían depósitos de mercancías por los cuales emitían certificados de depósito como garantía de un posible reclamo sobre una parte de los bienes almacenados, una forma de "dinero representativo".

En 1971, EE. UU. le quitó el patrón oro al dólar, con lo que esta moneda dejó de tener soporte tangible directo.

Generar dinero pasa a tener costo básicamente nulo y así se convierte en un objeto del que se puede generar todo lo que se necesite o quiera. Mientras el mercado opine que la emisión se da dentro de un marco de poder económico sólido, de disciplina fiscal, de fortaleza democrática, de legalidad institucional y poder militar, el dólar será entonces codiciado y representará valor real de intercambio.

En síntesis, el dólar pasa a ser una moneda 100% fiduciaria sin canje por activos de productos básicos, administrada por la Reserva Federal, el Banco Central de los Estados Unidos.

Este avance nos inserta en la época actual de lo que se denominada dinero fiat (dinero fiduciario), cuyo valor queda determinado básicamente por la oferta y la demanda y la fe del mercado en su valor y es hoy lo que en todos los países implementan.

Así el dinero fiat se transforma en el principal lubricador de la revolución tecnológica, de la globalización, de una generación de valor y crecimiento nunca antes vista por la humanidad.

Mientras nuestros bisabuelos nacieron y murieron en casi el mismo mundo, nuestras generaciones lo hacen y harán en un mundo muy diferente al que han nacido.

Nada de esto hubiera sido posible sin sus carreteras fluidas de medios de intercambio donde las monedas, y en particular la moneda "dólar" ha sido rey: ante el crecimiento económico, más dinero; ante más dinero, más posibilidades de comercio, en fin, una espiral de generación de valor que parece no tener fin.

Wikipedia nos brinda un excelente resumen de las las funciones que cumple hoy el dinero:

El dinero es un activo financiero neutro o plenamente líquido, que sirve de plataforma intermedia para optimizar el intercambio bienes y servicios, evitando las inexactitudes propias del trueque, es decir, del intercambio directo de bienes y servicios.

Por tanto, para que un bien pueda ser calificado como dinero se deben satisfacer los siguientes tres criterios y que son las tres principales funciones que cumple el dinero en un sistema económico moderno:

Medio de intercambio: para evitar las ineficiencias de un sistema del trueque.

Cuando un bien es requerido con el solo propósito de usarlo para ser intercambiado por otras cosas, posee esta propiedad.

Jimmy Baikovicius
Director de Ikatu Uruguay (Audio y Video, Automatización, Iluminación, Soluciones IT, etc.).
Presidente del Consejo Uruguayo de Construcción Sustentable.
Director de Silvermist Uruguay (Investigación y Desarrollo en Nuevas Tecnologías para Hogares Inteligentes).
Director de Bang & Olufsen Latin America, B&O Montevideo y Punta del Este.
Director de Desigual Uruguay (vestimenta).
Fue CEO en Inosphia (2007-2010), empresa de IT y servicios de software.
Profesor de Ingeniería Eléctrica en la UdelaR (1993-1999).

Además, el dinero debe ser un bien ligero y fácil de almacenar y de transportar.

Unidad de cuenta: Cuando el valor de un bien es utilizado con frecuencia para medir y comparar el valor de otros bienes o cuando su valor es utilizado para denominar deudas, se dice que el bien posee esta propiedad. La unidad de cuenta significa que es la unidad de medida que se utiliza en una economía para fijar los precios.

Conservación de valor: Cuando un bien es adquirido con el objetivo de conservar el valor comercial para futuro intercambio, entonces se dice que es utilizado como un depósito de valor.

El dinero es un depósito de valor pero no el único, cualquier activo que mantenga su poder adquisitivo a lo largo de tiempo servirá como depósito de valor.

¿Son las monedas fiat el fin de la historia o se viene un concepto de moneda más a tono a las necesidades de nuestro siglo XXI, que con sus avances tecnológicos hará posible una nueva versión de dinero?

©Jimmy Baikovicius

Vivimos en carne propia como una moneda fiat se puede hacer trizas rápidamente.

En la Argentina de 2001, los argentinos pierden la confianza en su gobierno y retiran en masa sus ahorros.

El gobierno de turno anuncia el "corralito" que conlleva al fin de la convertibilidad y la pérdida brusca de su valor: de la paridad al dólar, el peso argentino pasa rápidamente a valer 4 pesos por dólar.

¿Por qué entonces confiar en una autoridad central para siempre y por siempre?

Ante dificultades, un Estado puede imprimir billetes para financiar su ineficiencia en vez de hacer cambios estructurales. Entonces, ¿cómo mejor protegernos de la tentación inflacionaria?

¿Cómo reducir las tasas de interés, las comisiones por transferencias y las de pagos por medios electrónicos (tarjetas de crédito, etc.)?

En América Latina son 200 millones las personas que están fuera del sistema financiero y al menos 2000 millones en el mundo.

¿Cómo lograr una inclusión universal al mercado global?

¿Cómo lograr micro préstamos y micro pagos para más de 7000 millones de personas de forma ágil y costos bien reducidos hacia todos los usuarios?

¿Tiene la revolución en las tecnologías de la información algo nuevo para aportarle a la historia del dinero?

Protocolos matemáticos inviolables, criptografía, tecnologías "peer-to-peer", computadoras de alto rendimiento con energía disponible casi sin límite, internet, redes sociales y dispositivos móviles conectados a escala de toda la humanidad es la combinación que resalta al siglo XXI.

Sin fronteras ni de países, ni sociales y sin barreras de acceso, un nuevo salto tecnológico, otro concepto aún menos palpable de dinero nace: las criptomonedas. ■

Beneficio Club Edenred

Tenés Ticket Alimentación®
pertenecés al Club de Beneficios

Conocé más en **beneficioclub.com.uy**
o en nuestra app EdenredUY

RESTAURANTES | HOGAR Y TECNOLOGÍA
INDUMENTARIA Y ACCESORIOS | EDUCACIÓN
FARMACIAS | TIEMPO LIBRE | ÓPTICAS

EdenredUY

2408 8080
info-uy@edenred.com
www.edenred.com.uy

Dr. Leonardo Costa y Gastón Chiquiar • Brum Costa Abogados

Prevención de lavado:

Proyecto de reglamentación de la Ley No. 19.574

En setiembre la Secretaria Nacional Para la Lucha Contra el Lavado de Activos y el Financiamiento del Terrorismo (SENACLAFT), presentó ante la Asesoría Jurídica de Presidencia, un proyecto de reglamentación de la Ley Nro. 19.574, "Ley Integral Contra el Lavado de Activos" (en adelante el "Proyecto"), con el fin de reglamentar las obligaciones impuestas por dicha ley a los sujetos obligados del sector, dentro de los cuales se encuentran las inmobiliarias y otros intermediarios en inmuebles (en adelante los "Sujetos Obligados").

El Proyecto, establece que los Sujetos Obligados deberán realizar una evaluación de riesgos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo (LA/FT), debiendo tomar medidas de identificación de los mismos. A dichos efectos, se deberá analizar en cada operación, el riesgo inherente al tipo de cliente, ubicación geográfica del inmueble y el tipo de transacción.

Para lograr cumplir con este requerimiento, las inmobiliarias (tal su calidad de Sujetos Obligados) deberán establecer políticas para identificar los riesgos inherentes a la actividad, evaluar la probabilidad de ocurrencia y el impacto que podrían tener en el negocio, implementar medidas para mitigar los riesgos identificados y monitorear los controles mencionados.

Al igual que la Ley, el Proyecto, establece que las inmobiliarias deberán definir e implementar políticas y procedimientos de Debida Diligencia de Clientes ("DDC"), con la finalidad de obtener la adecuada identificación y conocimiento los mismos, atendiendo al volumen y al tipo de actividad que desarrollen.

Estos procesos de DDC se deberán aplicar tanto a clientes nuevos como a clientes existentes, según la evaluación de riesgos realizada.

De forma tal de despejar todo tipo de dudas en este sentido, el Proyecto establece claramente que la intervención de una institución financiera en la operación, no exime a los Sujetos Obligados de realizar la DDC.

Los Sujetos Obligados, deben asimismo categorizar a sus clientes en función del riesgo, considerando las características de éste, asignando a cada cliente un nivel de riesgo alto, medio o bajo, dependiendo el caso.

Las medidas de DDC aplicadas para cada cliente deberán ser proporcionales a cada categoría de riesgo, por lo tanto, cuando se trate de un cliente de mayor riesgo, se deberán tomar medidas de Debida Diligencia Intensificada de forma tal de mitigarlo adecuadamente; por su parte, en aquellos casos donde los riesgos sean menores se tomarán medidas de Debida Diligencia Simplificada, mientras que en niveles de riesgo normales será de aplicación la Debida Diligencia Normal.

El Proyecto pone especial énfasis en la oportunidad de la solicitud de información, estableciendo que los procesos de DDC deberán realizarse antes o durante el establecimiento de la relación comercial, o bien dentro de un plazo razonable cuando los riesgos implicados puedan manejarse con efectividad.

Por su parte, los Sujetos Obligados no podrán establecer relaciones comerciales cuando no puedan aplicar las políticas de DDC.

En el caso de que la relación haya comenzado anteriormente, deberán poner fin a la misma y considerar la realización de un Reporte de Operación Sospechosa (ROS) ante la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) del Banco Central del Uruguay.

Para el caso concreto de la negativa del cliente a brindar la información y documentación relativa a la DDC, la inmobiliaria deberá evaluar si la intención del cliente es eludir la adecuada realización de la DDC, utilizando criterios de razonabilidad. Si considerará que existe dicha intención, esta obligada a la realización de un ROS a la UIAF.

