CIUDADES

Nº 75
Revista Oficial de la
Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Año 19. Julio / Agosto 2019

Las externalidades que condicionan al inmueble

Uruguay sede del mayor Congreso Inmobiliario de Latinoamérica

Julio Villamide
Homenaje a un visionario inmobiliario

Luis Romero Álvarez
El valor de la locación del inmueble

Marcelo Satulovsky
Otra economía, otro Real Estate: el nuevo desafío

Juan Lenguas
Nueve aspectos clave a considerar en tiempo de crisis

UruguayNatural

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

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, João Teodoro Da Silva (Brasil), Luis Romero Álvarez, José Luis Pérez Collazo (España), Alfredo López Salteri, Aníbal Durán, Jorge Aurelio Alonso, Marcelo Satulovsky, Juan Lenguas Zorrilla, Gastón Chiquiar, Juan Diana, Inés Filippelli, Sofía Milsev, Alfredo Etchegaray.

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
Distribución gratuita

UruguayNatural

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

CIUDADES

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Nro. 75 - Año 19 - Julio / Agosto 2019

Autoridades

Presidente
R. Wilder Ananikian

Vicepresidente
Leon Peyrou

Secretario
Santiago Borsari

Prosecretaria
Beatriz Carámbula

Tesorero
Juan José Roisecco

Protesorero
Álvaro Echaider

Directivos
Benigno Carballido
Jorge Alberti

Directivo (CAINPA)
Walberto Mannise

Directivo (CIM)
Mario Cedrani

Directivo (ADIPECIDEM)
_____

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
Gabriel Conde
Luis Silveira

Consejo Consultivo
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

Depto. de Socios
Loana Bardesio

Secretaría General
Natalia Martínez

Sumario

7 Editorial: Encender la imaginación

8

Heraclio Labandera:
Las externalidades que condicionan al inmueble

12 Homenaje: de la Redacción de CIUDADES
Un visionario inmobiliario que entró en la historia

18 Esc. Aníbal Durán:
Julio Villamide

20 Frank Morrice:
Resolución de duelo: Mensaje de CILA

22 Sociedad de Arquitectos del Uruguay:
Reconocimiento de los Arquitectos

24 Dr. João Teodoro Da Silva:
Nueva Previsión Social ¿por qué?

28 Marcelo Satulovsky:
Otra Economía, otro Real Estate

31 Luis Romero Álvarez:
Location, timing...

32 Análisis: Reflexiones de pluma ajena
Crece demanda de argentinos en compra de inmuebles

34 Juan Lenguas Zorrilla:
Nueve aspectos clave a considerar en tiempo de crisis

36 Alfredo López Salteri:
Calidad y Excelencia en el Servicio: Criterios que utilizan los clientes para evaluar la calidad del servicio inmobiliario

40 Gastón Chiquiar y Juan Diana:
Ley contra el financiamiento del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva

44 Inés Filippelli y Dra. Sofía Milsev:
Prevención de lavado de Activos: Delegación de debida diligencia y situaciones especiales en el sector inmobiliario

46

Alfredo Etchegaray:
Proyecto Uruguay, Industria Turística e Inversiones

50 Jorge Aurelio Alonso:
Sector inmobiliario: abanico de oportunidades de negocios

52 José Luis Pérez Collazo:
Cuando podemos elegir

54 Tendencias: de la Redacción de CIUDADES
Micropisos de 20 m², una alternativa en Argentina

56 Tendencias: de la Redacción de CIUDADES
La ciudad del futuro que quiere la ONU: en medio del mar

58 Tendencias: de la Redacción de CIUDADES
El arte como valor agregado

Hay que enseñar deporte. Porque el deporte es la mejor metáfora de la vida. Ganás, perdés, estás arriba y abajo, te das contra tu propio límite. Y sólo lográs moverlo a base de sacrificio y amor propio. Entendiendo esto desde temprano es que luego seremos mejores construyendo comunidad.

KETLARK

HIGH URBAN SECURITY

ketlark.com | 0800 8008

Si busca
comprar o alquilar un apartamento

Si imagina
una casa más grande para su familia

Si quiere
una oficina para su proyecto

Si planifica
una inversión para su futuro

¡ASESÓRESE CON UN OPERADOR INMOBILIARIO FORMAL!

En la Cámara Inmobiliaria Uruguaya trabajamos gestionando, regulando y promoviendo acciones para garantizarle confianza, tranquilidad y el camino más seguro para obtener lo que desea.

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

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

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

Encender la imaginación

Wilder Ananikian
Presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya

Desde el inicio del año ya sabemos que la coyuntura macroerconómica para 2019 no parece ser promisoria, tanto en el barrio como en casa.

A las dudas que persisten sobre el desempeño y la estabilidad de la economía argentina, y a las medidas económicas necesarias para equilibrar la aguja económica en Brasil, este año se suma la coyuntura doméstica que pronostica una mayor ralentización de la economía local para 2019, en zona de riesgo por el importante déficit fiscal y la cercanía que se tiene del techo para el endeudamiento, lo que comprometería seriamente la calificación de "grado inversor" que tiene ganado Uruguay.

Las señales están a la vista y eso condiciona las expectativas en un año que, por añadidura, es electoral lo cual promete ruidos agregados a la partitura económica del país.

Con este panorama por delante, es necesario ayudar al sector inmobiliario a pensar que el vaso continúa medio lleno, y no medio vacío, no ya para engañarse con una actitud meramente voluntarista, sino para encontrar alternativas en medio del chaparrón.

En más de una oportunidad escuché que en el idioma chino mandarín, la palabra **crisis** se representa con un ideograma que también quiere decir **oportunidad** y aunque la anécdota pueda integrar el abanico de las leyendas urbanas con las que convivimos, la metáfora es acertada.

Si la idea con la cual utilizamos la palabra crisis no tiene el sentido trágico con el que habitualmente se la rememora, y sin la carga apocalíptica que comúnmente evoca, sino que es la representación de un pequeño o un gran movimiento sísmico que de golpe nos cambia la geografía y el panorama, la principal dificultad radica en adaptarse a sortear las dificultades.

Con esa perspectiva, desde el movimiento más grande al más pequeño importa para encontrar la oportunidad en medio de la crisis.

Solo es necesario estar atentos.

Es probable que las dificultades nos determinen a probar fórmulas diferentes para la actividad, distintas a las que utilizamos de modo habitual, y quizás hasta debamos adoptar acciones disruptivas para modificar la forma de encontrar negocios.

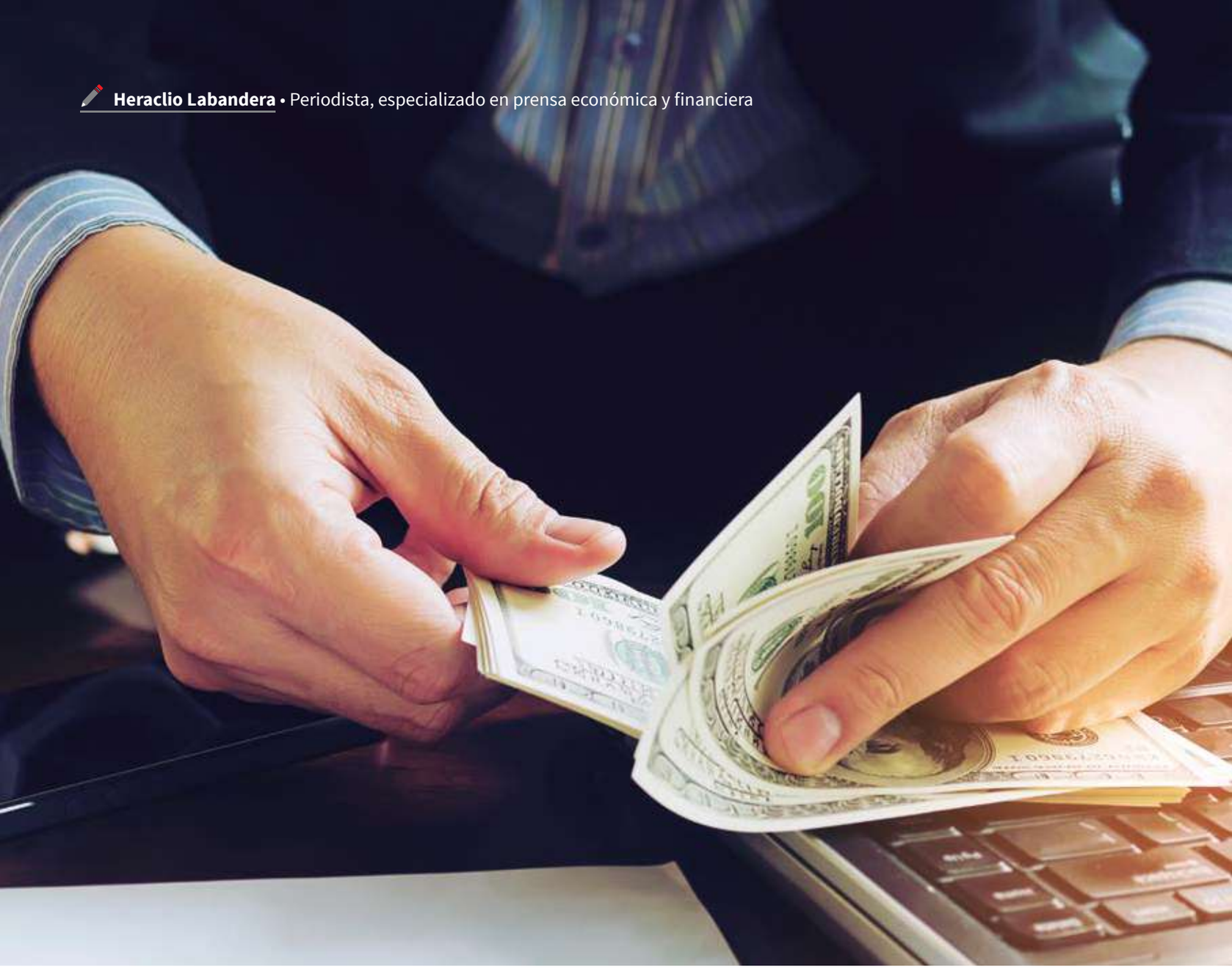
A veces, el secreto puede radicar en escuchar con atención las señales del mercado y las tendencias del negocio al que debemos adaptarnos.

Por eso, el 2019 tiene que ser para nosotros un año para captar señales y ser imaginativos en las soluciones.

A veces creemos que repetir y repetir lo que siempre salió bien, es todo lo necesario para que nos siga yendo bien, pero a veces los sismos -grandes o pequeños- cambian la geografía y las cosas hay que hacerlas de manera diferente.

Porque la muerte no es el cambio, sino la inmovilidad.

Heraclio Labandera • Periodista, especializado en prensa económica y financiera



Las externalidades que condicionan al inmueble

Ver el marco logístico o económico de una región y un país, para el sector inmobiliario importa porque existen fenómenos que impactan en la toma de decisiones de los clientes del rubro de bienes raíces.

Una vieja encuesta realizada por la revista **CIUDADES** sobre el valor de las propiedades en determinadas zonas de la ciudad, estimó el impacto implícito en el valor del inmueble instalado en ciertos barrios afectados por la inseguridad, o por núcleos urbanos irregulares, tanto como los

beneficios en el valor implícito del inmueble al estar instalados en las cercanías de determinadas arterias de comunicación, de centros comerciales o sencillamente frente al mar.

Si bien este criterio no es estricto, la naturaleza de la demanda orienta al mercado, y ya sean las comodidades como las incomodidades, inducen a la preferencia.

Pero en un sentido más amplio, la economía en sí -paradojalmente- es una externalidad para el negocio inmobiliario.

Las externalidades refieren a un concepto tomado de disciplinas académicas tales como la economía o la sociología, donde se incluyen dentro del mismo a algunas peculiaridades que condicionan y alteran la toma de decisiones del público, aunque ello en apariencia no se afecte necesariamente el precio de los bienes.

Como en la economía y las finanzas opera una suerte de la ley de vasos comunicantes a nivel global, que impide la existencia de bolsones aislados, todo termina interconectado y en última instancia -a la corta o a la larga- se refleja en los precios.

De acuerdo con una definición clásica del término, cercana a la economía, una externalidad es un "efecto negativo o positivo de la producción o consumo de algunos agentes, sobre la producción o consumo de otros, por los cuales no se realiza ningún pago o cobro".

En otros términos, las externalidades son aquellas actividades que afectan a otros, sin que éstos paguen por ellas o sean compensados, aunque lo singular del caso en que es así en un primer momento (el momento de la foto), pero en un segundo tiempo esos fenómenos externos terminan por afectar su valor de mercado.

Otros economistas las mencionan como "efectos secundarios" que impactan sobre una actividad y terminan por distorsionar el mercado.

Informe del BID

La infraestructura, la logística y el acceso tecnológicos de las ciudades, son las principales condicionantes para un adecuado entorno urbano.

Un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) datado en abril de 2019, indicó que para los próximos años el país enfrenta grandes desafíos en la infraestructura necesaria para el correcto desarrollo urbanístico.

El estudio sostuvo que tales falencias acarrearían "consecuencias negativas en términos de sostenibilidad e inclusividad", a los cuáles el país deberá dar pronta respuesta para un adecuado crecimiento urbanístico.

"Sólo el 45% de los hogares tiene acceso a lo que se considera un saneamiento seguro, y hay diferencias entre el porcentaje de la población con acceso a saneamiento seguro en Montevideo (65%) con relación al resto del país (32%)", indicó el informe.

"Uruguay presenta algunas brechas negativas en infraestructura en comparación con países de ingreso per cápita similares. La mayor brecha negativa está relacionada con el transporte. Aunque la energía muestra una brecha positiva pequeña, los precios de la energía se mantienen altos. El país está bien posicionado en agua y saneamiento, pero hay dificultades en el suministro de servicios de saneamiento. En telecomunicaciones (…) está particularmente bien posicionado en los indicadores de conectividad digital, tales como el número de usuarios de Internet, los abonados a banda ancha fija de Internet y los usuarios de telefonía celular".

El informe indicó que en materia de transporte, "el país enfrenta

retos en infraestructura de transporte y logística que limitan aumentos de productividad y competitividad".

"Según las cifras del Foro Económico Mundial de 2018, Uruguay ocupa el lugar 99 entre 140 países en materia de calidad viaria. A pesar del aumento de la demanda, no son necesarias inversiones para aumentar la capacidad, con la excepción de algunas zonas en el área metropolitana de Montevideo".

En materia de energía "en la última década, el país ha duplicado su capacidad instalada y ha pasado de ser importador neto de electricidad a ser exportador neto, más allá de que los altos precios de la energía tenga un impacto negativo en diferentes rubros de la economía".