Asimismo, se establece, a modo de excepción, que en caso de que por razones jurídicamente justificadas sea necesario completar la transacción en curso (a modo de ejemplo cuando ya se encuentra el boleto de reserva firmado), la inmobiliaria podrá participar en la transacción y deberá realizar un ROS a la UIAF.

Cabe destacar que en la elaboración del Proyecto, y específicamente en lo vinculado a la reglamentación del sector inmobiliario, la Cámara Inmobiliaria del Uruguay (CIU), ha ocupado un rol fundamental, participando en distintas etapas de intercambio con la SENACLAFT, logrando alcanzar acuerdos de importancia significativa para el Sector, los cuales fueron tomados en cuenta e incluidos en el Proyecto, obteniéndose de esta manera un significativo avance en la reglamentación de referencia, en comparación con el régimen anterior del Decreto N° 355/010 del año 2010.

Uno de los logros de la CIU fue la incorporación, a texto expreso, de un artículo que establece, que en el caso de operaciones en las que intervenga una inmobiliaria por la parte compradora y otra por la parte vendedora, cada una deberá hacer la DDC únicamente respecto a su cliente.

Esta aclaración refuerza el precepto de que las inmobiliarias no están obligadas a colaborar con los procedimientos de DDC de otras inmobiliarias y por ende no tendrán la obligación en ningún caso de revelarle información a otra inmobiliaria.

Asimismo y como resultado de las conversaciones entre la CIU y la SENACALFT se incorpora al Proyecto la aclaración de la definición de “Cliente”, estableciendo que el inicio de la relación comercial (y por lo tanto la obligación de realizar la DDC), se da cuando el mismo toma contacto directo con la inmobiliaria y le manifiesta de forma real e inequívoca su intención de utilizar el servicio específico ofrecido por esta, pudiendo ello verse reflejado o no, en un documento o acuerdo escrito.

Uno de los puntos discutidos fue en relación al delito fiscal como actividad delictiva precedente del lavado, en tanto existían algunas dificultades en relación a qué documentación se debía solicitar al cliente para que acredite que los fondos no provienen de un delito fiscal en cualquier jurisdicción.

En forma positiva, se acordó que es suficiente contar con la declaración jurada de regularidad fiscal por parte del cliente.

En el mismo sentido de lo anterior, un elemento significativo a destacar que incorpora el Proyecto, es con respecto a la realización de obras públicas.

Cuando se trate de la realización de una obra pública según las definiciones establecidas en el Decreto N° 192/985 y Decreto N° 257/015, no será necesario obtener la información y documentación exigida para la DDC, debiendo acreditarse únicamente tal extremo de manera fehaciente.

Como última novedad a destacar, cabe mencionar que el Proyecto introduce la obligación de incorporarse al “Registro de Sujetos Obligados” que a tales efectos llevará la SENACLAFT.

Una vez entrada en vigencia el decreto, los sujetos obligados deberán incorporarse al registro mencionado, en un plazo máximo de 90 días.

A su vez, deberán mantener actualizada la información proporcionada al mismo, informando los cambios dentro de los 30 días de producido.

Finalmente se estima que el Proyecto será expedido en el correr del presente año, siendo su probable entrada en vigencia en enero del próximo año. ■

Logística: un negocio en desarrollo

El inmobiliario especializado en instalaciones logísticas. Juan Roisecco, sostuvo que el país tiene una infraestructura adecuada por la actual demanda que se requiere de Uruguay, pero advirtió que la falta de una mirada geopolítica impide un adecuado desarrollo de este renglón.

Señaló que por su ubicación, Uruguay estaría llamado a ser un HUB, como se le denomina en la jerga del negocio logístico, a los puntos de intercambio y a los centros de distribución de tráfico, tanto para personas como para mercancías. Indicó, sin embargo, que en el país existe poca conciencia de ello.

CIUDADES:
¿En una plaza como la uruguaya, qué tan complicado es instalar infraestructura logística?

Roisecco:
La infraestructura logística ideal se abastece del trasporte multimodal, o sea de carreteras, calles y caminos por vía terrestre, aviones y avionetas por vía aérea, barcos de carga, barcazas y lanchones por vía marítima y trenes de carga. Además la mercadería ubicada en containers, o los gra-

nos a granel serán recibidos para entrar o salir del País en un puerto, aeropuerto o terminal de trenes, los que por medio del trasporte que corresponda, llegarán o saldrán a depósitos logísticos con características especiales para el almacenamiento. En Uruguay las dimensiones, aproximadamente son de 600 km, de norte a sur, y de 500 km de este a oeste, de forma trapezoidal, lo que permite que instalar infraestructura logística no sea complicado, porque existen puertos maritimos de containers, en Montevideo, y varios terrestres en diversas zonas departamentales, los conocidos como Depósitos Fiscales. También tenemos puertos marítimos para granos a granel, como el de Nueva Palmira, aeropuertos de carga, como Carrasco viejo y Durazno, y tenemos además las carreteras principales -la 1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 21, 24, 26, 101 y 102- que llegan a la mayoría de puntos importantes del país. La infraestructura tiene que cumplir un propósito, un objetivo en sí mismo.

CIUDADES:

¿Considera necesario facilitar los trámites exigidos en Uruguay para la instalación de empresas de logística?

Roisecco:
En Uruguay los trámites comienzan con saber si ese terreno o padrón, o padrones, donde se va a instalar la logística se encuentra en una zona donde la Intendencia correspondiente, de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial, esté destinado para realizar emprendimientos logisticos. Si así fuera, deberán presentarse estudios de impacto de transito, porque van a circular muchos camiones de distintos tamaños y vehículos, todos los días, el impacto ambiental, porque van a realizarse grandes movimientos de tierra, y las Intendencias van a querer saber que tipo de logística se va a realizar, es decir, si solo es deposito de mercaderías, o será para hacer envasado o depósitos a granel en silos, etc.

CIUDADES:
¿La instalación de un emprendimiento extranjero en logística tiene algún tipo de beneficios extra, respecto del inversor local?

Roisecco:
Bueno, la instalación de un emprendimiento extranjero tendría que tener los mismos beneficios respecto al inversor local. La diferencia se encuentra dentro del marco regulatorio de Zona Franca que, por la importancia estratégica para el Pais y debido al capital que invierte el extranjero -debido a que tenemos a parte del mundo como cliente- el Estado le otorga concesiones y beneficios extra a la empresa.

CIUDADES:
¿Considera que en Uruguay hay stock logístico ocioso, o el parque logístico nacional actual es suficiente?

Roisecco:
El stock logístico de mercaderías depende de la situación económica que esté viviendo el Pais. Por su ubicación, el país es un centro HUB de distribución regional. Sin embargo, el país no tiene conciencia de serlo, con la excepción de algunas pocas empresas. En consecuencia, podríamos decir que el stock logístico para este momento, es el correcto, que no hay instalaciones ociosas, aunque también es verdad que faltaría un par de parques logísticos en la capital. En este momento funcionan realmente dos, aunque hay otros pero con superficies limitadas, y dos más en el interior, con grandes capacidades y para todo tipo de mercadería, almacenamiento y envasado.

CIUDADES:
¿Habría necesidad de impulsar algún tipo de estímulo para promover el actual parque logístico uruguayo?

Roisecco:
Creo que las normas vigentes tendrían que estimular al inversor a proyectar, construir y desarrollar este tipo de emprendimientos. Pienso que lo que falta es mayor cantidad de empresas que quieran realizar su operativa desde Uruguay. La capacidad del personal para ello está. Existen varios cursos y de distinto tipo para cada operativa, en Escuelas y Universidades. Tal vez lo caro del Pais y la falta de convicción para convertirse en un destino logístico definido, en acuerdo con los demás Países del Mercosur, sea la respuesta.

CIUDADES:
¿Tiene idea de cuántos metros cuadrados nuevos se sumaron a la cartera inmobiliaria logística en 2017?

Roisecco:
En el año 2017 se sumaron varios m2 para operativa de empresas nacionales, pero no para Parques Industriales.

El marco normativo nacional para la regulación y promoción de la actividad logística:

Ley 15691 12/87: Código Aduanero uruguayo.

Ley 15921 12/87: Ley de Zonas Francas.

Ley 16246 4/92: Ley de Puertos, Dec 412/92, reglamento.

Dec 455/94: reglamento de Puertos Libres.

Dec 526/01: mercaderias en Depósitos Aduaneros.

Ley 17547 8/02: Instalación de Parques Industriales.

Dec 216/06: autorización de Depósitos Aduaneros particulares (Depositos Fiscales).

Ley 18697 11/10: Creación de Instituto Nacional de Logistica (INALOG), del MTOP.

Ley 16906 1/98: Marco Jurídico y Legal para inversiones locales y extranjeras.

Ley 18786 7/11: Marco regulatorio de Contratos de Participación Público-Privada.

Ley 18308 7/08: Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Sostenible.

Dec 34870 de la Junta Departamental de Montevideo: Directrices Departamentales.

Dec 28262: Plan Montevideo.

CIUDADES:
¿La tecnología ha modificado el negocio inmobiliario del sector logístico, o el impacto ha sido solo superficial?

Roisecco:
No. La tecnología se toma en cuenta en el negocio logísitico-inmobiliario, pero no es fundamental. En dicha inversión hay detalles muy importantes que tienen que verse en el lugar. Por ejemplo, cuando hablamos de Depósitos, tenemos que ver el piso, su espesor, como se construyó, irregularidades, si fue con o sin cuarzo. Tenemos que conocer detalles del techo, conocer su altura, si es a cercha, a dos aguas o con estructura de sustentación. Hay que ver también el espacio depositable, conocer el espesor de las columnas, donde se ubican, saber sobre la estructura del depósito, si es con vigas de alma llena, o reticulado. Todas esas características y detalles son muy importantes para la operativa logística, y no se pueden apreciar correctamente en una foto. Si facilita mucho, saber la ubicación del mismo y las dimensiones.

CIUDADES:
¿Qué cambios se esperan que aparezcan en el negocio logístico?

Roisecco:
La tecnología aplicada al almacenamiento de distintos tipos de mercaderías es lo que se espera que cambie, que se vaya renovando, todo ideado para facilitar la ubicación de las mismas en el depósito o lugar especifico de mantenimiento. Y además, el recorrido del transporte para llegar a su destino. ■

Mario Stefanoli • Secretario General de la ANRTCI

Remates virtuales

Como mencionamos en nuestra nota anterior, Uruguay tiene una rica tradición en materia de remates.

La historia nos muestra ya en los albores de la República casas de remate en funcionamiento y avisos en la prensa que anunciaban ventas en remate de distintos tipos de artículos.

La dinámica actual, los medios de comunicación, la internet, llevó a que se fuera incorporando en varias partes del mundo la subasta virtual como una herramienta de venta, con la figura del rematador presente de una u otra forma.

Vemos entonces en nuestro país como ejemplo más destacable el remate de ganado por pantalla, con varios grupos de escritorios rurales que conforman diversas pantallas donde periódicamente se venden miles de cabezas de ganado a través del sistema.

Los compradores pueden estar presentes en la subasta por pantalla u ofertar desde la comodidad de su casa o un lugar determinado, desde donde pueden observar el desarrollo del remate y efectuar ofertas por los lotes de acuerdo a su interés.

El sistema tiene la ventaja que el ganado no se mueve del establecimiento del vendedor y recién se traslada directamente al establecimiento del comprador, una vez que la venta se concretó.

Todo ello trajo una reducción de los locales feria tradicionales, pero no su desaparición: ambos sistemas conviven en función de las necesidades de los compradores y vendedores.

A nuestro juicio, uno de los atractivos del remate tradicional es poder ver y estar cerca del bien por el cual uno está ofertando, con lo cual estamos convencidos que el remate presencial continuará vigente por lo que implica para muchos compradores.

Asimismo, en otro ámbito, la posibilidad de poder exhibir los bienes en un lugar y rematarlos en otro sitio que ofrezca confort y seguridad, también juega un rol importante.

Cada día vemos con más frecuencia exhibición de bienes en determinado lugar donde los interesados pueden constatar el estado y características de los bienes y luego concurrir al sitio en que se llevará adelante la subasta, donde podrá ofertar por el mismo mientras se exhibe en una pantalla.

En otros países el remate virtual está más avanzado, con pujas a través de internet por un bien, estableciendo un límite de tiempo para poder efectuarlas, y donde los interesados deben efectuar un registro previo, aportando una serie de datos personales para poder participar de la puja.

En países cercanos, las subastas a través de sitios de internet de vehículos, máquinas, equipos y bienes en general han cobrado relevancia y se comercializan gran cantidad de artículos por este sistema.

En Argentina y Brasil el remate de vehículos con esta modalidad, organizado por empresas de rematadores, tienen mucha aceptación. En algunos casos, las subastas son presenciales y online y en otros, únicamente online.

Las subastas se efectúan con o sin base, dependiendo de las condiciones y bienes que se estén subastando.

En el caso de las subastas online, se exhibe el bien, se informan las condiciones, se establece un día y hora de cierre de ofertas, y quien efectúe la última y más alta, será el mejor postor y comprador del bien.

La tecnología avanza y debemos estar preparados para el futuro, manteniendo siempre nuestra presencia como garantía de la venta que se llevará a cabo, como referentes de consulta y como profesionales con la experiencia para poder responder a las inquietudes de nuestros clientes. ■

Mario Stefanoli
Secretario General de la ANRTCI y de la Asociación Americana de Rematadores, Tasadores y Corredores Inmobiliarios.

BRUM COSTA

ABOGADOS / LEGAL·TAX·COMPLIANCE

Somos una firma especializada en brindar servicios en asesoramiento en materia de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

Dr. Alejandro Schroeder 6537 | Tel. 26017777 | info@brumcosta.com
www.brumcosta.com

Inmuebles en Brasil bajo la nueva perspectiva política

La disputa electoral de 2018 en Brasil resultó en una fuerte polarización entre dos candidatos a la presidencia: Fernando Haddad, del PT, y Jair Bolsonaro, del PSL.

El resultado, todos sabemos, fue la retumbante victoria de Jair Bolsonaro (PSL), que se traduce en nuevas y estimulantes perspectivas para el mercado inmobiliario y para la economía en general, no solo para Brasil, sino para toda América Latina, en especialmente la del sur.

Desde el inicio de este año, a pesar del clima de incertidumbre política, se registró gradualmente el crecimiento del mercado inmobiliario, que acabó por sedimentar, a mediados del año, la perspectiva de crecimiento del 10% en las ventas de casas y apartamentos en relación al año de 2017.

El optimismo fue compartido por la Cámara Brasileña de la Industria de la Construcción (CBIC) y grandes jugadores del mercado como Cyrela, que actúa en el segmento de medio estándar, y MRV, orientada hacia consumidores de menor renta.

La caída en la tasa de interés fue determinante para la reanudación del crecimiento, propiciando seguridad no sólo para los tomadores de préstamos, sino también para el sistema bancario, que se siente más confiado para proporcionar préstamos a largo plazo.

La perspectiva es que, en el año, habrá crecimiento promedio del 30% en la concesión de crédito con el retorno al mercado de bancos que de él se habían alejado.

Otro factor relevante es que la predominancia de los inmuebles de pequeño porte (hasta 45m^2), registrada en 2017, abre espacio para inmuebles de medio y alto estándar.

La elección de Jair Bolsonaro abre nuevas y estimulantes perspectivas para la economía y, en especial, para el mercado inmobiliario.

A diferencia de la línea ideológica sedimentada en los últimos 33 años, que privilegiaba el crecimiento del Estado en detrimento de la iniciativa privada, todo indica que el nuevo gobierno dará énfasis a la economía de mercado y a la reducción del Estado y de su interferencia en la economía, incentivando y atrayendo inversiones nacionales y extranjeras.

La nueva realidad política, por supuesto, promoverá un nuevo y significativo avance de la economía y del mercado inmobiliario. Además de los intereses bajos, abundancia de recursos financieros, inflación reducida y bajo control, hay otros factores positivos en la pauta.

Se espera la reducción de la carga tributaria, más seguridad física, patrimonial y jurídica, así como la reanudación de la confianza para la contratación de préstamos a largo plazo, culminando con la vuelta del pleno empleo.

De otro ángulo, estudios realizados por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), a pedido del Secovi-SP, apunta que entre 2015 y 2025, serán necesarias más de 14 millones de viviendas para suplir nuestro déficit habitacional.

Todo ello sumado a las innovaciones tecnológicas y a la sostenibilidad, como energía fotovoltaica, hoy aplicadas ampliamente a los emprendimientos, seguramente hará de 2018 el año de la redención. ■

João Teodoro Da Silva
Comenzó su carrera inmobiliaria en 1972 y actualmente es Gerente de la Industria de la Construcción en Curitiba (PR). Licenciado en Derecho y Ciencias Matemáticas, era profesor de matemáticas, física y dibujo en la PUC / PR. Es técnico en Edificios y Procesamiento de Datos y cuenta con varios cursos de extensión universitaria de la Fundación Getúlio Vargas. Fue presidente de CRECI - PR durante tres períodos consecutivos, presidente de la Unión de Paraná Realtors 1984 - 1986 y director de la Federación de Comercio de Paraná. En Cofeci actúa desde 1991, cuando empezó a ocupar el cargo de asesor federal, y es presidente desde 2000.

¿Envíos? ¿Cobranzas? Nos encargamos de toda la gestión.

GESTORÍA - CADETERÍA

- Envío de documentos
- Trámites y pagos a entes públicos
- Cadetes por hora, semana, mes, a pie, moto o camioneta
- Gestiones en el día: La Paz, Las Piedras, Costa de Oro y Pando
- Seguimiento en tiempo real de su gestión mediante nuestro servicio de Tracking

CORRESPONDENCIA

- Distribución en toda la república
- Modalidad:
  Contra Firma – Simple – Urgente

E-COMMERCE

- Entregas en toda la república
- En La Paz, Las Piedras, Zonamérica, Pando y Pinar hasta el peaje, dos salidas diarias

LOGÍSTICA

- Logística liviana
- Almacenamiento
- Gestión y administración de stock
- Armado de pedidos
- Armado de promociones

SERVICIO COURIER

- Entregas en todo el mundo de documentos
- Envío de muestras y paquetes
- Seguimiento de los envíos

Cuente con un servicio seguro y confiable

www.marcopostal.com.uy
informes@marcopostal.com.uy
Tel. 2900 4277*

MarcoPostal
DISTRIBUCIÓN & LOGÍSTICA

Jorge Aurelio Alonso • Argentina

Atención inmobiliarios: fuertes cambios se están produciendo

Los avatares de todo país joven propone al sector inmobiliario enfrentar sorpresas.

Coyunturas presentadas por intercambios comerciales externos; fenómenos climáticos; incidencia de política económica propia; también de países con los que se mantiene fuerte intercambio comercial; todo converge para alterar el accionar del negocio inmobiliario.

Y según lo cita el Arq. Marcelo Satulovsky: "Aún reconociendo el potencial impacto de este cuadro, la sugerencia es no quedarnos atrapados en la coyuntura.

Nuestra actividad opera en plazos medios, no cortos. Transita meses de una compraventa o años de un emprendimiento, no el "minuto a minuto" de la bolsa o casas de cambio. Apliquemos pues miradas relacionales, sistémicas (ver la red, cómo se vinculan las cosas entre sí; ver el bosque tanto como el árbol), y lógicas fluidas (a qué tienden las cosas; para no quedarnos en la foto, y ver cómo sigue la película)".