Si bien "el 97% de la energía eléctrica proviene de fuentes renovables", ello no se ha traducido en valores más bajos de la energía "cuyos precios son superiores al promedio de la región".

En materia de energía "en la última década, el país ha duplicado su capacidad instalada y ha pasado de ser importador neto de electricidad a ser exportador neto..."

El estudio sostuvo que hasta 2023 no serán necesarios "planes de expansión de energía que respondan a escenarios alternativos de demanda".

El punto más crítico, probablemente, sea el referido al de agua y saneamiento.

"A pesar de que Uruguay tiene altos niveles de cobertura de infraestructura de agua y saneamiento, el sector se enfrenta a problemas que, de no abordarse en los próximos años, tendrán consecuencias negativas en términos de sostenibilidad e inclusividad. Sólo el 45% de los hogares tiene acceso a lo que se considera un saneamiento seguro, y hay diferencias entre el porcentaje de la población con acceso a saneamiento seguro en Montevideo (65%) y el resto del país (32%). Por otro lado, en las nuevas redes de saneamiento la tasa de conexión se mantiene baja durante los primeros años, reduciendo el retorno de la inversión en infraestructura pública y, por

lo tanto, su sostenibilidad".

El informe añadió que la ausencia de planificación integrada y de coordinación institucional entre los servicios de suministro de agua, saneamiento, drenaje y transporte, "reduce la eficiencia de la inversión pública en infraestructura".

"En relación con la gestión del suministro de agua potable, el ratio de agua no contabilizada en el área metropolitana llega al 50% (superior al promedio regional). Asimismo, en los últimos años se ha observado una pérdida de calidad del agua en la principal cuenca utilizada para abastecerse de agua potable. En términos de prevención de inundaciones, se observa una falta de infraestructura de drenaje adecuada tanto en zonas urbanas como en las pequeñas ciudades del interior del país. En cuanto a la gestión de los residuos sólidos, sólo el 13% de la población urbana en el interior del país tiene un servicio adecuado de gestión de residuos, lo que genera problemas ambientales y sociales. Uno de los principales problemas en este ámbito es la gestión inadecuada del sistema debido a la falta de capacidades técnicas y económicas para administrar adecuadamente la cadena de residuos".

Recomendaciones

Hacia el final, el documento formuló también algunas recomendaciones relacionadas a los condicionamientos del desarrollo urbano del país.

"El uso de nuevas tecnologías en el transporte vial y la logística podría arrojar beneficios sociales y ambientales mejorando la eficiencia y reduciendo los costos del consumo y las emisiones de energía. En las zonas urbanas, el sistema de transporte público requiere reestructurar algunos servicios y mejorar su calidad".

El documento indicó además, que "en las ciudades más pequeñas del país, existe la oportunidad de usar nuevas tecnologías digitales para ofrecer alternativas flexibles al sistema convencional basado en rutas fijas con baja cobertura y frecuencia" y que "es necesario planificar una infraestructura resiliente y baja en carbono".

Sobre la energía, se aseveró que "dado el envejecimiento de equipos y el aumento de la generación distribuida y el autoabastecimiento, se prevé que en el corto y mediano plazo se requerirán inversiones en transmisión y distribución de energía, así como cambios en la manera en que se paga el uso de la infraestructura", además de recomendar que "sería recomendable debatir sobre la gobernanza de las empresas estatales de energía con el fin de reducir los precios de la energía".

En cuanto al agua y al saneamiento, la recomendación fue la de "desarrollar un Plan Nacional de Saneamiento para priorizar intervenciones que aseguren un saneamiento seguro al 100% de la población del país, implementar proyectos innovadores para aumentar el ratio de agua contabilizada con el fin de lidiar especialmente con las pérdidas comerciales, adoptar un enfoque integrado de gestión de los recursos del agua que permita la participación de diferentes actores y una coordinación interinstitucional, incorporar el drenaje pluvial en los planes urbanos para la prevención de inundaciones y desarrollar e implementar soluciones para un tratamiento final adecuado de los residuos sólidos en el interior del país".

El estudio señaló que en Uruguay entre 2008 y 2013, la inversión en infraestructura de transporte, energía y agua y saneamiento promedió el 2,3% del PIB, en tanto que el promedio regional en América Latina y el Caribe para el mismo período fue 3,4%. ■

Notas de infraestructura de país: Cono Sur

BID
Departamento de Países del Cono Sur
Abril 201948182958

Departamento de Investigación y Economista Jefe
Abril 2019

Por Virginia Queijo y Florencia Pietrafesa

Un visionario inmobiliario que entró en la historia

> “Incentivar la inversión privada responsable y fomentar el uso eficiente y sustentable de los bienes inmuebles, contribuyendo además con el sector público en la generación de políticas y estímulos al sector inmobiliario, es una de las metas fundamentales de nuestra empresa”
>
> *Julio C. Villamide*

Durante años en las mesas de redacción de todos los medios de comunicación de Montevideo, la entrega de la revista “Propiedades” representó a un único rostro y se convirtió en obligada referencia para el periodista de turno.

Era indiferente que detrás del esfuerzo editorial de aquella publicación hubiesen uno, dos o diez colaboradores, no ya porque su tarea fuese nímia o careciese de importancia, sino porque el poderío intelectual de la personalidad de don Julio César Villamide era tal, que todo lo demás quedaba en un segundo plano.

Si había un movimiento en los precios, una brisa de incertidumbre en el mercado, o un año electoral con dudas o sin certezas, Villamide recibía la consulta obligada de los operadores de ese otro “cañón de largo alcance” de su prédica, que fue la prensa masiva.

Su opinión era consultada con especial interés por el periodismo ávido en brindar una tendencia a sus lectores/radioescuchas/televidentes, y si bien su narrativa podía poseer un tono de indiscutida sapiencia, nunca abandonaba la tarea de prédica docente cuando el comunicador lego quería entender un poco más sobre temas del negocio inmobiliario.

Con su publicación logró mover la aguja en los datos del mercado, y tuvo la audacia de desarrollar indicadores propios del mundo inmobiliario con los cuáles marcaba el ritmo del mercado.

En este punto, vale la pena hacer una pequeña disgresión.

Tuvo la gran virtud de desarrollar -en un país donde no abundaba la información económica especializada- eso que el periodista Nelson Fernández repetía del periodismo chileno en los días en que se formó la ahora fenecida Asociación Internacional de Periodistas de Economía y Finanzas (Aipef), "un periodismo con nombre y apellido".

Durante años el periodismo económico en Uruguay fue una pequeña isla de información técnica en los medios de comunicación, que terminaba por ser un gueto para "iniciados" que hurgaban en áreas como las decisiones que tomaban los gobiernos, los decretos y las leyes que afectaban la actividad económica del país, la operativa del Ministerio de Hacienda (actual Ministerio de Economía y Finanzas), los temas de endeudamiento público, el movimiento de la Bolsa de Valores de Montevideo, entre otros barrios informativos.

Pero en esos días, el cronista económico se encargaba de explicar a los lectores desde una devaluación monetaria o la quiebra de un banco, a un decreto normativo sobre aranceles y hasta los resultados de algún remate oficial.

En esos tiempos el periodista económico era casi un cronista "todo terreno", por el vasto territorio de la información que cubría, por lo general reclutados de la plantilla de la crónica de gobierno y a veces de Parlamento, que eran los más habituados a manejar decretos

y legislación con disposiciones económicas.

Mucha información y muy inespecífica.

De allí que cuando se fundó la Aipef, Nelson repetía que la prensa económica de los chilenos no solo se dedicaba al periodismo económico, sino que allá existían sub-especializaciones adosadas en finanzas, infraestructura, microeconomía, servicios u otros "apellidos" más.

"Periodismo económico con nombre y apellido", todo un hallazgo en un país donde este tipo de periodismo no hacía distingos.

Pues bien: en esta materia, Villamide fue un pionero en el desarrollo de un "periodismo con nombre y apellido" sobre su área, y durante años cultivó el periodismo inmobiliario a un nivel que se estilaba en la prensa europea y estadounidense.

Tuvo la inteligencia de desarrollar indicadores del negocio de factura propia, como la evolución en la cantidad de compra-ventas, que le permitiera cuantificar y cualificar la marcha del mercado inmobiliario en una época donde los datos sobre bienes raíces eran escasos y medidos con tasas oficiales que rescataban datos sin demasiada especificidad.

Eso convirtió a Vilamide en la referencia obligada de todas las consultas inmobiliarias que el periodismo económico necesitase, develando cualquier incógnita sobre el negocio inmobiliario.

De hablar pausado y con palabras medidas, como masticando cada una de las que vertía al universo del intelecto, sus respuestas desgranaban una secuencia lógica donde se mezclaba una amplia lectura macroeconómica, un sutil conocimiento de las tendencias de la inversión, y una vasta experiencia en los meandros del mercado.

Consultor

Otro aspecto donde Villamide destacó, fue en el rango de consultor inmobiliario.

En 1975 desarrolló la firma Julio Villamide & Asoc. (JVA), una grifa que incluyó en su cartera de prestaciones un amplio rango de servicios a propietarios, inversores y usuarios de bienes inmobiliarios.

Sus comentarios orientaron por años a los inversores de aquí y del extranjero que llegaron al país, y la mirada prospectiva del empresario del sector nunca dejó de escuchar sus recomendaciones, aunque pudiese finalmente disentir.

Definitivamente, su palabra era una de las variables ineludibles para completar el panorama del negocio inmobiliario en el país.

Cuando advirtió que por diversos motivos el sector comprometió el futuro de su cartera, se lanzó a promover una legislación de Vivienda de Interés Social (VIS), que finalmente se aprobó, que por derivada dinamizó al sector y colocó el foco en otras zonas de Montevideo y del Interior poco tradicionales para el desarrollo inmobiliario nuevo.

Siguió ese proceso con alto interés, pero al cabo de algunos años diversos esfuerzos comenzaron a limitar el impacto positivo de la norma, y ésta fue cayendo en desuso.

Sin embargo, él jamás perdió la convicción de la bondad de la herramienta legal o el aliento fiscal que significaba a la creación de nueva oferta, y sin arriar banderas, retomó fuerzas y comenzó una nueva campaña, esta vez para darle a la ley un renovado vigor.

Así lo expresó en estas mismas páginas, en oportunidad del último reportaje suyo que publicó **CIUDADES**, y con esa convicción persistió.

Definitivamente, su palabra era una de las variables ineludibles para completar el panorama del negocio inmobiliario en el país.

Fundador de la CIU

Entre los múltiples papeles que desempeñó dentro de su labor profesional, estuvo el de gremialista, destacando el haber sido promotor y creador de esta casa que nos reúne.

Fue un inmobiliario visionario y adelantado gremialista, que en 1987 un impulsor decisivo para la fundación de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU), de la cual fue su primer presidente.

Fue fundador del capítulo uruguayo de Fédération Internationale des Administrateurs de Biens Conseils et Agents Immobiliers (FIABCI), organización internacional en la que se desempeñó como vicepresidente entre los años 1996 y 1998.

Asesor de cámaras profesionales, e instituciones públicas y privadas, su interés por las cuestiones vinculadas al sector inmobiliario lo acercó al Lincoln Institute of Land Policy, y fundó y dirigió el Instituto de Suelo Urbano (ISU) a nivel local, cuya función, entre otras, es la de atender e intentar resolver problemas relacionados con el fenómeno de los asentamientos irregulares.

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

Las 10 razones para ser socio CIU

1. **Para tener un Gremio fuerte que solucione la problemática del sector.** El sector inmobiliario debe lidiar a diario con un perfil peculiar de problemas, y sólo una gremial de peso es capaz de aportar soluciones reales de los operadores inmobiliarios.

2. **Para tener un vocero autorizado ante autoridades públicas en los asuntos de la profesión.** Muchos de los reclamos que abonan el desarrollo del sector, tienen su contraparte en el Estado y sólo una institución sólida puede trasladar nuestra voz.

3. **Para contar con asesoramiento profesional en el área legal y contable del negocio.**Una profesión tan dinámica como regulada, requiere de un permanente asesoramiento profesional especializado que la CIU brinda a sus asociados.

4. **Estar actualizado en lo referente a normas, indicadores y tendencias.** La formación permanente es uno de los grandes secretos para el desarrollo de nuevos negocios y la gremial brinda en forma constante ese servicio a sus asociados.

5. **Para tener normas que nos amparen del informalismo.** El problema de las inmobiliarias "en negro" requiere el trabajo conjunto de todos los operadores del país. en un ámbito que sea capaz de encauzar el impacto negativo de esa desleal práctica.

6. **Para tener una garantía propia de alquiler: FIDECIU.** Con este instrumento, la gremial logró una solución para un problema crónico, que daña de manera irremediable a uno de los pilares de nuestro negocio.

7. **Para contar con una sede para firmas y reuniones.** La sede de la CIU es amplia y ofrece comodidades para sus reuniones de temas empresariales y de todos aquellos temas que no pueden solucionarse en la inmobiliaria particular.

8. **Para estar en contacto directo con los operadores inmobiliarios de todo el país.** Con el desarrollo gremial en la CIU, quedan atrás los problemas de falta de información del operador, merced a una institución que es la mayor del país en su rubro.

9. **Para trabajar con empresas que operen en un marco ético profesional.** Con un escenario cambiante y pleno de desafíos, es necesario generar un ámbito de trabajo profesional donde este marco sea uno de los principales sostenes de la actividad inmobiliaria.

10. **Para dignificar la profesión y acrecentar la actividad inmobiliaria.** Y no por obvio, es menos importante: nuestra principal meta es dignificar la profesión y enfrentar con certidumbres los desafíos del futuro.

En 2008 el diario El Observador lo seleccionó como una de las 100 personas más influyentes del país.

En oportunidad de que la CIU festejara sus primeros 30 años, dos años atrás, Villamide fue homenajeado por sus colegas y en aquella oportunidad recordó que el 27 de noviembre de 1987 se consolidaron los esfuerzos que culminaron con la creación de esta agremiación.

A través de una convocatoria realizada en la revista "Propiedades", que por entonces era la única publicación especializada del sector, se invitó a un encuentro de inmobiliarios en la Hostería del Lago, al cual concurrieron más de dos centenares de empresarios del rubro.

"Había una urgente necesidad de crear una gremial que los nuclea-ra", contó entonces, recordando el nacimiento de la CIU.

En aquella jornada se anunció, además, que en la siguiente asamblea de la CIU se le propondría como socio honorario de la entidad, extremo luego que se cumplió a cabalidad y al programarse la realización del próximo Congreso Inmobiliario Latino Americano, de este año en Montevideo, su nombre postulado y aceptado como presidente de honor de ese encuentro.