En esta circunstancia llegó a mis manos un dossier publicado hace un tiempo atrás en Nueva York por Marian Salzman e Ira Matathia, titulado "Next Now, Trends for the Future", que consideré de sumo interés para conocimiento de nuestros inmobiliarios, por tratarse de la enunciación de una infinidad de cambios que presenta la sociedad, rescatando los que originarán modificaciones estructurales en sus conductas, estilos de vida y preferencias que incidirán en la actividad inmobiliaria.

Dado lo extenso del mismo y los espacios disponibles, los reproduciré en dos publicaciones.

Como introducción, se advierte el énfasis que el pronóstico pone en la vida futura de los seres humanos en general.

La familia, la pareja, los niños, la vejez, la salud, el hogar, la educación y el trabajo.

Todo esto interesa especialmente a los individuos, pero también a las empresas –a las del rubro inmobiliario, inclusive- que deben brindar productos y servicios en los próximos años.

Lo más impactante de todo, son los cambios que afectan la forma en que la gente vive su vida.

1) "La mujer se incorpora a la vida laboral, profesional y empresaria. Y la nueva camada de mujeres empresarias le está cambiando la cara al mundo de los negocios. En los últimos 20 años el número de mujeres emprendedoras creció 200% en todo el mundo. Redefinió el rol y el estatus de la mujer y eso, a su vez, reformó instituciones como matrimonio y familia, la vida del vecindario, la naturaleza de las compras cotidianas, el paisaje de la política y la dinámica de los lugares de trabajo. Modifica su rol de madre y es una mujer informada, fuerte, no teme tomar decisiones, realiza tareas múltiples y tiene gran poder como persona y como consumidora. Hay menos matrimonios, más parejas informales y más personas que viven solas".

Argentina muestra cerca de 1.300.000 de solas y solos, con tendencia creciente.

Lo analizado hasta aquí nos está indicando que cambian las preferencias habitacionales, creciendo la demanda de los mono ambientes. La mayor cantidad de parejas informales requieren dos ambientes o los preferidos ph. Además, la nueva mujer modifica sus preferencias habitacionales, priorizando sus requerimientos de acuerdo a su rol.

2) "Los niños maduran antes y se comportan cada vez más como adultos. Según una encuesta realizada entre casi 6.000 niños, 74% de las chicas entre 7 y 10 años usa

lápiz labial y 56% perfume. Los adolescentes gastan como adultos, mostrando una conducta que podría interpretarse como consecuencia de programas de televisión y reality shows, que muestran y comentan lo último de la moda. Sus patrones de compra reflejan cada vez más la cultura que los rodea.

3) Los "adultescentes" son hijos de veintipico de años, que oscilan entre la vida autónoma y la dependencia de los padres. Si los padres son amigos y los tiempos difíciles, ¿por qué irse de casa? Según la revista estadounidense Time, más de 18 millones de personas entre 18 y 34 años viven con sus Padres".

En estos casos y al estar presentes, tener en cuenta las reacciones de ambas bandas etáreas en las gestiones de compra/venta o alquiler. La opinión de los hijos influye en la mayoría de los casos en la toma de decisiones de los padres.

4) "La edad es hoy muy difícil de detectar y cada vez se pone más énfasis en no identificarla. La gente mayor, ya no es como antes.

Cada vez se parecen menos a las imágenes estereotipadas de los viejos y están elevando las expectativas. Muchos están redefiniendo lo que se considera normal y hasta posible para los de más de 60: andar en bicicleta, esquiar... y enamorarse.

Actualmente más son las personas que posponen su jubilación. Quieren seguir en el juego y mantener sus ingresos. La idea que tienen de sí mismos –que siguen siendo jóvenes- está ligada a seguir trabajando.

Una encuesta realizada en Estados Unidos reveló que 80% de los mayores de 45 años proyecta seguir trabajando en sus años "de jubilación".

Para la actividad inmobiliaria se presenta un mercado con mayor cantidad de adultos mayores,(en nuestro país la expectativa de vida es de 79 años para la mujer y 76 para el hombre).

Además, no obstante algunos con ciertas dificultades en sus traslados, salen con frecuencia a diversas actividades de esparcimiento, por lo que tienen requerimientos de ciertas comodidades y facilidades constructivas para su mejor desplazamiento.

5) "También la publicidad está cambiando sustancialmente. Hoy es difícil distinguir entre mensaje del artista y el mensaje comercial. Ahora que la programación llega a la gente en todo tipo de medio imaginable, el próximo gran debate se centrará en la colocación inteligente del mensaje publicitario dentro del entramado mismo del programa. Los comerciales vendrán entretejidos con el programa y la venta será, entonces, parte de la experiencia en lugar de una distracción."

Esto muestra que los nuevos medios de comunicación como redes sociales y las de intercomunicación inmobiliaria son buenas opciones para publicitar tanto marca como productos. Con costos significativamente más reducidos que los medios masivos.

Venimos recibiendo en nuestros correos electrónicos publicidad cotidiana de viajes; automóviles; capacitación; productos diversos. Muy poco de servicios o productos inmobiliarios. La oferta genera la demanda!

En la próxima entrega completaré este informe. ■

Profesor Jorge Aurelio Alonso

Director del Departamento de Capacitación Empresarial de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y Profesor de sus Programas.

Director de la Cátedra España de la citada Universidad.

Asesor Académico del Instituto de Capacitación Inmobiliaria de la Cámara Inmobiliaria Argentina y Profesor titular de diversas asignaturas del Area Técnica Comercial.

Consultor en retail marketing.

Consultor en área comercial inmobiliaria.

Profesor invitado en las Universidades Nacional de La Plata; Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y Del Salvador (USAL).

Conferencista sobre temas referentes al mercado de productos de consumo masivo, al sector inmobiliario y al de Administración de Consorcios en Congresos Nacionales é Internacionales realizados en Buenos Aires; Córdoba; Montevideo y Punta del Este (Uruguay); Santiago de Chile; Porto Alegre y Curitiba (Brasil); Asunción (Paraguay) y Cartagena de India (Colombia).

Consultorías en supermercados de Buenos Aires; Córdoba; Entre Ríos; Santa Fé; Neuquén; Formosa.

Consultorías en inmobiliarias de CABA y Suburbano.

Autor del libro Marketing inmobiliario aplicado – Ediciones BRE, Año 2007.

Co-autor del libro Principios de la Gestión del Administración de Consorcios (2da. edición actualizada) – Ediciones BRE, Año 2016.

Co-autor del libro Principios de la Gestión del Administración de Consorcios – Ediciones BRE, Año 2008.

Co-autor del libro Principios de la gestión inmobiliaria, Ediciones BRE, Septiembre 2006.

Autor de innumerables artículos de su especialidad publicados en distintos medios gráficos.

Diploma de Honor otorgado por la Cámara Inmobiliaria Argentina – Año 1981.

Desiderata conferida por la Federación de Autoservicios, Supermercados y Afines de la Provincia de Buenos Aires al cumplir 25 años de colaboración en la formación y capacitación de sus asociados – Año 2003.

Reconocimiento de la Cámara Inmobiliaria Argentina por la "invalorable dedicación en la formación de profesionales inmobiliarios" – Año 2016.

Reconocimiento de la Casa de Madrid por "su aporte a la difusión de la cultura hispano-argentina" – Año 2010.

Medalla de la Hispanidad otorgada por la Federación de Sociedades Españolas de Argentina y la Asociación Patriótica y Cultural Española de Argentina por el aporte al sostenimiento de la cultura hispano-argentina – Año 2015

Alfredo López Salteri • Director de ALS Consultants. Desarrollo para la Transformación

Cómo trabajar con compradores

Deseo compartir con usted la perspectiva desde donde considero que en los tiempos actuales el agente inmobiliario debería hacer el abordaje de su servicios profesionales a la hora de trabajar con los potenciales clientes o clientes actuales. Este enfoque por cierto, le ayudará a generar mejores relaciones con sus clientes y asegurar y obtener más y mejores ventas.

Los conceptos y criterios que a continuación desarrollo responden a los más actuales trabajos de investigación y puesta en práctica por parte de especialistas en el **manejo del proceso de la venta y el proceso de la compra.**

El punto de partida en ventas consiste en comprender que la venta no es una serie de técnicas para manipular al prospecto o cliente y ver como logro colocar un producto.

En el pasado este esquema puede haber funcionado y aún en la actualidad existen vendedores que operen bajo este modelo de **venta compulsiva** donde el vendedor actúa por medio de la seducción o por medio de la coacción para lograr sus objetivos.

Este modelo conocido como Ganar – Perder , hace que el vendedor gane y que el cliente pierda.

En este modelo el vendedor trata de encasillar una oportunidad de negocio en base al producto que él tiene y entonces trata de imponer ese producto al cliente.

En los tiempos actuales con mercados altamente competitivos y con compradores mejor informados a través de los medios y de internet , resulta poco realista querer tratar de imponerle a un comprador su accionar.

El momento actual requiere que usted opere bajo un modelo de **venta consultiva** en el cual su gran tarea es ayudarlo al comprador a resolver su situación o problema.

Ayudarlo al comprador respecto de cómo explora la situación, evalúa las alternativas, decide y finalmente compra.

Entonces, la venta opera desde un Ganar – Ganar: ganando el cliente, gana usted.

Los compradores no quieren que les vendan, ellos son los que quieren comprar; por lo tanto el modelo en ventas con el cual debemos trabajar cambia radicalmente ya que además de tener buenas habilidades en el manejo del proceso de la venta el vendedor tiene que tener muy en claro como es el proceso de compra del comprador.

Debemos empezar a comprender que el que impone el proceso de negocio no es el vendedor sino el comprador.

El desafío entonces está en lograr integrar el proceso de compra del cliente con el proceso de la venta del agente inmobiliario. Volveré sobre este tema un poco más adelante.

Cuando usted se encuentra con el comprador el punto de partida es comprender que usted no tiene nada para ofrecer.

Todo lo que usted tiene en ese momento son interrogantes. Por lo tanto el elemento más importante que usted tiene para iniciar su accionar hacia la venta es DESCUBRIR lo que hay en la mente de esa persona en términos del pensar (razón) y sentir (emoción), y ello lo hace usted por medio de PREGUNTAS.

Existen ocho pregunta clave que usted debería formularse con respecto a ese prospecto o cliente:

- **¿Quién es?**
- **¿Es un propietario, comprador, inquilino, constructor, o inversor?**
- **¿Qué quiere?**
- **¿Qué necesita, qué desea, qué es valioso para él?**
- **¿Cómo lo quiere?**
- **¿Cómo quiere que se comercialice su propiedad?**
- **¿Cómo quiere comprar?**
- **¿Cuándo lo quiere?**
- **¿Con qué urgencia, en qué lapso de tiempo?**
- **¿Dónde lo quiere?**
- **¿En qué lugar, en que zona, etc.?**
- **¿Por qué lo quiere?**
- **¿Qué lo lleva a vender, comprar, alquilar o invertir?**
- **¿Para qué lo quiere?**
- **¿Es para resolver un problema de vivienda, de renta, etc.?**
- **¿Para quién lo quiere?**
- **¿Es para él o para alguien más?**

El éxito en las ventas comienza con la habilidad de hacer buenas

preguntas; y luego, escuchar de verdad las respuestas.

Piense: Hay preguntas sin respuesta; pero, no hay respuestas sin pregunta

Integrar el proceso de la compra con el proceso de la venta

Volvamos por un instante al tema de cómo compra el comprador, ya que ello nos ayudará a integrar el proceso de la venta.

En general la situaciones que se presentan en los negocios inmobiliarios nos muestran un tipo de venta que podríamos categorizar como venta compleja ya que intervienen diversos actores y diferentes intereses al momento de avanzar sobre el tema de la compra.

Esta situación se presenta tanto en el caso de la compra de una vivienda, una oficina, como de un local, una fábrica o un depósito.

El desafío consiste en como integrar ambos procesos, de manera de lograr un resultado efectivo en la venta.

Deberíamos pensar en hacer el esfuerzo de: Venderle al prospecto o cliente de la manera en que dicha persona desea comprar, manejando a su vez nosotros cada una de las etapas del proceso de la venta.

El medio que nos permite el acompasar estos dos procesos hacia un encuentro exitoso con la otra parte es la comunicación basada en un profundo carácter valorativo por la persona del cliente y la construcción de la confianza.

Por lo tanto, esto implica comprender que el vender no ocurre como algo separado del comprar.

Veamos ahora cuales son las etapas de ambos procesos.

El comprador recorre esta secuencia en su **proceso de compra:**

1. Reconocimiento de una necesidad.
Estado de conciencia.
Conciencia del estado actual, necesidad o problema.
Conciencia del estado deseado o solución.
Convencimiento de que no puedo resolverlo con los recursos que tengo.

2. Búsqueda de alternativas para encontrar una solución.
Motivación por el estado deseado y alejamiento del estado actual.

3. Estudio y Análisis de las alternativas que más se ajusten a la situación.

4. Decisión de hacer.
Compra en función de las alternativas evaluadas.

Entonces debemos estar atentos con empatía, respecto de cómo compra el comprador, porqué compra, qué es importante para él y su grupo familiar o del grupo empresario, la estrategia del que compra para sentirse motivado, decidido, etc.

En el proceso de la venta están presentes dos importantes tipos de comportamientos que debe manejar el agente inmobiliario en su relación con los clientes.

Comportamientos proactivos del vendedor.

Inicio de la relación / Apertura de la entrevista.

Búsqueda de información / Indagación al cliente por medio de preguntas.

Brindar información / Propuesta de solución para el cliente.

Conseguir el acuerdo / Cierre de la venta.

Comportamientos reactivos del cliente.

- Manejo de la indiferencia o rechazo.
- Manejo de las consultas del cliente.
- Manejo de las dudas.
- Manejo de objeciones.
- Manejo de dilaciones.

En síntesis, su trabajo para alinear ambos procesos bajo el modelo de venta consultiva, requiere de su parte:

1. Comprender el proceso de compra que tiene su prospecto o cliente.

2. Inicie su relación con el cliente para compenetrarse respecto de lo que piensa y siente, para conectarse con el comprador de una manera comprensiva y respetuosa.

3. Utilice preguntas para reunir información importante que le permitan descubrir sus necesidades, gustos y deseos, motivaciones de compra, capacidad económica para comprar, autoridad y autonomía (quien decide y quien aporta el dinero).

4. No proponga una solución inadecuada al problema.

5. No asuma que su producto o servicio va a resolver el problema.

6. Tome en cuenta todos los aspectos de la situación o problema.

Dejo en sus manos estas ideas para revisar su actual forma de trabajo con los compradores y le invito a animarse a desarrollar estas nuevas habilidades que centran su orientación más en la forma en que compra el comprador que en como usted vende.

Éxitos…

(Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa del autor)

Alfredo López Salteri
Director de ALS Consultants. Desarrollo para la Transformación
Ex Gerente de Capacitación del Club de Inmobiliarias S.A. (SOM) – Buenos Aires. Argentina
Autor del libro "El Servicio al cliente en la actividad inmobiliaria", Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires, 2006.
Autor del Capítulo 1 "Acciones Proactivas para la Captación de Propiedades y Clientes", del libro "Captación de Propiedades y Clientes de Darío Sokolowski", Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires, 2009.

ESSEN: SOLUCIONES CON VALOR AGREGADO

A través de los años hemos brindado soluciones para distintos sectores del mercado. Nuestros productos con estándares de fabricación de primer nivel han ayudado a las empresas a agregar valor a sus procesos, poniendo especial énfasis en aspectos como la calidad de los materiales, durabilidad, facilidad y seguridad en la operativa.

PUERTAS CORTAFUEGO

HOMOLOGADAS POR DNB

Nuestras puertas cortafuego combinan calidad, diseño y sobre todas las cosas, seguridad. Su certificación con estándares americanos y europeos de seguridad es una garantía para empresas de construcción y particulares.

Somos representantes exclusivos:

ASTURMADI DOORS

ESSEN
SOMOS SOLUCIÓN

Miguelete 1824
Tel.: +598 2929 0092
www.essenltda.com.uy
info@essenltda.com.uy

Ofelia M. Ulloa • Costa Rica Sol First Realty

Beneficios de las exclusivas

¿Por qué los listados de bienes raíces en exclusiva son mejores para el propietario y/o comprador?

Un corredor de bienes raíces calificado, con excelente ética profesional, experiencia y conocimiento al día de su profesión, conocedor de la propiedad que representa con eficiencia y transparencia, sumándole sus atinados contactos con sus colegas y clientes, es el mejor corredor para que vele y represente su propiedad en forma exclusiva.

Este corredor compartirá su exclusiva con sus colegas para vender y/o alquilar la propiedad que representa lo mas pronto posible, velando siempre por los intereses del propietario o comprador que representa.

¿Que es un "Listado en Exclusiva"?

Un listado exclusivo es cuando se le otorga a una sola agencia o agente el derecho de vender su propiedad. Es un acuerdo de venta de bienes raíces en el cual un agente de bienes raíces específico, gana una comisión si la propiedad que representa de forma exclusiva se vende dentro de un lapso de tiempo acordado. El bróker/agente gana la comisión sin importar cómo se encuentre un comprador.

El propósito de un listado exclusivo es motivar al bróker/agente a vender la propiedad rápidamente y al mejor precio posible.

Antes de comprometerse a un listado en exclusiva, verifique la experiencia del corredor, su conocimiento de bienes raíces, su área de "expertise", sus referencias y el nivel de éxito con este tipo de listados. Obtenga un resumen de como representaran y comercializaran su propiedad.

Estructura de los listados exclusivos:

Los términos deben ser acordados por el propietario y bróker/agente para un listado exclusivo. Esos detalles incluirán el establecimiento de un plazo de tiempo para que el acuerdo entre en vigencia. Esto podría ser un período de seis meses a un año o incluso más breve cuando la demanda es alta en el mercado. También debe haber un acuerdo sobre el monto de la comisión que el bróker/agente puede ganar en

Ofelia M. Ulloa
Presidente, broker y propietaria de Costa Rica Sol First Realty. Coord. int'l de la Cámara Costarricense de Corredores de Bienes Raíces. Presidente del Norte de CILA (2017-2019)

Publicar en gallitoluis
es fácil y
gratis
Conocé más en
gallito.com.uy/facilygratis

una venta y/o alquiler.

Los agentes de bienes raíces tienden a preferir los listados exclusivos sobre los listados abiertos. Los listados abiertos ponen a los agentes de bienes raíces a competir entre sí para atraer compradores, pero sin ninguna garantía de que los agentes ganen una comisión.

El comprador podría negociar su propio trato con los propietarios y eliminar completamente a los agentes.

Plazos de protección de listados exclusivos:

El acuerdo de listado exclusivo puede actuar como un plazo de protección para evitar que el propietario abuse de un acuerdo para evitar pagar una comisión al agente por hacer su trabajo. El período de protección permitiría al agente recibir una comisión completa sobre ciertos tipos de ventas después de la expiración del acuerdo. Por ejemplo, un comprador potencial que el agente trajo previamente a la casa durante el período del listado podría regresar más tarde y decidir completar la compra. El agente recibiría su comisión por esa venta dentro de un término de tiempo acordado por el bróker/agente y el propietario.

Ventajas de un listado exclusivo:

Tiene una relación de trabajo genuina con un solo bróker/agente de bienes raíces calificado para vender o alquilar su propiedad.