El 22 de abril, a los 70 años falleció.

Su lamentable desaparición física, llegó de improviso, cuando ya la locomotora para el CILA 2019 estaba en marcha, y allí nos heredó un enorme vacío que es necesario recordar.

Su partida incluso, se supo en víspera de la salida del número anterior de la revista CIUDADES, cuando el diseño estaba a boca de imprenta, razón por la cual no se publicaron las múltiples notas que sobre él llegaron hasta nuestra redacción y se optó por hacerlo en esta edición que tiene muchas razones para ser especial.

Villamide sabía que estaba con el horizonte a la vista, porque conocía la seriedad de su condición, pero aún así jamás abandonó sus extensas jornadas de labor, ni quedó en entredicho la extrema lucidez de sus juicios.

La frase con la que comenzó esta nota, corona la página web de su empresa consultora, revelando que para él, aún cuando el horizonte mostrara nubarrones, el vaso podía siempre estar a medio llenar.

> Su partida dejó un enorme vacío que no solo impactó en el sector inmobiliario, sino también en otros ámbitos profesionales conexos en el negocio del ladrillo.

Pero como todos los pilares de las grandes obras, su palabra permanece vigente, razón por la cual no solamente incluiremos en este número las páginas de homenajes que nos hicieron llegar muchos amigos e instituciones, sino sus reflexiones sobre lo que ha de venir.

Porque lo importante de figuras de su talante, no es tanto el homenaje del bronce, que por justiciero es imprescindible, sino la celebración de permanecer vivo en el pensamiento de los que continuamos marchando por el sendero. ■

Ustedes lo sueñan ¡nosotros lo hacemos posible!

La familia es lo más importante, darle el mejor hogar también.
Contá con nosotros para conseguirlo.

comag
Un lugar abierto a todos los uruguayos

www.fideciu.uy / Tel.: 2909 1111
La garantía de los profesionales inmobiliarios.
Cámara Inmobiliaria Uruguaya

FIDECIU
GARANTÍA DE ALQUILER

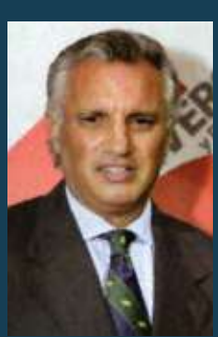
Esc. Aníbal Durán • Gerente Ejecutivo de APPCU

Julio Villamide

Se nos fue al cielo Julio Villamide.

Asesor de APPCU desde prácticamente los inicios de la gremial, habíamos forjado con él no solamente una relación profesional, sino empática, de amistad fecunda.

Recuerdo haber escrito algo similar, cuando falleció mi entrañable



amigo Carlitos Feder, ex presidente de APPCIU, en el año 2000.

Decía sobre Carlitos, en aquella oportunidad: “Pese al dolor, escribo estas líneas que intentan transmitir lo que de él pensábamos. Infeliz cometido el mío, no solo porque me cuesta sobreponerme a la melancolía de la separación definitiva, sino porque debo despedir a un hombre a quién consideré un afectuoso y leal amigo”.

Estas mismas palabras se aplican para Julio.

A Julio no le conocimos nunca un gesto de intolerancia, de crispación o de mezquindad. Siempre supo que su metier debía lidiar con intrigantes, poco formados y hasta mal intencionados.

Pero él sabía que el mundo es una mezcla de verdades y errores, de egoísmos y de entregas, y que sin comprensión, se transforma la existencia en una agria mueca de incertidumbre y desazón.

Y vaya que era un hombre comprensivo a quien jamás oí hablar mal de algún colega, tanto sea en el ramo inmobiliario como de consultoría.

Era un profesional íntegro.

Estudioso, preocupado y ocupado por los temas inmobiliarios.

Si sabía, lo decía (generoso para compartir sus conocimientos); en caso contrario, respondía sin ambages respecto a su ignorancia.

Jamás presumió de su conocimiento, no le ví nunca un gesto de arrogancia, era de perfil bajo, sabía escuchar y opinaba cuando se le requería que lo hiciera.

Orador prestigioso, sus charlas eran además de eruditas, esclarecedoras del panorama inmobiliario.

Además supo exponer en varios rincones del mundo, donde siempre era convocado.

Siempre actuó con mesura y responsabilidad.

Firme en sus planteos y convicciones, y además con ética, lo que lo hacía creíble, convincente, honesto.

En esta línea virtuosa, sabía reconocer sus errores.

Fue junto a APPCU y como asesor nuestro, actor fundamental del nacimiento de la ley de Vivienda de Interés Social y ahora, recientemente, la Intendencia de Montevideo le encargó a APPCU un plan para “poblar” la zona de Mercado Modelo, una vez que éste se traslade, y la gremial con el asesoramientos de Julio redactó un documento que mereció el elogio de nuestro mandante.

Pero si su profesionalismo lleva muchas preseas, el mismo empalidece ante lo que era su señorío, su hombría de bien, su integridad.

Era un hombre conciliador, siempre se avenía a componer cuando las circunstancias lo requerían.

La patria no le exige a ningún hombre que no cometa errores, sobre todo si ese hombre lleva en su espíritu la llamarada de la sinceridad.

La patria solo exige a sus hijos honradez, altruismo, lealtad, pureza de miras.

Vaya que Julio cumplió con la patria.

Su querida hija María, hará honor al legado que Julio le ha dejado.

Y hará honor porque compartía los mismos valores que su progenitor (y de su mamá, la querida Mary), además de poseer el talento y la capacidad de llevar adelante tan prestigiosa consultora.

Dejo para el final lo que era la alegría de Julio: su nieta Bianca, pequeñita.

En lo personal, lo instaba a hablar de ella y él soltaba la carcajada y me contaba un sinfín de anécdotas que le alegraban la vida y le endulzaban el corazón.

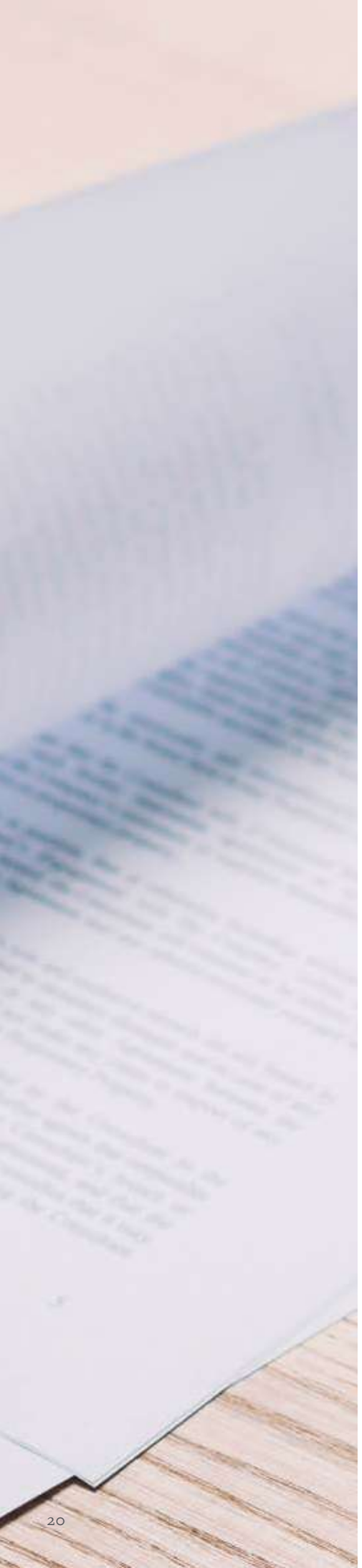
No tengo dudas lo que Bianca extrañará a su abuelo; pero también sé cuanto más grandecita escuche los relatos de Julio, sentirá tremendo orgullo de aquel abuelo que se ponía en cuatro patas para jugar con la pequeña o divertirse jugando a las escondidas, para culminar en un cálido abrazo entre abuelo y nieta.

Salud Julito, te vamos a extrañar mucho, es tu mérito, te extrañará el sector inmobiliario todo al que le dedicaste tu vida, se extrañará tu idoneidad reconocida y sobre todo -y como fue dicho- tu don de gente, tu calidez humana, tu corazón sensible.

Finalmente, cuando un hombre ha ganado el alma de la grey inmobiliaria (pero se adapta al rubro que sea) por sus servicios eminentes, la multitud discierne el premio con un lenguaje superior a todas las retóricas.

Sencillamente, lo toma en sus brazos y lo levanta por encima de todas las cabezas.

En el día de tu sepelio, virtualmente eso hicimos, querido Julio. ■



CILA
CONFEDERACIÓN INMOBILIARIA LATINOAMERICANA

Resolución de duelo

Mensaje de CILA

Considerando:

El 22 de abril entregó su alma al Creador el señor Julio César Villamide, quien fue presidente, fundador y primer presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Que la sensible desaparición física del señor señor César Villamide constituye una importante pérdida para sus seres queridos, para la Cámara Inmobiliaria Uruguaya y para el sector inmobiliario regional representado a través de la Conferencia Inmobiliaria Latinoamericana.

Que el señor Julio César Villamide deja un gran legado por sus cualidades humanas y ética profesional contribuyó con sus aportes.

Resuelve:

Primero: lamentar en nombre de directores del Consejo Directivo y de la Confederación Inmobiliaria Latinoamericana.

Segundo: Expresar la irreparable pérdida de un hombre con gran sensibilidad humana y que en su calidad profesional, contribuyó con sus aportes desde su fundación a la Cámara Inmobiliaria Uruguaya y a la Confederación Inmobiliaria Latinoamericana.

Tercero: Expresar por este medio nuestras condolencias a los miembros y directivos de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Cuarto: Elevar a Dios Todopoderoso una oración por el descanso de su alma.

Quinto: guardar un minuto de silencio en la reunión del Consejo Directivo del día 25 de julio e 2019 en el IV Congreso Profesional Inmobiliario Internacional CILA 2019, a celebrarse en la ciudad de Montevideo.

Sexto: Hacer una entrega de esta Resolución de Duelo a la Junta Directiva de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, uniéndonos con nuestra voz a través de nuestras oraciones para su eterno retorno.

Dado en la ciudad de Panamá, a los 23 días del mes de abril de 2019.

Frank Morrice Arias
Presidente
CILA

Dimensión360

Como si estuvieras ahí

Con tecnología
SAMSUNG

- Más de 200 oportunidades para elegir
- Sitio seguro con imágenes reales
- Tecnología desarrollada en nuestro país

PRIMER Y ÚNICO
PORTAL INMOBILIARIO
CON
IMÁGENES **360°**

www.dimension360.com.uy

Reconocimiento de los arquitectos

La Sociedad de Arquitectos del Uruguay redactó un comunicado de reconocimiento a la labor del fallecido empresario y consultor inmobiliario, que es la que sigue:

“El pasado 22 de abril falleció, a los 70 años, Julio César Villamide, director de la firma Julio Villamide & Asociados, un especialista con más de cuarenta años de experiencia en el sector inmobiliario. Villamide, fundador y director de la revista Propiedades, fue un referente en temas inmobiliarios tanto para instituciones gubernamentales como para medios de comunicación locales e internacionales.

Asimismo, fundó, y fue el primer presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, fue vicepresidente de Fédération Internationale des Administrateurs de Biens Conseils et Agents Immobiliers (FIABCI) y asesor de la Asociación de Promotores Privados de la Construcción (APPCU), entre otras instituciones públicas y privadas.

En los últimos años se destacó como mentor e impulsor, junto a APPCU, de la Ley de Vivienda de Interés Social, votada por unanimidad del Parlamento en el año 2011.

Desde SAU enviamos a su familia, amigos y colaboradores un afectuoso saludo ante esta lamentable pérdida. ■

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

Nueva Previsión Social ¿por qué?

La Constitución Federal, promulgada el 5 de octubre de 1988, después de 21 años de régimen militar, en su artículo 5, establece que "todos son iguales ante la ley, sin distinción de ninguna naturaleza ...".

Pero, en su artículo 40, determina que funcionarios públicos son "más iguales", garantizándoles estabilidad en el empleo y ingresos integrales en la jubilación por tiempo de servicio.

Hoy, según el Ministerio de Economía, la jubilación media del poder ejecutivo es de R$ 8.852,00, la del judiciario, R$ 19.019,00, y la del legislativo, R$ 29.195,00.

Pero los pobres mortales vinculados al INSS reciben míseros R$ 1.371,00.

Sin contar que hay ex-servidores recibiendo más de R$ 59.400,00. ¿Dónde está la igualdad protegida por la Constitución?

El IBGE registra 91,8 millones de trabajadores de la iniciativa privada en Brasil en 2018 (11,2 millones de desempleados).

De ellos, 71,3 millones contribuyen a la previsión.

El número de servidores públicos, según el Instituto de Investigaciones Económicas Aplicadas (IPEA), es de cerca de 11,5 millones (12,1% federales, 30,9% estatales y 57,0% municipales).

Sólo 1,4 millones (federales) son contribuyentes, pero sus jubilados consumen 3,5 veces el valor que recaudan.

Pero el rumbo de la Previsión en Brasil crece también en función de la inversión de la pirámide etaria, fenómeno mundial que deriva del avance de la medicina, que prolonga la vida de las personas, la reducción de la natalidad por

João Teodoro Da Silva
Gerente de la Industria de la Construcción en Curitiba. Licenciado en Derecho y Ciencias Matemáticas. Técnico en Edificios y Procesamiento de Datos.

pareja y la jubilación por tiempo de servicio.

La longevidad del brasileño en 1960 era de 54 años, hoy es de 76 (IBGE).

Sin embargo, la jubilación por tiempo de servicio continúa, en promedio, en 54 años.

En 2050, habrá mucho más dependientes que contribuyentes de la Previdencia.

¡Si hay previsión!

En 2019, la Previsión costará el 53,4% de los gastos totales de la Unión.

Si sumada a los salarios de los servidores activos, el porcentaje salta al 77,5%.

En 2018, el déficit de la Seguridad Social fue de R$ 288,8 mil millones.

Pero los gastos en salud, educación y seguridad fueron de apenas R$ 220 mil millones.

He aquí la síntesis de nuestro caos. A seguir como está, en 2019, el déficit será de R$ 309,4 mil millones.

En los próximos diez años, será de R$ 3,9 billones.

La quiebra del sistema será inexorable. Y con ella la de Brasil y de todos nosotros.

El problema es tan atávico y antiguo que, después de Sarney, Fernando Henrique, Lula y Dilma todos hicieron sus propias reformas, aunque en forma de remiendos inexpresivos.

Pero, ¿qué tiene que ver con el mercado inmobiliario?
Todo.

La nueva Previsión no resolverá todos los problemas del país, pero será el puntapié inicial.