Su agente de bienes raíces es su representante y trabajará más duro en su nombre. Un agente exclusivo trabajará con usted para asegurarse de que obtenga el mejor precio posible para su propiedad. Los listados exclusivos tienden a atraer mejores ofertas que los listados abiertos. Las ventajas de un listado exclusivo superan las desventajas, pero depende del agente de bienes raíces que se elija. Cuando trabaja con un agente exclusivo de buena reputación, ellos trabajarán con ud. Pueden sugerir renovaciones que aumentarán el valor de su propiedad más allá del costo de las renovaciones. Elaborarán una estrategia de marketing y publicidad para que usted pueda atraer ofertas más altas y discutir las ventajas o desventajas de vender en una subasta con ellos.

En un listado exclusivo se tiene a un profesional que trabaja en su nombre. Con un listado abierto “open listing”, los agentes de bienes raíces pueden competir, pero pueden competir entre sí en lugar de actuar en nombre del propietario o comprador. Pueden tomar cualquier oferta que venga e intentar convencerlo de que la acepte. Su propiedad puede no ser su prioridad.

Sus propiedades exclusivas por lo general vendrán primero. Se debe de hacer una tarea antes de elegir un agente de bienes raíces.

Debe entrevistar al menos a tres agentes de bienes raíces y no tomar su decisión basándose solo en la comisión. Se debe leer la letra pequeña antes de firmar un contrato exclusivo. Preste especial atención al plazo del contrato.

Acuerdo de agencia exclusiva

En este tipo de acuerdo, el vendedor acuerda pagarle al agente de listado si la casa se vende a través de los esfuerzos de cualquier corredor de bienes raíces de la agencia.

¿Debería su propiedad ser un listado exclusivo?

A simple vista, la firma de cualquier tipo de acuerdo exclusivo puede parecer limitante para un propietario. Cuando los agentes saben que un listado es exclusivamente de ellos, le darán todo lo que tienen para vender la propiedad. Eso podría significar distribuir la lista a toda la comunidad de corredores, gastar dinero en mercadotecnia o ser anfitrión de un “open house”.

Antes de firmar, lea su acuerdo exclusivo para asegurarse de que tenga una cláusula de cancelación o rescisión que le permita finalizar el acuerdo si retira la propiedad del mercado o simplemente no está satisfecho con el trabajo que está haciendo su agente. Algunos acuerdos requieren que el propietario compense al corredor por los gastos de marketing de su bolsillo.

Conclusión: asegúrese de comprender el contrato exclusivo que firma y no firme un acuerdo que no se ajuste a sus necesidades. ■

¿Buscás garantía? Tu mejor solución

FIDECIU es tu garantía, AHORA. Alquilá tu casa, oficina o comercio fácilmente y sin preocupaciones. ¡Obtenela hoy mismo!
Apoya CIU (Cámara Inmobiliaria Uruguaya).

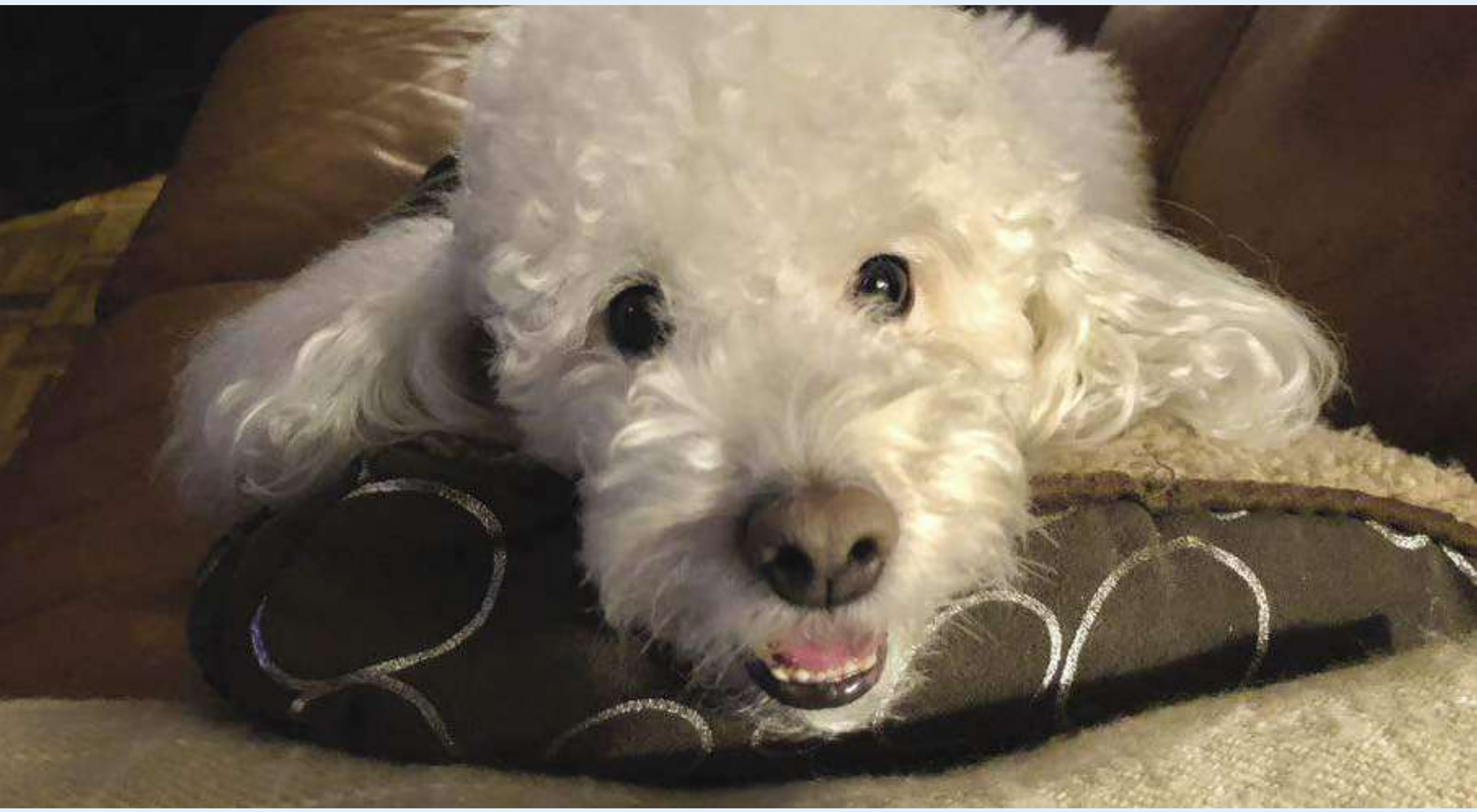
¡Informate!

Tel. 2909 1111 - Uruguay 820, Montevideo
www.fideciu.uy

FIDECIU
GARANTÍA DE ALQUILER

Abril Pérez Alves • Rematador Público. Corredor Inmobiliario. Administrador GG/CC

Tenencia de animales en los edificios



El tema de la tenencia de animales llega a ser motivo de conflictos, en comunidades de Propiedad Horizontal.

a.- En el caso de los propietarios. Cuando alguien se dispone a vivir en una unidad de propiedad horizontal, en general realiza la o las visitas de estilo, y entonces conoce también la edificación, sus características, y debería consultar al vendedor (inmobiliario o propietario), las reglas de convivencia de la misma: cocheras, salones de usos múltiples (SUM), tenencia o no de animales; y en función de dicha información evaluar si le conviene y desea vivir en ese lugar.

En caso afirmativo, y cuando se concreta la compraventa, el reglamento de copropiedad, debe formar parte del título de propiedad.
Es decir al firmar, el comprador declara que conoce y acepta el reglamento de copropiedad.

Se debe determinar la precisión del reglamento, prohibición de la tenencia de: perros o animales molestos.

En el caso de perros, sería claro que los mismos están prohibidos.

Y en consecuencia el comprador al mudarse, no debería traer dichas mascotas.

Pero las épocas cambian, las modas también, con lo que aparecen algunas razas de perros que se convierten en deseables, debido a que algunas estrellas de televisión o cine las poseen; a lo que se debe sumar, que la extensión en la expectativa de vida, conduce a que personas de edad que viven solas, también más jóvenes que no viven en pareja, -hasta a veces aconsejados por su profesional sicólogo- adoptan perros simpáticas mascotas, como

Abril Pérez Alves
Corredor Inmobiliario. Rematador Público. Tasador de Inmuebles. Perito Tasador del Poder Judicial. Especialización en Administración de: Gastos Comunes y Alquileres. Docente en Administración de Propiedades. Socio de CIU, ADIU y ANRTCI. Ex Director Académico Honorario de IUCAP (Instituto Uruguayo de Capacitación Profesional). Socio de CAPH: Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal. Propietario de Abril Pérez Inmobiliaria & Administración

compañía temporal de vida.

Surge el conflicto. Las copropiedades, basadas en los reglamentos de copropiedad, resuelven en asamblea el retiro de las mascotas.

El copropietario afectado se niega, argumentando en base: a la ley de tenencia responsable de animales; y a la Constitución Nacional, que en su artículo 7 establece el derecho a la vida, al trabajo, y a la propiedad. En tanto los animales no son sujetos de derecho, se los define como objetos, comprendidos en el derecho a la propiedad, citado en la norma citada.

b.- En el caso de los inquilinos. Se presentan otros factores.
Se debe reiterar la parte de, visita a la unidad y edificio, reglas de convivencia, cocheras, espacios comunes, tenencia de animales, etc., y en base a esa información, resolver si conviene vivir en el lugar o no.

Pero no siempre los inquilinos solicitan, y no siempre los inmobiliarios o los propietarios brindan, la información respecto al tema tratado, generalmente los unos y los otros apurados por concretar el negocio de alquiler rápidamente.

Pero en este caso, hay opciones. El propietario, en cumplimiento del reglamento de copropiedad si este lo establece, o en función de su propio interés de considerar que no desea perros en la unidad de su propiedad (para la buena conservación de la misma); podrán establecer en el contrato de arrendamiento la prohibición del animal.

Generalmente en el mentado contrato, aparece una cláusula que afirma, que al inquilino se le entrega una copia del reglamento de copropiedad, el cual conoce y se compromete a acatar.

En el caso del contrato de arrendamiento, la autonomía de la voluntad de las partes, da forma final al negocio para su concreción.

Por lo que se podría entender, que para el caso de que el arrendatario adopte un perro, como compañía en su hábitat; cabría al arrendador, la opción de pedir la rescisión del contrato, por incumplimiento del mismo.

c.- En los dos casos anteriores, quedan a la copropiedad, y necesariamente mediante resolución de asamblea de copropietarios, recurrir a las siguientes opciones:

c.1.- Aplicación de multas por violación al reglamento de copropiedad, por ruidos molestos, o por suciedad u olores molestos, al resto de los habitantes (alternativa en el reglamento, a la de la prohibición de).

c.2.- Desalojo del inquilino escandaloso, con la adecuada información, de la necesidad de prueba, duración, y costo.

En ambas vías, deberán ser concientes los copropietarios, de lo preceptivo de aportar las denuncias en soporte adecuado (notas firmadas, mails, denuncias en comisarías, etc.), para ser presentadas en la etapa procesal correspondiente.

d.- Generalmente se llega a lo anterior, forzados por situaciones como:

d.1.- Animales que ladran todo el día mientras sus propietarios están trabajando.

d.2.- Animales que no sacan nunca del apartamento, o de azoteas donde los tienen prácticamente condenados (al castigo del sol y la lluvia), y de las que frecuentemente los perros se tiran.

d.3.- Animales que apenas salen del apartamento ensucian (en el hall, en el ascensor, en el pallier) y sus propietarios no limpian.

d.4.- Animales que salen disparados a la carrera atropellando a vecinos (niños y mayores) derribándolos.

d.5.- Animales que como en el caso anterior muerden y lastiman a vecinos.

d.6.- Animales que quedan en las terrazas donde hacen sus necesidades, y cuando llega el dueño baldea las mismas dejando caer el agua sucia y la orina y heces, sobre las víctimas que acceden al edificio.

d.7.- Y vecinos que en vez de una mascota, llegan a tener hasta cuatro o cinco en un modesto apartamento, lo que multiplica geométricamente los problemas anteriores.

En resumen se llega a las opciones a.- y b.-, forzados por casos en los que se entiende, que no se da una tenencia responsable de animales, sino dañinas para los mismos; y por rebote con incidencia directa en los vecinos de la comunidad.

Sin perjuicio de las acciones civiles o penales, que puedan ejercer quienes se entiendan directamente perjudicados.

e.- Todo lo anterior genera conflictos, que alteran la normal convivencia en la copropiedad, lo que se denota entre copropietarios, en el trato diario, y en las asambleas.

Es por ello, que en las etapas anteriores, el Administrador, debe ejercer y hacer valer, las funciones de: previsión, comunicación, y mediación.

A los efectos de intentar lograr una armoniosa solución, sin tener que llegar a la vía judicial, donde habrá un aleatorio resultado surgido de una ponderada sentencia judicial, que tal vez no deje conforme a alguna o ambas partes. ■

Addenda Normativa:
1. Constitución Nacional, art. 7.
2. Ley 10.751, art. 10.
3. Dec-Ley 14.219 art. 33.
4. Ley 18.471.
5. Dec. 204/2017.

Esc. Aníbal Durán • Gerente Ejecutivo de APPCU

El Mercado Modelo y APPCU

Sabido es que el Mercado Modelo se muda a la ruta 5 en lo que se llamará la Unidad Alimentaria de Montevideo.

Se estima que en un plazo de dos años estarían terminadas las obras. Así las cosas, la Intendencia y lo hemos mencionado, llamó a un Concurso de Ideas para que distintos oferentes pusieran pensamiento respecto a qué construir en el predio que dejará el Mercado y algunos otros colindantes.

El Arq Ariel Cagnoli fue uno de los jurados.

Pero al margen de dicho concurso, APPCU firmó con la citada Unidad Alimentaria de Montevideo, un contrato de Arrendamiento de Servicios Profesionales para realizar tareas de análisis, diagnóstico, evaluación, colaboración y asesoramiento para determinar:

a) los posibles usos potenciales que podrían desarrollarse en el área del actual Mercado Modelo y adyacencias una vez que éste se traslade;

b) la demanda que podría existir para cada uno de ellos;

c) la mejor forma de gestionar la zona con el fin de su revitalización y potenciación,

En este trabajo donde se han involucrado los arquitectos, Ariel Cagnoli, Carolina Escamez y Matías Coll junto a Julio Villamide y su equipo, deberemos cumplir deberes inherentes al buen padre de familia, como dice el Código Civil.

En este caso, el contrato refiere "a la diligencia de un buen hombre de negocios", debiendo llevar a cabo ciertos objetivos (y extraigo del citado contrato), como por ejemplo:

a) analizar y comparar información del mercado local en relación a ciudades de características similares en la región y procesos desarrollados en cada caso;

b) analizar el contexto inmobiliario en Montevideo y sus áreas de influencia;

c) analizar las tendencias demográficas en la ciudad, los cambios socio económicos en marcha, así como los de corto o mediano plazo probables que pudieran producirse.

d) determinar las variantes de mercado relevantes en la zona a estudiar.

e) identificar los usos viables, destacando aquellos probables usos no tradicionales que podrían propiciar el desarrollo de un distrito o zona innovadora.

e) identificar los factores a tener en cuenta para llevar a cabo una renovación urbana exitosa, sugiriendo estrategias de potencialización positiva.

f) identificar potenciales actores inversores y sus roles en el proceso de renovación urbana, sugiriendo estrategias que permitan captarlos (los promotores, seguramente).

En fin, existen una serie de obligaciones más.

Lo expuesto es casi textual del contrato suscrito con la Unidad Alimentaria de Montevideo que es una persona de derecho público no estatal.

Algunos aspectos a destacar: en primer lugar y en el concurso mencionado, cuya decisión no es vinculante, se tuvo en cuenta a nuestro Presidente mandato cumplido, Arq Ariel Cagnoli.

Y en segundo lugar, la Intendencia a través de la Unidad Alimentaria de Montevideo le confiere el honor a APPCU como gremial de una tarea de asesoramiento en esa vasta y céntrica zona que quedará desierta en algunos meses más.

Estamos hablando aproximadamente entre la superficie que ocupa el Mercado Modelo y zonas aledañas de más de 10 hectáreas.

Si habrá superficie para hacer volar la imaginación (incluyendo los trabajos ya premiados) y revitalizar toda esa zona de Montevideo, que significa inversión y trabajo para promotores y obreros, potenciando sin duda la industria de la construcción.

Esperemos estar a la altura de las circunstancias y para ello los profesionales nombrados líneas arriba, tiene sobrado oropel para la causa.

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

ACTUALIZACIONES ECONÓMICAS

ÍNDICES - MONEDAS • 2016-2018

Mes y año	Coeficiente de Alquileres (D. Ley 14.219)	I.P.C (Base Dic 2010 = 100)			U.R.	U.I.**	U$S***
		Número Índice	Mensual	Acum. 12 meses			
2018							
NOVIEMBRE	1.0693	-	-	-	1088.52	4.0025	-
OCTUBRE	1.0723	186.66	0.23	8.01	1083.08	3.9814	32.827
SETIEMBRE	1.0769	186.23	0.50	8.26	1081.54	3.9555	33.214
AGOSTO	1.0821	185.31	0.67	8.31	1073.10	3.9294	32.339
JULIO	1.0811	184.07	0.60	8.41	1072.44	3.8919	30.553
JUNIO	1.0721	182.98	0.99	8.11	1071.71	3.8654	31.466
MAYO	1.0649	181.19	0.81	7.21	1069.99	3.8613	31.190
ABRIL	1.0665	179.73	0.07	6.49	1068.67	3.8469	28.610
MARZO	1.0707	179.61	0.28	6.65	1067.02	3.8005	28.349
FEBRERO	1.0667	179.11	0.88	7.07	1021.37	3.7198	28.356
ENERO	1.0655 (*)	177.55	2.71	6.67	1021.11	3.7275	28.414
2017							
DICIEMBRE	1.6300	172.86	-0.31	6.55	1021.04	3.7141	28.807
NOVIEMBRE	1.0604	173.39	0.34	6.30	1015.33	3.6967	28.998
OCTUBRE	1.0575	172.81	0.46	6.04	1014.49	3.6753	29.176
SETIEMBRE	1.0545	172.02	0.54	5.75	1012.37	3.6501	28.980
AGOSTO	1.0524	171.10	0.77	5.45	992.52	3.6394	28.849
JULIO	1.0531	169.79	0.32	5.24	991.72	3.6350	28.251
JUNIO	1.0558	169.25	0.15	5.31	988.98	3.6288	28.495
MAYO	1.0646	169.00	0.13	5.58	988.03	3.6180	28.292
ABRIL	1.0671	168.78	0.22	6.46	987.11	3.5947	28.123
MARZO	1.0709	168.41	0.68	6.71	984.26	3.5633	28.544
FEBRERO	1.0827	167.28	0.50	7.09	946.06	3.4921	28.245
ENERO	1.0810	166.45	2.60	8.27	936.63	3.5077	28.245
2016							
DICIEMBRE	1.0810	162.23	-0.55	8.10	929.87	3.5037	29.340
NOVIEMBRE	1.0845	163.12	0.10	8.10	927.12	3.4971	29.014
OCTUBRE	1.0890	162.96	0.18	8.45	925.66	3.4865	28.336
SETIEMBRE	1.0938	162.66	0.25	8.90	922.59	3.4678	28.437
AGOSTO	1.1005	162.26	0.57	9.38	907.60	3.4556	28.848
JULIO	1.1094	161.34	0.39	10.50	907.20	3.4542	29.812
JUNIO	1.1100	160.71	0.40	10.94	905.96	3.4371	30.617
MAYO	1.1047	160.07	0.97	11.00	903.47	3.4071	30.788
ABRIL	1.1060	158.54	0.46	10.47	900.51	3.3882	31.542
MARZO	1.1023	157.82	1.04	10.60	895.54	3.3505	31.742
FEBRERO	1.0968	156.20	1.60	10.23	847.32	3.2924	32.345
ENERO	1.0944	153.74	2.45	9.68	845.57	3.2299	31.074

(*) Indicador sujeto a confirmación una vez publicado el decreto oficial

Nota: el coeficiente de ajuste que se tomará para los alquileres que reajustan en el mes de noviembre Corresponderá a la menor de las variaciones entre el IPC y la URA

(**) Valor a fin de cada mes

(***) Cotización valor interbancario

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (www.ine.gub.uy)

Nota: por indicadores de años anteriores, solicitarlos a administracion@ciu.org.uy

José Luis Pérez Collazo • Corresponsal en España

Problemas de techo

Desde el año 2013 hasta el 2018, el precio del alquiler en España se ha incrementado un 19%. El crecimiento en los valores del alquiler fue de un 48% en Barcelona y un 38% en la ciudad de Madrid.