Otras reformas vendrán en la secuencia: tributaria, política, administrativa.

La nueva Previsión será el marco inicial de las reformas que Brasil necesita, y también de la recuperación de su credibilidad en el escenario internacional.

> El mercado inmobiliario depende de la libertad económica, la garantía de la propiedad y la economía cada vez mayor.

Los dos primeros, en tesis, ya tenemos. Pero falta el último, que vendrá con las reformas.

Nuestro papel es apoyarlas con todo nuestro potencial. ■

IV CONGRESO PROFESIONAL
INMOBILIARIO LATINOAMERICANO
JULIO CÉSAR VILLAMIDE
CILA - URUGUAY 2019

EL MAYOR CONGRESO

Lic. CARLOS MELCONIAN
Argentina

Lic. PEPE GUTIÉRREZ
España

Dr. JOÃO TEODORO DA SILVA
Brasil

PABLO COIROLO
Suiza

GUSTAVO ZERBINO
Uruguay

Dr. JULIO DECARO
Uruguay

FRANK MORRICE
Panamá

Ing. LUIS ROMERO ÁLVAREZ
Uruguay

Ing. LUIZ F. PINTO BARCELLOS
Brasil

LUIS SILVEIRA
Uruguay

OFELIA ULLOA
Costa Rica

Cr. DANIEL PORCARO
Uruguay

ALBERTO BOGAERT
Rep. Dominicana

PEDRO MARTÍN RAMÍREZ
Guatemala

LUIS PIMENTEL
Panamá

ERIC MARÍA SALUM PIRES
Paraguay

AURELIO DALLAPICULA
Brasil

RONALD KAPAZ
Brasil

ISABEL WAGNER
Ecuador

LEON PEYROU
Uruguay

Invitan: CILA Confederación Inmobiliaria Latinoamericana · UruguayNatural

Invitado especial: National Association of Realtors®

Sponsors Premium: El País · gallitoluis

Apoyan: Avianca · Grupo S·G · DataInfo · Private Alive · UAM · Belago Carteles S.A. · ibrep

Colaboran: Cámara Inmobiliaria de Rocha · CIS Cámara Inmobiliaria de Salto · CIC Cámara Inmobiliaria de Colonia · CIR Fundada el 11 de junio de 1996 · CIS Cámara Inmobiliaria de Soriano

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

INMOBILIARIO DE 2019

Lic. ERNESTO FIGUEREDO
Paraguay

Cr. CARLOS ALBERTO LECUEDER
Uruguay

Dr. LEONARDO COSTA FRANCO
Uruguay

Ing. MARCOS TARANTO
Uruguay

FRANCISCO ANGULO
Estados Unidos

RAFAEL LANDA
Portugal

Proc. JUAN JOSÉ ROISECCO
Uruguay

WILDER ANANIKIAN
Uruguay

ALEJANDRO ESCUDERO RODRÍGUEZ
Estados Unidos

JIMMY BAIKOVICIUS
Uruguay

PIPE STEIN
Uruguay

JOE SCHNEIDER
Estados Unidos

DENISE D. TALBOY
Estados Unidos

FERNANDO TORRES
Perú

PAUL DAEMEN
Nicaragua

LUIS SOSA
Argentina

Arq. MARCELO DANZA
Uruguay

Arq. JOSÉ ENRIQUE MORALES
El Salvador

PABLO VÁSQUEZ
México

¡Y muchos más!

Scotiabank

Patrocinan: REALOGY · Corcoran · ORT Uruguay · 40 años Campiglia · Leading Real Estate Companies of the World · CMI Interser

Declarado de interés por: Presidencia República Oriental del Uruguay · Intendencia de Montevideo · UruguayNatural Ministerio de Turismo · Ministerio de Economía y Finanzas

CIC · cainpa Cámara Inmobiliaria de Paysandú · Cámara Inmobiliaria Salto · Alianza Inmobiliaria · Centro de Inmobiliarias de Piriápolis · FIDECIU Garantía de Alquiler

Marcelo Satulovsky • Arquitecto MDI

Otra economía, otro Real Estate

Inflación y cambios normativos; tasas, dólar, UVA.

El impacto de lo inmediato no da respiro y captura la atención -y el esfuerzo- de los actores del Real Estate; más, en un año electoral. Pero detrás está el bosque, y el desafío es aún mayor.

Con sus amenazas y oportunidades, vivimos ya la 4ª revolución industrial (o el inicio de la 5ª), que viene transformando los modos de habitar, de materializar la arquitectura, de producir y gestionar la ciudad; de concebir y operar las organizaciones, de pensar y hacer negocios [1].

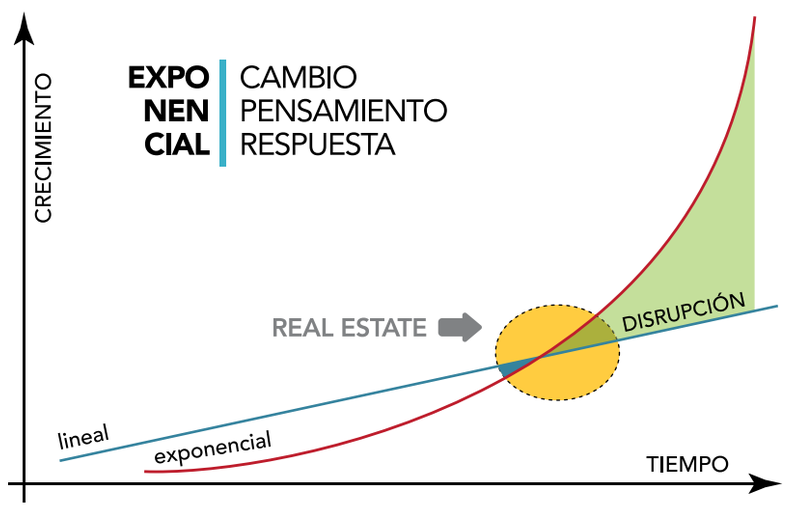
En el sector, el cambio sigue cuatro líneas concurrentes.

Hay cambios de escenarios y comportamientos; hay cambio de jugadores, en las reglas de juego, y cambio en los modos de cambio del juego.

Insistir pues en los enfoques tradicionales esperando un resultado superior, es pensamiento mágico.

Ante el nuevo entorno, cambiar la respuesta podría llevar a una evolución, pero cambiar las preguntas es lo que nos guía a la disrupción.

La posibilidad de hacer #OtroRealEstate nace de las preguntas que no nos hacemos, de revisar paradigmas y pensar diferente.



Marcelo Satulovsky
Arquitecto MDI
Consultor, docente e investigador en Desarrollo Urbano y Real Estate

@marcelosatu
linkedin.com/in/mgsarq

1 El mapa del cambio, en LCNI/Mag – 2. Pág. 106

Revisando paradigmas: economía

El Real Estate es la cadena de valor responsable de articular la producción y gestión del hábitat, los espacios de la gente.

Del "oikos", dirían los griegos: la casa-grande, la casa-de-todos.

Pero ese concepto del oikos es a su vez la raíz de lo "eco".

Y así de la ecología, la comprensión profunda de esa casa-grande y la responsabilidad que nos cabe, como hacedores de la ciudad, en la gestión urbana y del desarrollo.

Y de allí deriva también la economía (que nos abarca a la vez como sector), la administración de esa casa-de-todos, y cuya definición clásica refiere a la "ciencia social que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas mediante el empleo de bienes escasos".

Aun obviando por un momento sus distorsiones y desajustes, o dejando de lado que esas "necesidades humanas" deberían ser de-todos (equidad) e incluso a futuro (sustentabilidad), no es que de cara a la sociedad de la información todo va a cambiar: en los tiempos del cambio la economía ya cambió.

Es otra, aunque de esto casi no se habla.

La humanidad inicia con una economía de subsistencia que derivó a una de producción, se transformó en una de consumo y avanza a una economía de creación (Ismail, 2014).

El valor se basó históricamente en lo material y en la escasez; pero hoy la información, datos, creatividad, conocimiento.. los fundamentos son intangibles.

Y antes que agotarse con el uso, se multiplican en las dinámicas de red impulsando otra economía, de abundancia, donde las lógicas exponenciales de la interacción superan a la acumulación como ejes para la creación de valor.

En una realidad bipolar, conviven así aquella economía de escasez -de objetos y equilibrio, moneda y balances- con otra centrada en los des-equilibrios de la innovación continua, y en lo dinámico del acceso/uso más que en lo estático de la propiedad.

Una economía de flujos antes que de stock, donde los costos marginales caen, las curvas de oferta y demanda se alteran, se rediseñan modelos de negocio y los propios actores, guste o no, van debiendo repensarse.

Recalculando

El Real Estate no es ajeno a eso.

Si bien la fase de la construcción es más "dura", el avance en nuevos materiales, procesos constructivos, energía, etc. anticipa cambios profundos.

Algo que viene pasando en diseño, visualización, logística o control de gestión; y que ya se juega a pleno en las fases "blandas" del financiamiento, la gestión estratégica, comercial, administrativa, etc.

Por otra parte, recordemos que esto no se trata de ladrillos sino de gente, y de relaciones entre ellos y con el hábitat: el núcleo en la definición del Real Estate está en ese rol articulador.

Claro que si hablamos de articular relaciones entre gente, es evidente cómo la tecnología viene impulsando cambios enormes en todas las áreas.

Sin embargo, no se trata solo de incorporar IA o el software más reciente.

Inventar es generar algo nuevo, pero innovar es transformar la realidad con su aplicación: el eje no está en la tecnología, sino en los modelos de gestión que adoptamos para operar la innovación, y cuál es el plus de valor real que aportamos con eso.

Y es que aplicada a la gestión de propiedades, la tecnología misma afronta grandes desafíos.

El PropTech es un puente entre dos mundos, con lógicas diferentes y sus propios ritmos.

Esa economía bipolar no es una abstracción; entre los ritmos lentos del Real Estate tradicional (y lo estático de las propiedades) por un lado, y la aceleración disruptiva de la 4ª revolución industrial por el otro, en el medio está la gente y sus lugares.

En el cruce entre lo lineal y lo exponencial, nos toca recodificar los modos de #HacerCiudad para el S.XXI.

La respuesta exponencial

Dar/nos una respuesta acorde al cambio exponencial, implica operar sobre tres dimensiones:

¿Qué? - Economía colaborativa
La respuesta exponencial sólo surge de la sinergia: tejer redes es la clave, capitalizando la complementación de capacidades y recursos, desarrollando antifragilidad [2] en el sector mediante la co-construcción de conocimiento y el aprendizaje distribuido.

Hackear las lógicas tradicionales en

2 Antifrágil Real Estate, en LCNI/Mag – 3. Pág. 100

el diseño estratégico de los proyectos (tiempo/espacio, o propiedad/uso p.ej.), adoptar esquemas blandos de asociatividad, promover la co-creación de valor con emprendimientos colaborativos, construir respuestas P2P..

La economía colaborativa potencia el efecto multiplicador permitiendo reducir costos, crecer en impacto, y operar juntos el paso de lo incremental a lo exponencial.

Ejemplos:

coworking; redes; alianzas; nuevos usos; emprendimientos colaborativos; etc.

Casos:

La Comunidad; co-desarrollos - LCNI; CEDU federal; Fundación Tucumán; etc.

¿Cómo? - Rediseño de modelos y soporte tecnológico.

La operatividad de aquel planteo se asienta en dos factores: la innovación continua en los modelos de gestión, y la incorporación sistemática de tecnología.

La primera clave pues, es mantenernos "siempre en beta", abiertos al rediseño continuo de los modelos organizacionales y de negocio, y acompañarlos con herramientas acordes al nuevo escenario (Ej. BMC, Lean, parámetros ExO, Big Data, BIM, etc.).

La premisa a la vez de operar modelos abiertos y en red -articulando con otros colegas, áreas, actores, sectores, etc.- recorta las curvas de aprendizaje e incrementa el impacto de las nuevas respuestas.

Paralelamente, es ineludible ya la incorporación acelerada de tecnología en la cadena de valor, tendiendo a consolidar el ecosistema PropTech local en todas sus dimensiones: construcción, funcionamiento y administración de los espacios; gestión comercial, financiera, de uso.

Ejemplos:

tokenización, crowdfunding, smart-contract, emprendimientos integrales

Casos:

Grupo HiT, Portland Federal, Lugaren, Miller & Co en Río IV; etc.

¿Para qué? - Triple Impacto.
¿Para qué hacemos lo que hacemos? Más allá de la tecnología, los sistemas constructivos, financieros o de gestión, esto es lo que da Sentido al conjunto.

A nivel global, numerosos bancos y fondos de inversión, profesionales y académicos, empresas de diversas escalas y sectores, vienen consolidando un vasto ecosistema reconocido como las nuevas economías, o economías de impacto.

El Real Estate no puede estar ausente: operando el hábitat, el impacto de nuestra labor sobre la ciudad y su gente es directo.

Se trata pues de profundizarlo, de asumir un rol activo en los procesos del Desarrollo y promover desde allí empresas y proyectos de #TripleImpacto (económico, social y ambiental) que orienten la potencia de los negocios, la fuerza del mercado, a la generación de respuestas genuinas y sustentables a los grandes desafíos de nuestras comunidades.

Ejemplos:

Economía Social; B-Corp / Sistema B; Banca Ética; Capital Social-BID; etc.

Casos:

Triodos Bank, Patagonia, Natura, Bancolombia, Danone, etc.

Real Estate:

hay poco aún en esta línea. Ciertos rasgos se ven en trabajos de Edisur-Córdoba, de GO-Real Estate en Salta o Chaco, o en nuestros proyectos para el Núcleo Productivo Sur y la Empresa Termal Dolores (Pcia. BsAs.), o para Termas Basavilbaso, y la micro centralidad urbana del Paseo La Delfina, en Entre Ríos.

Otro Real Estate

La adopción en el Real Estate de nuevos enfoques e instrumentos ya no es una elección, sino casi un requisito.

En todos los sectores, las dinámicas y actores tradicionales se están redefiniendo rápidamente, de cara a un inédito escenario de 6D: Digitalización, Distorsión, Disrupción, Desmaterialización, Desmonetización, Democratización del acceso a bienes y servicios (Diamandis, 2014).

¿Estamos listos para eso? Sustentabilidad hoy se dice disrupción. Es otro tiempo y otra economía; es tiempo de #OtroRealEstate, antifrágil y colaborativo, de triple impacto y en red. ■

Luis Romero Álvarez • Ing. Agrónomo - Maestría en Economía y Finanzas

Location, timing...

Hace casi 3 décadas una empresa australiana me dio una lección gratis.

Me habían contratado para ayudarles en la evaluación financiera de un proyecto para plantar 100.000 hectáreas de eucaliptos en el Uruguay, de la reciente Ley de Promoción Forestal.