Hay algunas provincias como Baleares, Las Palmas, Salamanca, Barcelona y Madrid, que este año alcanzaron su máximo histórico, registrado entre el año 2007 y 2008.

Un aumento sin freno que se evidencia en las principales ciudades y destinos turísticos, se está llevando por delante a quien busca su techo y no puede hacer frente a los 1.100 y 1.200 euros mensuales que, de media, cuesta alquilar un piso de 80 metros cuadrados en Madrid y Barcelona. En el caso de los estudiantes que buscan alojamiento para el nuevo curso, compartir un piso les cuenta un promedio de 400 euros al mes, 30 euros más caro que en el año 2017.

Según el Instituto Nacional de Estadística, el salario bruto apenas aumentó un 0,1% hasta los 22.800 euros anuales y la inflación avanzó el 1,1%, con esta realidad no existen ahorros suficientes para comprar casa y tener alquileres a precios razonable, porque las subidas no han tenido su reflejo en los salarios.

Casi cuatro de cada diez españoles que alquilan destinan más del 40% de sus ingresos a pagar su casa de alquiler. Los organismos oficiales establecen un límite del 30%, pero los distintos gobiernos no han adoptado planes de choque efectivos para crear un parque estable y accesible. Gobierno y comunidades apenas dedican el 0.04% del PIB a ayudas a la vivienda, datos del último plan 2018-2021.

Si los salarios no son el motivo, el alza del precio que aplican los propietarios podría justificarse porque los arrendadores invierten el dinero ganado en obras de reforma y mejoras en los pisos. Los propietarios están subiendo 300 o 400 euros más al mes a sus inquilinos, esos cuyos contratos firmados durante los años de crisis acaban este año.

Los propietarios han buscado refugio en este mercado que ahora sangra. Al calor de la mejora económica, quienes no podían comprar casa comenzaron a alquilar. Algunos por necesidad; otros por convicción. El caso es que los españoles alquilan más que nunca: la tasa es del 22%. Las viviendas se colocan todas en cuestión de horas o días y los pisos por debajo de los 1.000 euros tienen un exceso de demanda y se contratan en menos de 15 días.

Otra realidad es el auge de los pisos turísticos, que sustituyen la oferta de alquiler residencial y disparan los precios provocando que la población original de un sector o barrio, generalmente céntrico y popular, es progresivamente desplazada por otra de un nivel adquisitivo distinto.

Zonas céntricas como el eje de calle Gran Vía en el centro de Madrid, se están convirtiendo en un gran hotel con pisos de alquiler a la espera de una regulación por parte de la comunidad para enero del año 2019. ■

Entidades asociadas a CIU se reunieron en Paysandú

En el Club de Golf de Paysandú, las gremiales asociadas a la CIU se reunieron en esa ciudad para abordar la agenda temática común al sector. Uno de los temas más relevantes que se consideraron durante el encuentro, fue lo relacionado a las actividades relativas al lavado de activos y su prevención.

En tal sentido, los asistentes pudieron escuchar una presentación empresarial en el marco de un acuerdo firmado por la CIU. El mismo ofrece un servicio simplificado que permite al asociado cumplir con todos los pasos exigidos por la DEBIDA DILIGENCIA OBIGATORIA, requisito para todos los operadores inmobiliarios, escribanos, abogados, contadores, bancos, etc. y cuyo incumplimiento es pasible de severas sanciones.

El expositor realizó una muestra de cómo opera el software que se aplica para este tipo de indagatorias, evidenciando las ventajas de tener información directa de las más importantes bases de datos mundiales, donde figuran nombres y empresas proscriptas por realizar o estar sospechadas de actividades ilícitas.

El presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU), Wilder Ananikian, habilitó realizar un racconto de lo actuado al respecto de la Ley de Operador Inmobiliario, que fue ilustrada por una abundante y didáctica extensa presentación del directivo de CIU, Luis Silveira.

Otro de los informes se relacionó con el último Congreso Inmobiliario Latinoamericano (CILA), realizado este año en en Costa Rica, donde se explicaron las tendencias y orientaciones que el negocio inmobiliario tiene a nivel global.

Se explicó también que el próximo encuentro de ese tipo se programó, para que sea realizado en 2019 en Uruguay, en la ciudad de Montevideo.

También se abordaron los alcances de la reciente normativa que impacta de modo directo con el cobro de Gastos Comunes, cuyas últimas disposiciones obligarán a los inmobiliarios que se dediquen al tema, a mantener una actitud mucho mas diligente que la que tienen, ante disposiciones que alientan el no pago de los mismos, debido a los menores costos del dinero que surgen de aplicar la nueva norma sobre el tema.

Siete cámaras gremiales inmobiliarias coexisten en este marco del Congreso de Entidades Asociadas, que regularmente se realiza coda tres meses en algún punto del país.

Disfrutando un premio

Gracias al premio obtenido en la fiesta de despedida del 2017 de la CIU, ya que realizamos con mi esposa un muy bonito viaje, que disfrutamos mucho.

Recorrimos Munich, luego nos trasladamos a Cesky Krumlov, un pueblo maravilloso ubicado al sur, en República Checa y atravesado por el Río Moldava (que recomiendo visitar); desde allí viajamos a Praga, por cierto, una ciudad maravillosa, que se ha desarrollado excepcionalmente, en estos últimos 29 años. Continuamos hacia Budapest, también una gran ciudad sobre el Danubio, con edificios monumentales como lo son -y a modo de ejemplo- el del Parlamento, el de La Ópera, el Castillo de Buda, entre otros.

En toda esta región pudimos no solo conocer distintos sitios, monumentos y museos, sino también alimentarnos de la música que no solo se oye sino que se respira y es un verdadero placer. También Budapest, me reencontró con un viejo y querido amigo húngaro que no veía desde la época del liceo. Sin dudas fue el toque emotivo de nuestro viaje.

El viaje continuó hacia Croacia y nuestra primer parada fue en Zagreb, donde tomamos un auto y recorrimos toda la costa Dálmata, pasando por el Parque Nacional de los Lagos de Plitvice, que en 1979 fue declarado por la UNESCO, patrimonio de la humanidad; realmente impresionantes los paisajes que uno recorre por estos parques y quedan grabados en la retina. El turismo allí no comenzó hace mucho, por lo que nos comentaron los locales y bien vale la pena visitar: no se arrepentirán. La ruta nos llevó a Zadar sobre el Mar Adriático y luego a Split con su grandioso Palacio Diocleciano del Siglo IV, y sus playas fantásticas, seguimos hacia a Duvrobnik, con su ciudad amurallada sobre el Adriático, donde se puede pasear por su Stradun una calle peatonal de piedra caliza, que luce lustrosa por el transitar de sus peatones, con bares y tiendas a sus lados.

Entrega del premio
Momento en el que el socio CIU, Sr. Guillermo Murissich de Murar Inmobiliaria, recibe el premio Scotiabank

Nuestro recorrido continuó por Montenegro y luego regresamos a Samobor una ciudad ubicada a 5 kms de Eslovenia; para emprender el regreso hacia Uruguay.

Que más les puedo contar, sino que pasamos bárbaro y ojalá que se pudiera repetir… ■

URUGUAY

PUNTA DEL ESTE
Calle 20 y 27
Tel.: 598 4244-3434

MONTEVIDEO
NUEVA DIRECCIÓN
26 de Marzo 3524
Tel.: 598 2622-7707

ARGENTINA

ARENALES
Arenales 1223

PUERTO MADERO
Martha Salotti 414

NORDELTA
Av. del Boulevard 110 Local 1
Edif. Vista Bahía Of Bahía Grande

ROSARIO
Salta 1355

Walmer®
MADE IN ITALY

Decidite a hacerlo™

Dejá de soñar con tu casa propia y hacela realidad con el Préstamo Inmobiliario de Scotiabank.

- Hasta el 90% de la financiación.*
- 6 meses de vigencia de la línea otorgada.

Obtené sin costo:
- Tasación y seguro de incendio

Disponibilidad en todo el país

1ª CUOTA A LOS 90 DÍAS

Tú decidís, nosotros te asesoramos.™

scotiabank.com.uy

Scotiabank®

® Marca registrada de The Bank of Nova Scotia, utilizada bajo licencia. *Aplican ciertas limitaciones y restricciones. Ver términos y condiciones en www.scotiabank.com.uy. *El otorgamiento del crédito se encuentra sujeto al análisis crediticio, evaluación y aprobación de Scotiabank Uruguay S.A.