Terminado nuestro contrato, les pedí para visitar sus operaciones forestales en Australia y entender su estructura de costos; por milagro aceptaron y me organizaron una gira completa, desde centros de investigación a viveros, plantaciones, cosecha, chipeo y embarque de chips a Japón.

Pero cuando íbamos a visitar sus headquarters en Sidney, al entrar al ascensor me dijeron: "you are going to see a one million dólar view".

Y al entrar a la sala del directorio vi a sus pies al puerto de Sidney, con su maravillosa Opera House (presupuestada en 8 millones y que costo 100....).

Realmente allí entendí: esa oficina valía el costo del metro cuadrado mas un millón por esa vista inolvidable.

Siempre se dijo que "location" era clave en el negocio de real estate. Ahora luego de haber caminado bastante en la vida de negocios, entiendo que hay más que location en la compra de propiedades, sean rurales o urbanas.

Por ejemplo, el valor de los campos en Uruguay se multiplicó grosso modo por 10 en la década dorada desde 2004 al 2014, pero en ese periodo los campos sobre el mar se multiplicaron por 50....

¿Es un tema de location?
No, más bien es un tema de "higher and better use"; los campos sobre el mar no subieron mucho como campos, subieron como lugares de turismo, nada que ver con vacas y soja.

Y hablando de timing, en la crisis inmobiliaria y financiera de 2008/2009, como todos decían que las propiedades urbanas en USA estaban por el suelo, decidí ir a ver a Miami.

Pedí me mostraran apartamentos sobre el mar, primera fila. Vi mas de una docena; hice las cuentas y no había ningún negocio especial para hacer; me volví pensativo y decidido a seguir en mi rubro rural donde al menos allí, algo entendía.

Me llevo todavía muchos años adquirir el conocimiento que faltaba.. En una crisis, los diamantes chicos y de pobre calidad caen de precio, pero lo diamantes excepcionales suben de precio (efecto refugio); lo mismo pasa con las propiedades urbanas: en las crisis las propiedades urbanas del montón caen de precio, pero las excepcionales como los diamantes únicos, suben.

Por eso no pude comprar en Miami; porque pedi ver lo que a mi me gustaba siguiendo la lección de Australia, pero me mostraron diamantes únicos que no sufrieron con la crisis y por eso no había impacto adverso en sus precios.

Location y timing son factores claves en el negocio inmobiliario, si; pero hay que entender bien como operan. ■

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.

Crece demanda de argentinos en compra de inmuebles

El barrio de Pocitos es el elegido por la buena renta.

Una frase que ilustra el comportamiento de los ahorristas ante los temores de los argentinos.

Las causas son la incertidumbre económica y los temores políticos. Son inversores chicos y el lugar elegido es Montevideo.

“El dinero tiene el coraje de una liebre, la memoria de un elefante y las patas de un antílope”.

La frase pertenece a Werner Varga, un economista del principal banco austríaco de los ´90 y desde hace años está colgada en un cuadro en la redacción del periódico económico “Ámbito Financiero”.

Fue a pedido del fundador del diario, Julio Ramos, para que nadie olvidara el comportamiento de los inversores. Hoy la frase sigue vigente y sirve para ilustrar el momento actual.

La inestabilidad del dólar y la incertidumbre política, con elecciones presidenciales determinantes en corto plazo, parece que hacen honor a aquella sentencia, y el sector inmobiliario es un buen ejemplo.

Mientras en el mercado local las ventas caen más de 50% respecto al año pasado, la demanda de inmuebles en Uruguay, por parte de argentinos, comenzó a crecer en los últimos meses.

Así lo confirmó a ese medio el presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, Wilder Ananikian.

“Desde septiembre pasado, aproximadamente, están creciendo las consultas y las operaciones por parte de ciudadanos argentinos. En su mayoría, compran para poner los inmuebles en alquiler y obtener una renta”, señaló.

La fecha establecida por el empresario coincide –en Argentina– con el salto del dólar a $40, la salida de Luis Caputo del Banco Central y su reemplazo por Guido Sandleris.

También, por ese tiempo, comenzaron a salir las primeras encuestas en las que Cristina de Kirchner aumentaba sus chances de volver a ser presidenta, en caso de presentarse a los próximos comicios.

No se trata de grandes inversores sino de pequeños, ya que la búsqueda es de propiedades de un monto de aproximadamente US$ 200.000 como máximo y el destino elegido es Montevideo, especialmente la zona costera (Punta Carretas, Pocitos hasta Carrasco).

Por este dinero se puede acceder a departamentos de dos o hasta tres ambientes chicos, aunque también hay demanda para unidades de menores dimensiones.

"En lugar de un departamento de US$ 200.000 de mayor superficie, se opta por dos de un ambiente que se puede conseguir en alrededor de US$ 100.000 cada uno", explicó.

Hay distintos motivos que explican este fenómeno. Uno es la mayor renta que se obtiene respecto al mercado argentino.

Un apartamento de un ambiente de US$ 100.000, puede dejar una renta anual de entre 4,5% y hasta 6%, descontado el pago de impuestos.

En la Argentina, una propiedad de esas características y de igual valor, en barrios como Palermo o Belgrano, se alquila en unos $ 12.000, y la renta es de 3,3%.

Luego del pago de Ingresos Brutos y Ganancias, la renta cae a 1,8%.

La ventaja de los alquileres en Montevideo es que, pese a que también el país está pasando por problemas económicos, no son de la magnitud de la Argentina. Eso otorga mayor estabilidad.

Es una renta en dólares asegurada que no se puede obtener en la Argentina por la inestabilidad económica.

Otra de las explicaciones que encuentra en Uruguay a este cambio de los últimos meses, es que muchos argentinos que tenían ahorros en negro y fueron blanqueados, prefieren invertir sus dólares lejos de los vaivenes argentinos ante el cambio de reglas de juego permanente.

Cuando desde el kirchnerismo se habla de controlar el mercado de cambio, el recuerdo del "cepo" hace correr un frío por la espalda de los inversores argentinos.

Hay que recordar que hasta 2015, el mercado inmobiliario estaba prácticamente paralizado por la dificultad de la mayoría del público, de acceder a la moneda estadounidense.

Algunos operadores argentinos -que prefirieron la reserva- confirmaron que ese miedo es real.

El mercado de la capital uruguaya es una copia en pequeña escala del argentino, en tamaño pero también en sobresaltos.

Como casi toda la región, el nivel de actividad es menor que el de un par de años atrás. "Está amesetado", explican.

Sin embargo, se espera una recuperación que se reflejará en la revaluación de los inmuebles.

Es por eso que, además de la renta por el alquiler, hay que sumarle una ganancia por el aumento de la propiedad. Ananikian dio un ejemplo de lo sucedido recientemente.

En los cinco años que siguieron a 2007, hubo una suba de los precios de las propiedades que hizo que, tomando el valor en dólares de un apartamento en aquel año, cinco años más tarde, con la misma cantidad de dólares se pudiera comprar la mitad del mismo inmueble.

© Jimmy Baikovicius

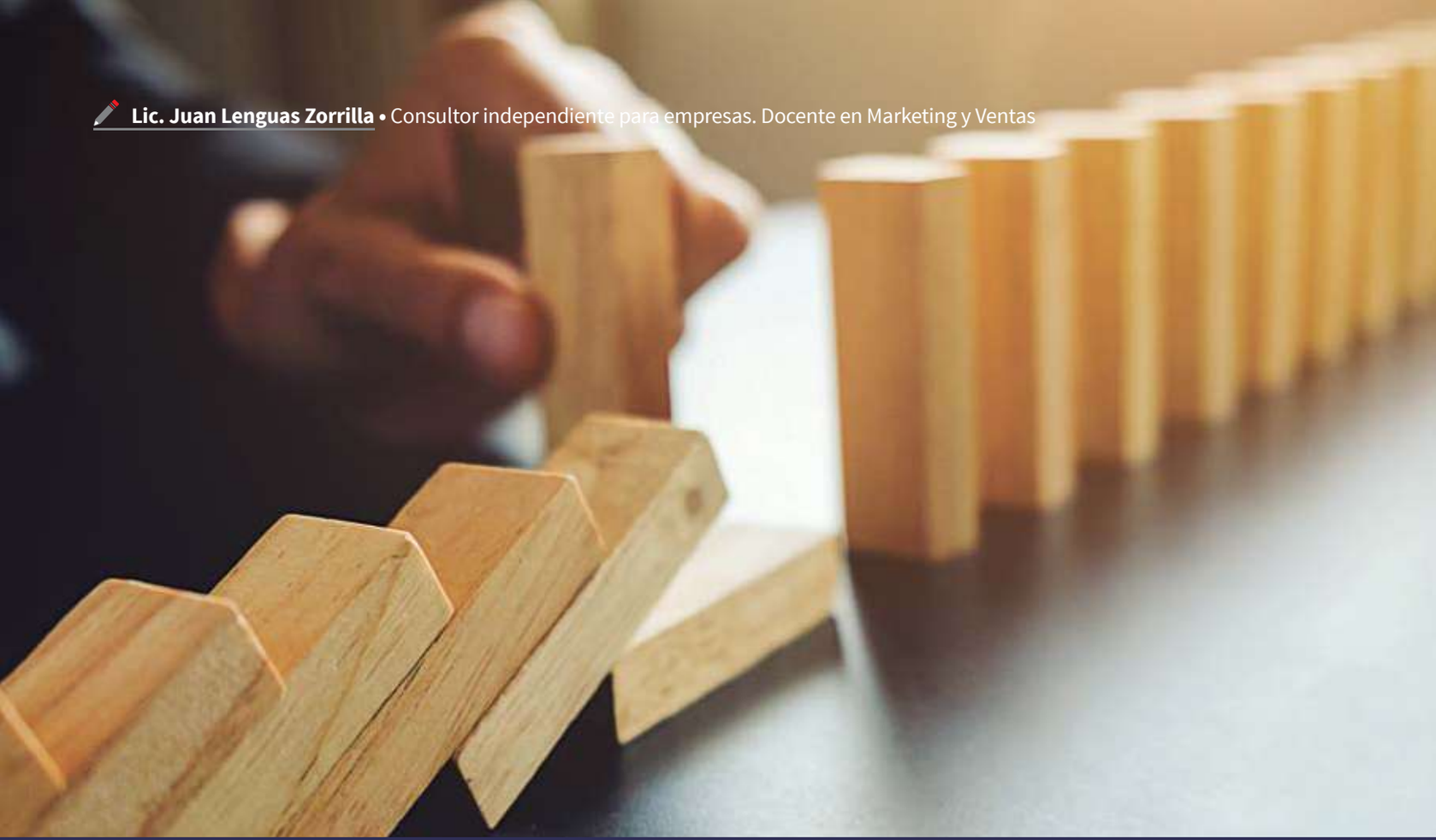
Mientras que Punta del Este está fuera de foco, porque si bien es el lugar elegido por muchos argentinos para invertir, no forma parte del fenómeno actual.

La poblada oferta de inmuebles en alquiler, los costos de mantenimiento e impositivos más altos y los precios más elevados, alejan a inversores novatos.

Esto hace que sea difícil alquilar una propiedad durante todo el verano, por lo que la ganancia real puede ser menor que lo esperado. ■

(Basado en nota del diario argentino del periodista Horacio Alonso).

Lic. Juan Lenguas Zorrilla • Consultor independiente para empresas. Docente en Marketing y Ventas



Nueve aspectos clave a considerar en tiempo de crisis

En momentos de crisis es cuando aparecen las decisiones aisladas, reaccionando a las circunstancias externas, y se puede afectar al corazón de la empresa.

Muchas de esas decisiones parecen aliviar la situación en el corto plazo, reduciendo costos en publicidad, por ejemplo, pero pueden terminar comprometiendo el futuro del negocio.

En mi opinión, existen nueve aspectos clave para tener en cuenta para actuar inteligentemente:

1.

Mantener la calma.

El miedo y la desesperación nunca traen ventas, pero siempre hacen perder oportunidades.

No hay que tomar decisiones apresuradas, es en estos momentos donde se fortalece la capacidad de liderazgo de los empresarios.

En el caso de empresas familiares, es el momento de hablar abierta y sinceramente de la nueva situación en que los ingresos de la familia se reducen, para impedir que esa tensión contagie a la empresa y se ahoguen mutuamente.

Evitar las actitudes faciales y corporales de depresión, las frases de desesperación y de derrota, eso solo trae malas consecuencias.

Tampoco hay que pedir consejos a los pesimistas, ellos solo confirmarán los peores pronósticos.

2.

Revisar y actualizar la cartera de servicios de la empresa.

Repensar la propuesta de valor a los clientes, así como que otros servicios anexos o nuevos se pueden ofrecer.

Es el momento de analizar esas otras actividades o negocios que en épocas de bonanza fueron descartadas por poco rentables.

Quizás sea el momento de desarrollar una nueva línea de negocios que sea exitosa cuando el mercado vuelva a dinamizarse.

3.

Escuchar a los clientes.

Escuchar es conocer, preguntarles por sus inquietudes, necesidades insatisfechas, servicios que les gustaría tener y no consiguen, sus opiniones sobre la empresa y la competencia y toda aquella información que permita conocer más profundamente a los clientes puede brindar oportunidades de nuevos negocios.

4.

Escuchar al personal.

Es tiempo de mirar hacia adentro, el personal suele tener ideas, opiniones, sugerencias y en momentos de crisis es cuando cada iniciativa cuenta, esas ideas que en otro momento fueron descartadas porque había mucho trabajo por delante, ahora es momento de analizarlas.

Esto ayuda también a desarrollar espíritu de equipo, a que todos sientan que están en el mismo barco y aportando para sortear la crisis.

5.

Buscar ayuda.

Uno de los grandes problemas de los emprendedores y empresarios pymes es la soledad a la hora de tomar decisiones.

Recurrir a expertos, mentores, colegas con más experiencia, puede ayudar a ver las cosas desde otro punto de vista y detectar nuevas oportunidades de negocios.

6.

Hacer networking.

Concurra a eventos sectoriales, desayunos de trabajo, ferias, convenciones y todo otro lugar donde pueda ampliar su red de contactos.

Las personas en épocas de crisis suelen salir a buscar oportunidades, y es el momento de estar allí.

7.

Marketing en redes sociales.

La enorme penetración de internet en general y las redes sociales en particular en la vida diaria de las personas, ha cambiado los hábitos de información, decisión y consumo de los clientes.

Una buena estrategia de comunicación se basa en hablarle a los potenciales consumidores en el lugar donde ellos están, e internet y las redes sociales son una herramienta cada vez más poderosa para ello.

No solo las tradicionales Facebook, Instagram y Linkedin, sino también trabajar el posicionamiento de la empresa en Google, principal fuente de información para los clientes.

8.

Estudiar a la competencia.

Es momento de analizar como actúan los demás frente a la misma situación, no solo para detectar oportunidades, sino también para aprender.

Empresas del mismo rubro, con años en el mercado ya han transitado probablemente por alguna crisis, y su experiencia y acciones pueden ser de una gran ayuda.

9.

Capacitar al personal

Los productos y servicios que una empresa ofrecen pueden ser imitables, lo difícil y que otorga realmente una ventaja competitiva es la experiencia del consumidor.

En este sentido capacitar al personal puede hacer la diferencia entre vender y dejar de hacerlo.

El personal de contacto es quien establece las relaciones a largo plazo con los clientes, es clave apostar a la excelencia, más aún en momentos de crisis donde cada transacción cuenta.

En definitiva, no perder la calma, no actuar a impulsos, asumir el liderazgo y actuar proactivamente, es la base para transitar una crisis con los menores daños posibles, y de hecho, para establecer bases sólidas de crecimiento para cuando la situación económica cambie y encuentre a la empresa preparada para ello.

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

Calidad y Excelencia en el Servicio

Criterios que utilizan los clientes para evaluar la calidad del servicio inmobiliario

Existen distintos criterios que utilizan los clientes para evaluar la calidad del servicio que usted les brinda. Estos criterios surgen fundamentalmente de las percepciones que tienen en base a la imagen que usted ha logrado construir de su empresa inmobiliaria pero que cada vez que usted opera con un prospecto o un cliente se ven puestos a prueba.

Este último aspecto considerado es de gran importancia ya que implica que todo el tiempo usted deberá cuidar que toda su empresa esté alineada con estos criterios y deben ser tenidos muy en cuenta

para el logro de la excelencia en el servicio inmobiliario.

Confiabilidad

Es la capacidad para suministrar el servicio prometido de manera confiable, segura y con dedicación.

Comprende aspectos como la puntualidad y el conjunto de conocimientos y habilidades profesionales que usted desarrolla en su actividad como inmobiliario al brindar el servicio.

En esta dimensión el cliente utiliza criterios para evaluar a usted y su empresa en términos de la correspondencia que existe entre lo que se le dice y lo que se le hace al cliente.

Dado a que tanto propietarios como compradores no pueden contar con la prueba final del servicio hasta que éste se ha concretado, lo que ellos compran es una promesa de satisfacción.

Esta realidad en el caso del servicio inmobiliario cobra una especial significación tanto para propietarios como compradores ya que sus decisiones tienen que ver con un negocio de gran importancia y trascendencia.

Ellos están vendiendo o comprando un inmueble y no una bicicleta.

Ellos están asumiendo un nivel de riesgo al contratar sus servicios.

La forma en que usted construya esa relación de confianza con el prospecto es un aspecto clave para el negocio de ambas partes.

Piense que el que tiene todo para arriesgar es el propietario o el comprador al depositar en usted esa confianza para que le ayude con un alto nivel de profesionalidad.

El cliente lleva a cabo un acto de fe con relación al inmobiliario. No lo defraude y usted habrá conseguido el mejor promotor de su negocio.

Ejemplos:

Cuando la inmobiliaria promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.

Cuando un cliente tiene un problema, la inmobiliaria muestra un sincero interés en solucionarlo.

La inmobiliaria realiza bien el servicio desde la primera vez.

La inmobiliaria concluye el servicio en el tiempo prometido.

La inmobiliaria mantiene registros exentos de errores.

Seguridad

Tanto para los propietarios como para los compradores el tema seguridad cobra una especial significación ya que ellos están depositando su confianza en usted y su inmobiliaria para que como un intermediario entre las partes llegue a la concreción de una operación.

Deben saber que el manejo del negocio está en manos de un profesional.

Para ambas partes la venta o compra de una propiedad constituye una decisión importante y necesitan saber que cuentan con alguien en quien puedan confiar y sentirse tranquilos.

De allí la importancia por parte del agente inmobiliario para construir esa relación de confianza desde el inicio de la relación tanto con propietarios como con compradores.

Ejemplos:

El comportamiento de los integrantes de la inmobiliaria transmite confianza a sus clientes.

Alfredo López Salteri
Integrante del Staff de HORACIO BIELLI PROPIEDADES, Villa Gesell – Provincia de Buenos Aires.
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.

Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la inmobiliaria.

Los integrantes de la empresa inmobiliaria son siempre amables con los clientes.

Los integrantes de la inmobiliaria tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.

Imagen

En esta dimensión se encuentran tanto los aspectos relacionados con el soporte físico que intervienen en el servicio al cliente como aquellos que hacen a su propia imagen personal.

Dentro de los primeros se incluyen no solamente sus oficinas y las instalaciones sino los elementos relacionados con su papelería, carteles de venta, avisos que publica para la venta de propiedades, folletos, etc.

En cuanto a la imagen personal cabe destacarse todos aquellos aspectos que hacen a la apariencia de todos y cada uno de los integrantes de la inmobiliaria en cuanto a su vestimenta y conductas positivas observables.

Ejemplos:

La inmobiliaria tiene equipos de apariencia moderna.

Las instalaciones físicas de la inmobiliaria son visualmente atractivas.

Los integrantes de la inmobiliaria tienen apariencia pulcra.

Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.

Orientación al servicio

Una marcada orientación hacia un servicio de calidad, además de ser una ventaja competitiva debe formar parte de la estrategia del negocio inmobiliario.

Esta orientación debe ser asumida como una filosofía de vida en la empresa por todos y cada uno de sus integrantes.

No es algo que pueda asumirse simplemente con el signo de la intencionalidad, debe ser asumida como un compromiso ineludible.

Los criterios de evaluación de la calidad inmobiliario que utilizan los prospectos o clientes se centran en la capacidad de ser amistosos, rápidos -ya que el cliente es cada vez más demandante en este sentido-, factibles para encontrar soluciones a sus requerimientos, flexibles para encontrar soluciones a sus necesidades y accesibles para que puedan tomar fácilmente contacto con nosotros.

Ejemplos:

Los integrantes de la inmobiliaria comunican a los clientes cuándo se llevará a cabo la realización del servicio.

Los integrantes de la inmobiliaria ofrecen un servicio rápido a sus clientes.

Los integrantes de la inmobiliaria siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.

Los integrantes de la inmobiliaria nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.

Empatía

Esto se traduce en su capacidad de brindarle al prospecto o cliente un especial cuidado y una atención personalizada.

Se dice que la empatía es la "capacidad de ponerse en los zapatos del otro".

Por cierto esto se dice fácilmente; el tema es que para ponerse en los zapatos del otro usted tiene que salir de los suyos y hacer genuinamente el acto de brindarle todo su interés y atención al cliente.

No actuar con preconceptos o prejuicios, no imaginar lo que le sucede, no juzgar ni tener un carácter evaluativo; sino simplemente darse cuenta de lo que le sucede o le inquieta a esa persona. No debemos confundir empatía con simpatía; por cierto que ello también es importante pero la empatía va más allá, implica una apertura desde la comunicación para escuchar al cliente y relacionarse de manera tal que podamos establecer un vínculo basado en la auténtica percepción de las necesidades del otro.

Ejemplos:

Los integrantes de la inmobiliaria dan a sus clientes una atención individualizada.

La inmobiliaria tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.

La inmobiliaria se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.

Los integrantes de la inmobiliaria comprenden las necesidades específicas de sus clientes.

Recuerde: Estos cinco criterios están presentes en la mente del cliente cada vez que establece una relación con usted. ■

Conceptos desarrollados por el autor en su obra EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA – Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires 2006.

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

¿Necesitás una garantía de alquiler? ¡Somos tu mejor opción!

Sabemos lo importante que es encontrar el mejor hogar,
por eso te garantizamos y facilitamos que lo tengas.

comag
Un lugar abierto a todos los uruguayos

www.fideciu.uy / Tel.: 2909 1111

La garantía de los profesionales inmobiliarios.
Cámara Inmobiliaria Uruguaya

FIDECIU
GARANTÍA DE ALQUILER

Gastón Chiquiar y Juan Diana • Brum Costa Abogados

Ley contra el financiamiento del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva

Ley No. 19.748 y su decreto reglamentario No. 136/019

El pasado 15 de mayo el Poder Ejecutivo promulgó la "Ley Contra el Financiamiento del Terrorismo y Aplicación de Sanciones Financieras contra las Personas y Entidades Vinculadas al Terrorismo, su Financiamiento y la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva", por intermedio de la cual se establecen una serie de medidas que apuntan a combatir actividades terroristas y su financiamiento (en adelante la "Ley").

Adicionalmente, casi en forma simultánea se expidió el Decreto N°136/019, el cual reglamenta las disposiciones de la Ley (en adelante el "Decreto Reglamentario").

A continuación, haremos breves comentarios acerca de los aspectos más importantes de la Ley y su reglamentación, desde el punto de vista de la operativa de los sujetos obligados:

Ley N°19.749
Objetivo y contexto de la regulación

Como principal objetivo la Ley se propone actualizar los aspectos normativos vinculados al financiamiento del terrorismo (en adelante "FT"), anteriormente previstos en la Ley N°17.835, de setiembre de 2004, y que a su vez se mantuvieron vigentes luego de la aprobación de la Ley Integral Contra el Lavado de Activos, N°19.574, de diciembre de 2017 (en adelante la "LICLA").

A diferencia de la LICLA, la Ley no deroga los artículos correspondientes al FT, sino que le da una nueva redacción a los artículos 14 y 16 de la antes mencionada Ley N°17.835.

Tales artículos prevén qué debe entenderse por naturaleza terrorista (de los actos), así como la definición del "Delito de Financiamiento del Terrorismo", respectivamente, manteniéndose incambiados y vigentes los artículos 15, 17 y 18 del referido cuerpo normativo. [1]

Esta actualización normativa surge como respuesta a las recomendaciones 5 y 6 del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), y su aprobación se da en el marco de la evaluación del Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica (GAFILAT), bajo la cual se encuentra actualmente el sistema nacional de prevención de nuestro país.

Sanciones financieras

La Ley tiene por objeto la implementación de sanciones financieras por parte de todos los sujetos obligados por la LICLA (sector financiero y no financiero, así como también organismos del sector público), a personas físicas o jurídicas relacionadas con el terrorismo, su financiamiento, así como con el financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva (en adelante "FPADM"), en virtud de lo establecido en las Resoluciones del Consejo de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas -ONU- (en adelante "Resoluciones ONU").

Dichas resoluciones expresan la opinión oficial del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas sobre asuntos específicos de cada jurisdicción, algunos de ellos vinculados a cuestiones de lavado de activos (en adelante "LA"), FT y FPADM.

Concretamente, las sanciones financieras dispuestas por la Ley refieren al congelamiento de los activos involucrados en la operación de la que se trate, tal lo que

1 Téngase presente que los restantes artículos de la Ley N°17.835 fueron derogados por la LICLA.

se analizará seguidamente.

Verificación en listas y congelamiento de activos

Los sujetos obligados por la LICLA (en adelante "Sujetos Obligados") deberán "controlar permanentemente y verificar" las siguientes listas:

a) Lista de individuos o entidades asociadas a organizaciones terroristas confeccionadas por la ONU. [2]

b) Lista de individuos o entidades vinculadas al financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva. [3]

c) Las designaciones de personas físicas o jurídicas o entidades que implican amenazas a la paz y la seguridad internacionales creadas por actos de terrorismo. [4]

d) La nómina de personas declaradas terroristas por resolución judicial firme nacional o extranjera, de conformidad con lo establecido en el literal b) del artículo 17, de la Ley N°17.835.

La Ley también dispone que, en caso de existir coincidencias de personas físicas o jurídicas con las listas mencionadas, los Sujetos Obligados deberán proceder al congelamiento preventivo inmediato y sin demora, de los fondos o activos financieros del cliente, e impedir el ingreso de nuevos fondos a la institución.

Una vez realizado el congelamiento preventivo, se deberá notificar de inmediato a la Unidad de Información y Análisis Financiero del BCU (en adelante "UIAF"), quien dará traslado a la justicia penal competente o bien dispondrá el levantamiento de la medida homonimia o "falso positivo".

Con respecto a la duración de las medidas de congelamiento preventivo, la Ley establece que las mismas deberán mantenerse hasta que la persona o entidad sea excluida de la lista a la que pertenezca.

Finalmente en cuanto a este punto, es importante destacar que la aplicabilidad de la medida de congelamiento prevista en la Ley, puede no ser enteramente aplicable a algunos sectores de actividad de Sujetos Obligados (principalmente del sector no financiero), por lo que en un futuro la normativa podría recibir algunos ajustes en este sentido.

Decreto N°136/019
Procedimiento de verificación en listas de personas vinculadas al terrorismo

Tal lo mencionado anteriormente, la Ley dispone que los Sujetos Obligados, en el marco del desarrollo de su actividad, deberán controlar "permanentemente" y verificar las listas ONU, con el fin de detectar coincidencias y, en su caso, aplicar el congelamiento de los fondos.

No obstante ello, el Decreto regula el mecanismo de verificaciones en listas, estableciendo que las altas o bajas de las listas ONU, serán recibidas directamente por la UIAF y la SENACLAFT de la misión

2 En virtud de las Resoluciones ONU S/RES/1267, S/RES/1988, S/RES/1989 y sucesivas.
3 En virtud de las Resoluciones ONU S/RES/1718, S/RES/1737, S/RES/2231 y sucesivas.
4 En virtud de la Resolución ONU S/RES/1373.

permanente en Uruguay ante la ONU, y luego estas las remitirán, en forma inmediata mediante comunicación electrónica, a los Sujetos Obligados, quienes deberán verificarlas y cruzarlas contra su base de datos.

Asimismo, las listas de ONU actualizadas estarán disponibles en la pagina web del BCU y de la SENACLAFT.

Procedimiento para el congelamiento de activos solicitado por otros países

Otro de los procedimientos previstos en el Decreto Reglamentario que incide en la operativa diaria de los Sujetos Obligados, es el congelamiento de activos pertenecientes a sujetos vinculados con el terrorismo solicitados por otros países.

En tal sentido, se dispone que cuando el Ministerio de Relaciones Exteriores reciba una solicitud de congelamiento de una autoridad competente extranjera, se la comunicará de inmediato a la UIAF y a la SENACLAFT, quienes verificarán si cumplen con los criterios definidos por la normativa internacional aplicable, y, en caso afirmativo, comunicarán sin demora los datos de los involucrados a los Sujetos Obligados, quienes deberán actuar inmediatamente.

Exención de Responsabilidad

Un punto importante a mencionar en el Decreto Reglamentario, es la exoneración de responsabilidad del Sujeto Obligado.

En este sentido, se dispone que en caso de que éstos apliquen de buena fe las disposiciones previstas en la reglamentación, éstos quedarán exentos de responsabilidad administrativa, civil y penal, según lo establecido en el artículo 23 de la Ley N° 19.574.

Naturalmente esto puede dar lugar a distintas controversias en el marco de una acción de responsabilidad entablada contra el Sujeto Obligado, sobre todo por el concepto abstracto que implica la "buena fe" exigida por el Decreto Reglamentario.

Sanciones

Por último, es de destacar que las sanciones por incumplimiento del régimen anteriormente analizado son las mismas que se prevén en la LICLA, y van desde la observación y apercibimiento hasta suspensión temporal o definitiva del Sujeto Obligado. ■

Inés Filippelli y Dra. Sofía Milsev • Brum Costa Abogados

Prevención de Lavado de Activos

Delegación de debida diligencia y situaciones especiales del sector inmobiliario

El Decreto 379/018 (en adelante el "Decreto") que reglamenta la Ley Integral contra el Lavado de Activos Nro. 19.574 (en adelante la "Ley"), introduce en su artículo 19, el concepto de delegación de los procedimientos de debida diligencia de clientes (en adelante "DDC").

La figura de la Delegación es aplicable a todos los sujetos obligados no financieros establecidos en el artículo 13 de la Ley, quedando abarcado dentro de ellos el Sector Inmobiliario, el que a efectos del Decreto se compone de Inmobiliarias, promotores inmobiliarios, empresas constructoras y otros intermediarios en transacciones que involucren inmuebles, excepto arrendamientos.

La disposición implica que los sujetos obligados no financieros puedan delegar en otros sujetos obligados no financieros la realización de los procedimientos de DDC que correspondan por el sector de actividad al que pertenecen, siempre y cuando cumplan con las condiciones que detallaremos.

En primer lugar, el sujeto obligado delegatario, deberá proporcionar al delegante en forma inmediata toda la información y documentación obtenida y confeccionada en el proceso de DDC, para ser conservada en el domicilio donde el delegante desarrolla su actividad.

En segundo lugar, y no por ello menos importante, la responsabilidad final sobre la obligación de reportar operaciones sospechosas y de realizar los procedimientos de DDC permanece en el sujeto obligado delegante, que, en caso de incumplimiento, se le aplicarán las sanciones previstas en el artículo 13 de la Ley.

Para comprender la situación teórica anteriormente planteada, se describirá a continuación un ejemplo práctico: supongamos que una empresa constructora vende a "X" un inmueble a través de una inmobiliaria.

Al ser ambos sujetos obligados del mismo sector de actividad (Sector Inmobiliario), el Decreto permite que la empresa constructora delegue en la inmobiliaria (o viceversa) la realización de los procedimientos de DDC, en tanto y en cuanto la inmobiliaria proporcione inmediatamente a la empresa constructora toda la información recabada de la DDC para ser conservada en su domicilio.

Esta posibilidad de delegación, no exime a la constructora de la responsabilidad final que tiene como sujeto obligado.

En otro orden en su Art. 36, el Decreto incluye otra particularidad, específicamente para el Sector Inmobiliario.

El mencionado artículo refiere a aquellas operaciones en que intervenga una inmobiliaria por la parte compradora y otra por la vendedora, en este caso, cada una deberá hacer la DDC únicamente respecto de su cliente.

A modo de conclusión, se puede interpretar que la finalidad de los artículos 19 y 36 del Decreto, confluyen para evitar la realización de una doble DDC, facilitando de esta manera la tarea de los sujetos obligados y disminuyendo la carga burocrática de las partes. ■

Alfredo Etchegaray • Director de Carrera de Marketing

Proyecto Uruguay, Industria Turística e Inversiones

Las claves del éxito de la industria turística están basadas en la evolución y la innovación creativa.

Estas se nutren de las investigaciones de las tendencias de los mercados, los hábitos de los consumidores, en la incorporación de las nuevas tecnologías y la canalización de los recursos en las acciones y creación de las condiciones que generen un flujo de negocios y volumen de ingresos de dimensiones que beneficie a los prestadores de servicios.

También a empleados, empleadores e inversores y a toda la población, a través del desborde y del efecto dominó, y proporcionen al Estado mayores recursos para mejorar otros servicios en educación, salud, seguridad e infraestructura en general.

Esto es posible si el equipo de trabajo está conformado por técnicos e idóneos apasionados por sus metas y proyectos, con una estructura eficiente y de bajo costo, y con foco en los objetivos, sin desviar recursos en burocracia administrativa y acciones políticamente correctas, pero racionalmente innecesarias.

Logrando un equipo eficiente y comprometido, con espíritu emprendedor, el proyecto debe aspirar a metas y horizontes de crecimiento y excelencia, que, como pilares básicos, se inician con la actualización de la información externa: ¿qué se ofrece?, ¿cómo se ofrece?, ¿cómo se promueve?, ¿a qué valores?, accesibilidad, conectividad y sus costos, segmentos de mercado y su diversidad, experiencias emocionales y racionales.

A partir de esa información regional e internacional actualizada se evalúa la oferta de Uruguay, su presentación, comunicación, relación costo/beneficio y se define cómo podemos hacer todo mejor en las áreas ya mencionadas:

• Rendimiento y eficiencia de los recursos administrativos y para comunicación y marketing.

• Mejora de los servicios ya ofrecidos.

• Creación de nuevos servicios y productos.

• Capacitación en idiomas, protocolo y áreas emocionales que afectan la percepción de satisfacción de los turistas, inversores o residentes “long stay” de estadías esporádicas por períodos largos.

• Simplificación de los trámites

para nuevos residentes internacionales generadores de empleo.

• Mejor y más completa accesibilidad on line a toda la información de ofertas y costos de alojamiento, gastronomía, diversidad de entretenimiento y cultura, alimentos e insumos, radicación e inversiones, estudios, seguridad, salud y usos y costumbres.

• Conectividad y accesibilidad: son extremadamente caras y a veces limitadas las ofertas aéreas. Con frecuencia el valor Miami o Lisboa es igual al de Brasil o Argentina.

El Estado en su conjunto debe ser más eficiente en su administración, con los objetivos de:

• No ser tan cara su incidencia para el ciudadano y el turista.

• Destinar mejor los recursos a los objetivos y minimizar los “costos administrativos”.

• Evaluar cada exceso de regulación y traba que desestimule a emprendedores e inversores.

• Implementar un plan y espíritu de fomento de proyectos e inversiones, para la creación de resorts ecosustentables en las fajas costeras integrados e inspirados en la naturaleza.

• Acceso a leasings similares a los apalancamientos que ayudan al crecimiento en Europa y los Es-

tados Unidos para uruguayos y extranjeros, con sistemas de novación bancaria permitiendo el ágil cambio de titular en caso de incumplimiento. Se lograría dinamizar la totalidad del mercado inmobiliario y de oferta turística.

• Capacitación de toda la población en áreas vinculadas a las demandas del mercado laboral, como idiomas, informática, marketing, educación financiera, inteligencia emocional, actitud, espíritu de superación, autoestima y trabajo de equipo, considerando el factor humano un eslabón fundamental en la clave del éxito.

• Evaluación de los excesos e irregularidades de los gremios, reclamos laborales abusivos y trabas o demoras injustificadas de todos los organismos reguladores.

• Basados en las nuevas tendencias y demandas internacionales, creación y fomento de nuevos productos y servicios sumados al tradicional sol y playa, como ya se han implementado en otros destinos: clases de tango, clases de fútbol, experiencia con lobos en la isla, universidades y estudios del futuro (no del pasado), experiencias de golf, surf, kitesurf, autos clásicos, ballet, ópera, gastronomía exótica y tradicional, folklore, candombe, cultura y su diversidad, fiestas, arquitectónica, teatro, turismo rural, tenis, bodegas y viñedos, camping, náutica y pesca, juego, turismo de compras, museos, arte y clases, idiomas y una generosa y tan variada lista como las demandas de los clientes. El concepto es potenciar lo ya existente y mejorar el acceso a la información a través de aplicaciones para celulares y computadoras.

• Las bajas temporadas se promueven con ofertas y el fácil acceso a la información a través de aplicaciones y el Estado debe sumarse con promociones para la Nautica y Pesca, con los servicios del puerto que hoy son muy caros de Arbil a Noviembre, con un "contratas el verano y dejas tu embarcación todo el año sin costo".

• Promoción de la radicación de extranjeros con el concepto del entorno de naturaleza y armonía para vivir y disfrutar todo el año (ver nota aparte), escuchando las experiencias de los que ya lo hicieron y mejorando las condiciones para ser más amables y menos torpes u hostiles.

• La forma más eficiente de mitigar los altos costos comparativos con la región, de los precios de los supermercados, es una aplicación que permita el acceso a la información (como en Mercado Libre o Despegar) y no una lista impresa tardía y anticuada. El mercado se auto-regula.

• La seguridad incide en todo el espectro de negocios, inversiones y calidad de vida, y es un pilar fundamental.

• Como uno de los más importantes componentes para el éxito de la industria turística están las ofertas en costos y frecuencias en la conectividad, en especial las ofertas de vuelos, por ser el primer obstáculo o el primer motivo atractivo en la decisión del potencial turista, que además impulsa una corriente de turismo de todo el año, muy importante para lograr rentabilidad y dividir los altos costos operativos de las temporadas cortas, sumando también una nueva corriente de inversiones internacionales si se suma la buena rentabilidad, la baja de los costos del país y la desburocratización que incluya al Estado, a las regulaciones y eficiencia del sistema bancario.

Las nuevas tecnologías permiten promover una oferta muy tentadora de muy bajo valor de vuelos para lograr un alto flujo de "escapadas temáticas" desde los aeropuertos de la región, para "pescar y desviar" turistas que ya están en la zona, a través de mensajes a sus celulares cuando se conectan al wifi de las redes de los aeropuertos internacionales. ■

Alfredo Etchegaray
Director de Carrera de Marketing y RRPP del Instituto Técnico Hotelero del Uruguay y Destino Punta del Este
Ex Presidente de la Corporación de Turismo de Canelones
Periodista en Comunicaciones y Servicios

¿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

Sector inmobiliario: abanico de oportunidades de negocios

El mercado inmobiliario presenta un amplio abanico de oportunidades de negocios.

El clásico compra, venta y alquiler de inmuebles residenciales usados; el rural; el de los emprendimientos inmobiliarios; el de los remates y subastas; el de los fondos de comercio; el de los parques industriales; el de los barrios cerrados; el del turismo inmobiliario; el de las tasaciones, el de los condohoteles, el tradicional de loteos.

Y en todos ellos surge la competencia directa e indirecta.

Aquella es la que corresponde a diversas ofertas similares por producto o servicio que se exponen en el mercado por competidores que operan en el mercado de oferta. La indirecta es más amplia y compleja.

La compra de un automóvil compite con el cambio de una vivienda. Un viaje al exterior lo hace con el deseo de querer ampliar la vivienda.

Una fiesta de cumpleaños atenta contra el mudarse a otro barrio más propicio.

Y así podremos imaginarnos otros "competidores" ajenos al sector inmobiliario.

¿Cómo enfrentar entonces a una competencia tan vasta?

Mientras tanto, hay propietarios que necesitan vender; hay inversores que disponen de capital; hay público que requiere un inmueble en condiciones de alquiler.

Comerciantes que necesitan ampliarse o cambiar de barrio.

Empresas manufactureras que buscan radicarse en parques industriales.

En este mercado siempre hay quien compra, vende, alquila o permuta.

¡¡Solo que hay que ir a buscarlo!!

¡La famosa pro-actividad!

En primer lugar: hacernos presentes. Que nuestras relaciones, clientes activos, prospects y toda persona que tengamos registrada en nuestro banco de datos, sepan que estamos en actividad.

La información sobre nuestras actividades o novedades que haya en el sector, servirá para estar presentes en “la mente del público”.

En otro orden, ni bien recibamos un inmueble, tanto para su venta como para su alquiler, se deberá concurrir a los listados de clientes y prospects, previo análisis según detalle:

a) Conocer bien el inmueble y su situación administrativo-legal con el fin de categorizarlo y diseñar un “plan de marketing” para su comercialización (presupuestando el mismo, según valor del inmueble y medios a aplicar).

b) Seleccionar a qué público de los registrados corresponde dirigir la oferta. De este modo serán seleccionados el o los medios para promocionarla.

c) Diseñar un plan de seguimiento.

c1) Aplicado a completar toda la documentación.

c2) La “puesta a la venta”.

c3) Evaluación de las consultas recibidas.

c4) A los llamados, consultas, entrevistas y visitas al inmueble.

d) Evaluar la marcha del “plan de marketing”.

e) Analizar los motivos de “no compra o alquiler”.

El mercado inmobiliario -tal como lo anticipamos en el título de esta nota- propone oportunidades que serán aprovechadas por quien las encuentre.

Mencionamos algunas de ellas:

1. Clientes radicados en el Interior que envían sus hijos a estudiar a instituciones educativas, necesitando comprar o alquilar inmueble.

2. Parejas que deciden convivir.

3. Familias con nacimientos o decesos.

4. Traslados por cambios originados por nuevos o distintos trabajos.

5. Gestionar desde el domicilio (homeworker).

6. Crecimiento de los “co-working”.

7. Deseo de mejora habitacional.

8. Preferencia barrial o zonal.

9. Modificación de estatus barriales.

10. Jóvenes que se emancipan.

11. Invertir para renta.

12. Empresas que modifican sus estructuras.

13. Demanda de estacionamientos para automóviles.

14. Capitalizarse en inmuebles, entre otros.

Surge aquí la necesidad de fortalecer la “venta relacional”, sistema que condice con la natural predisposición de toda gestión inmobiliaria: LA VINCULACIÓN.

Que debe ser cultivada desde el primer contacto que se concrete, mediante un estudiado y sistemático plan de comunicación.

¿Lo llevamos a la práctica? ■

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

José Luis Pérez Collazo • Corresponsal en España

Cuando podemos elegir

Después de un período de incertidumbre y cambios en el sector de la construcción, las constructoras están recuperando poco a poco su lugar.

El estallido de la burbuja se llevó muchas de sus grúas por delante, pero ahora, con el mercado marchando a buen ritmo, las compañías del sector aprovechan la demanda creciente de viviendas para imponer sus reglas, y eso incluye también a las promotoras que las contratan.

Así es como están aprovechando la demanda creciente de viviendas y la escasez de mano de obra para presionar a las promotoras y exigirles cambios al alza en los contratos.

En la actualidad las promotoras están embarcadas en un proceso frenético por aumentar sus carteras de vivienda, pero junto al retraso en la concesión de licencias y la escasez de suelo disponible, ahora también tienen que hacer frente a una problemática que va en aumento: los retrasos en las obras de construcción y el incremento de los costes.

En regiones como Madrid, Barcelona, País Vasco o Málaga ya hay una clara demanda residencial de obra nueva que la oferta está aún lejos de satisfacer.

Las promotoras ya están poniendo

un gran número de proyectos en el mercado, lo que ha propiciado un auténtico repunte del sector de la construcción.

Datos en el sector de la construcción demuestran que la situación ha empeorado en el último año, coincidiendo con el aumento de la demanda para comprar y alquilar casa.

El mercado necesitaría producir unas 150.000 viviendas anuales para lograr un balance más equilibrado, frente a las 64.500 unidades terminadas que se registraron en 2018.

Hay motivos para el retraso en la finalización de las obras, como la falta de mano de obra en el sector de la construcción.

En algunos casos constructoras y promotoras firman el contrato para desarrollar un proyecto, pero desde ese momento hasta que obtienen la licencia puede transcurrir una media de 12 meses.

En ese tiempo y ante el aumento de los costes del material y de la mano de obra, la constructora pide actualizar los precios acordados inicialmente o, de lo contrario, amenaza con abandonar el proyecto.

La nueva alternativa que gana peso es la industrialización en la construcción de viviendas, "promociones que se construyen en fábricas y se transportan por módulos al lugar donde está el suelo".

El sector de la construcción busca formulas para atraer a los trabajadores más jóvenes hacia un sector que carece de mano de obra cualificada.

En la construcción hay cerca de 1.300.000 ocupados, a diferencia del año 2008 cuando había en el mismo rubro 2.700.000 personas trabajando para la construcción.

En ese momento había una gran proporción de esa mano de obra que era extranjera y muchos decidieron volver a sus países de origen, otros trabajadores se reinventaron en otros sectores y no quieren volver a exponerse a la inestabilidad del ladrillo y los más mayores se han jubilado y no se ha producido el relevo generacional.

Micropisos de 20 m², una alternativa en Argentina

Hasta el año pasado, una vivienda en la Ciudad de Buenos Aires, debía tener como mínimo 27 m².

Con el nuevo Código de Planeamiento Urbano y de Edificación, el mínimo disminuyó a 18 m², más allá de que en ciudades como Córdoba solo se permitan unidades a partir de los 40 m².

Los micropisos son una muy buena opción para estudiantes, jóvenes profesionales, rentistas y para los hombres de negocios que viajan a Buenos Aires.

Los "microdepartamentos" ya son una tendencia mundial y una opción de vivienda (para estudiantes, jóvenes profesionales), de oficina y hasta de hospedaje, según la ubicación.

En Buenos Aires el nuevo Código de Planeamiento Urbano y de Edificación permitió que el mínimo de edificación pase de 27 a 18 m².

Un ejemplo es un emprendimiento ubicado en el barrio de Belgrano.

Se trata de un edificio de 10 pisos, con 11 "microdepartamentos" cada uno, desde 23 m², a un precio que ronda los US$ 54.900.

"Jóvenes que quieren acceder a su primera propiedad, profesionales que no quieran tener una oficina lejos de su casa, rentistas que quieren explotarlo para alquiler fijo o temporal para turistas", son algunos de los públicos a los que apuntan este tipo de unidades, según el gerente comercial de la inmobiliaria que ofrece el negocio.

Pero también, podría ser una buena opción para empresas de interior, cuyos dueños o gerentes viajan seguido a Buenos Aires y necesitan un lugar para "dormir".

En el caso de la excepción (Córdoba), en cuanto a reducir el metraje, hay fuertes consideraciones para que advenga la reducción del metraje.

Los impulsores de este tipo de ofertas opinn que es algo que viene sucediendo en muchas ciudades del mundo, como Nueva York o Tokio.

Hay un tercio de la población Argentina que vive sola y para estos operadores es necesario que haya monoambientes en la ciudad de Córdoba, que si bien se permiten con superficies de un dormitorio tranquilamente podrían ir a superficies menores.

"Nosotros tenemos experiencia de venta en Rosario, donde tenés monoambientes de 27 o 32 m², que funcionan muy bien porque el ticket de entrada al negocios es mucho más bajo, podés tener buenas ubicaciones a un menor precio", señaló el operador Sergio Villella, con una importante cartera de este tipo de microinmuebles.

ACTUALIZACIONES ECONÓMICAS

ÍNDICES - MONEDAS • 2016-2019

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

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			
2019							
JULIO	1.0736	-	-	-	1167.67	4.1960	-
JUNIO	1.0773	196.44	0.64	7.36	1166.93	4.1792	35.182
MAYO	1.0817	195.19	0.40	7.73	1165.14	4.1604	35.252
ABRIL	1.0778	194.42	0.43	8.17	1163.97	4.1349	34.981
MARZO	1.0749	193.59	0.55	7.78	1161.96	4.0855	33.484
FEBRERO	1.0739	192.53	0.98	7.49	1105.23	4.0166	32.667
ENERO	1.0738	190.67	2.17	7.39	1099.42	4.0270	32.491
2018							
DICIEMBRE	1.0708	186.62	-0.38	7.96	1095.32	4.0134	32.406
NOVIEMBRE	1.0693	187.34	0.36	8.05	1088.52	4.0025	32.197
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

(*) 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 julio 2019 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

La ciudad del futuro que quiere la ONU: en medio del mar

La Organización de Naciones Unidas (ONU) ya empieza a plantear soluciones de cara a los próximos años con la intención de poder encontrar una manera de expandir los lugares habitables del mundo.

Según los ingenieros sociales del organismo, el espacio se está convirtiendo en uno de los problemas a abordar de nuestro planeta.

El alarmista panorama se sustenta en el significativo aumento de la esperanza de vida, el crecimiento exponencial de las infraestructuras de las ciudades y la necesidad de mantener espacios verdes en nuestro planeta, lo que estaría provocando que, cada vez, existan menos posibilidades de expansión en los centros urbanos.

Para la ONU, este dilema plantearía la pregunta de si es posible que nos podamos quedar sin espacio para vivir.

Teniendo en cuenta que los océanos ocupan el 71% de la superficie terrestre, los expertos empiezan a valorar una posible respuesta pensada a largo plazo.

¿Y si la solución pasara por ganarle terreno al agua?

Esto es lo que se ha propuesto en una mesa de Naciones Unidas que tuvo lugar en abril, en la que se valoró esta opción de futuro, y en que la ONU aseguró que estaría dispuesta a apoyar y liderar un proyecto como éste.

Un grupo de trabajo conformado por ingenieros, arquitectos y constructores debatió sobre las posibilidades reales de encontrar lugares para vivir en la superficie terrestre, siendo Maimunah Mohd Sharif, director ejecutivo del Programa de Naciones Unidas para el Asentamiento Humano, quien aseguró que la ONU vería con buenos ojos llevar a cabo un proyecto como éste.

Pero ¿en qué consistiría exactamente?

Pues ni más ni menos que en una ciudad flotante.

El principal proyecto en el que se ha pensado está enfocado hacia estructuras hexagonales sobre el mar.

Con esta idea, no solo se gana espacio al océano sino que se combate directamente contra la problemática del aumento del nivel del mar.

Se trata de elementos flotantes individuales, conectados entre sí, que estarían preparados para soportar cualquier tipo de catástrofe, desde huracanes a tsunamis, gracias a su propia naturaleza.

Pero ¿por qué de forma hexagonal?

Algunos de los arquitectos del proyecto, como la compañía Oceanix, consideran que es una de las formas naturales más eficientes, como es el caso de las colmenas, y permite la opción de que, en caso de necesidad, se ensamblen unas con otras con total naturalidad.

Y, además, permite una protección extra bajo el mar, un espacio que debe ser utilizado para realizar cultivos oceánicos, básico para que la ciudad subsista en caso de catástrofe.

Cada una de estas estructuras sería capaz de almacenar a 300 residentes, ante lo que los expertos consideran que una colonia de seis de ellas sería considerada como un pueblo.

Seis pueblos unidos entre sí pasarían a formar parte de lo que llamarían ciudad flotante, capaz de albergar hasta 11.000 habitantes en su interior.

Todas ellas estarían amarradas al fondo del océano, con una serie de cables diseñados de tal manera que permitieran mover las plataformas en caso de necesidad.

La gran novedad de este tipo de estructuras tendría que ver con la opción de utilizar energías completamente limpias, como los vehículos eléctricos sin conductor, aviones no tripulados o la energía solar para las viviendas.

Depuradoras de agua o diversas plantas de reciclaje pueden ser construidas en estructuras distanciadas del resto de la ciudad, con lo que las zonas menos limpias pueden estar separadas físicamente de los núcleos de población.

El principal 'problema' de estas ciudades tendría que ver con la imposibilidad de poder construir edificios demasiado altos dentro de estas estructuras, pues es necesario mantener un centro de gravedad bajo para evitar problemas, con lo que un edificio de siete plantas sería la altura máxima permitida. ■

El arte como valor agregado

En un mercado inmobiliario cada vez más competitivo, los edificios de alta gama y gama media buscan nuevos recursos para diferenciarse de la competencia.

A la gran variedad de amenities (huertas urbanas, salas de ensayo, salas de yoga y espacios gourmet), ahora se suma la incorporación de obras de arte como valor agregado.

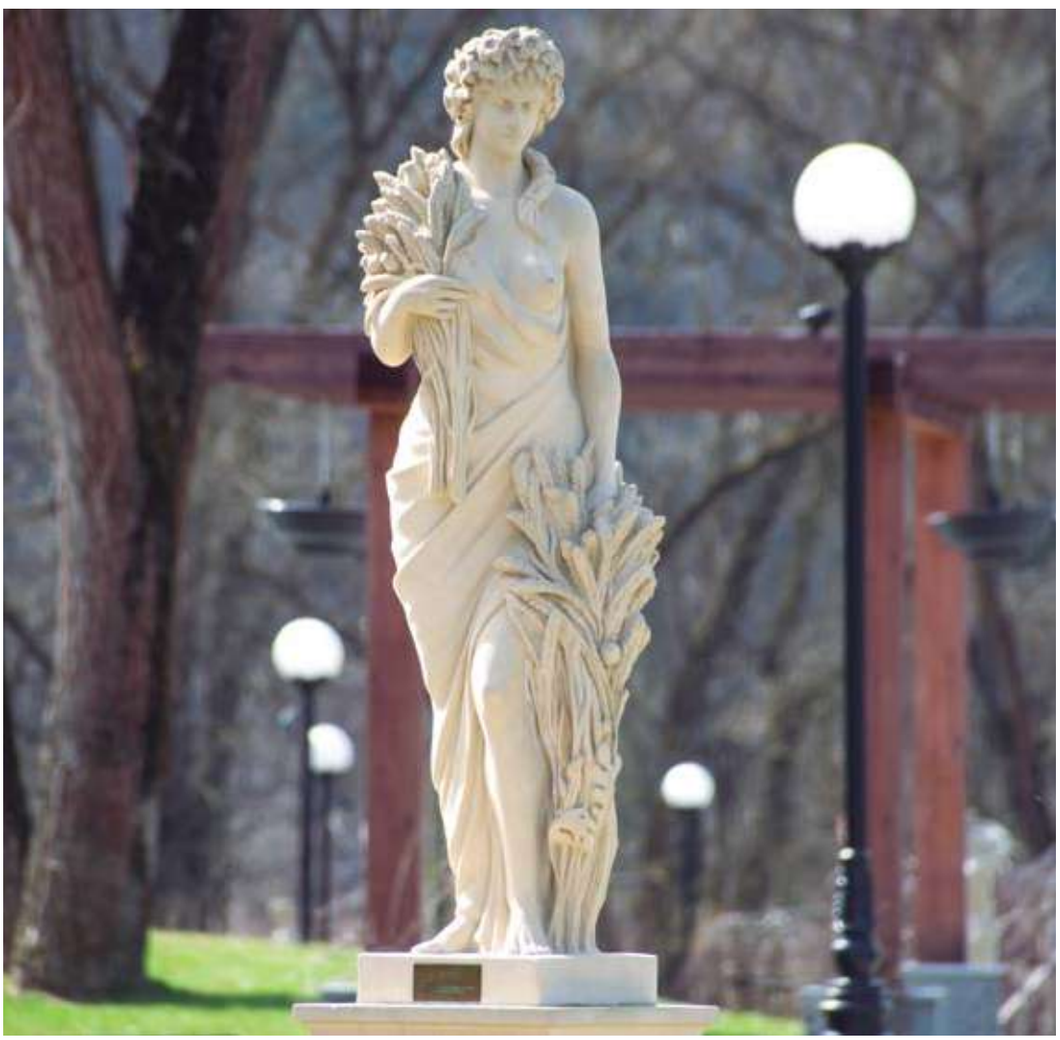
Cruzando el Río de la Plata, en Buenos Aires los emprendimientos del Grupo Town House es uno de los pioneros en incluir obras de artes en sus desarrollos.

En el área territorial de Miami está el edificio Canvas, en el cual se diseñaron obras de arte para generar un valor diferencial, frente a edificios que tenían como diferencial estar frente a la playa.

En el caso del lanzamiento de una torre de 37 pisos ubicada en un área emergente, los desarrolladores propusieron generar una zona con acontecimientos artísticos, gastronómicos y culturales que le dieran "nueva vida" al conjunto de manzanas que parecían un tanto desoladas, a pesar de su buena ubicación.

Así las cosas, el complejo se volvió una inmensa galería de arte, con exposiciones de reconocidos plásticos en sus interiores.

Dicho complejo cuentan con unas 200 obras de arte, 83 murales y 162 cuadros, y en algunas oportunidades convocaron a más de 20 artistas para que cada uno pintara un piso entero.



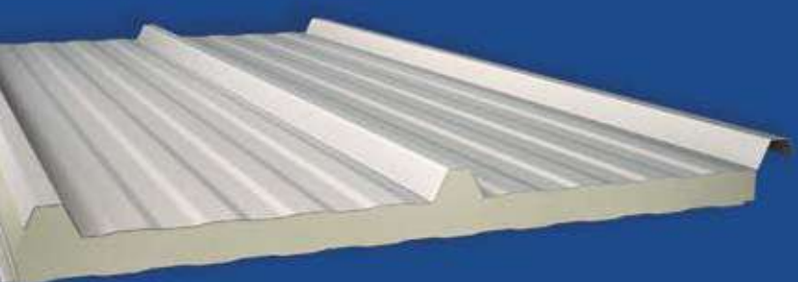
Canvas está ubicado en el 1630 NE de la 1° Avenue, al oeste de Edgewater y junto a al distrito de las artes de Wynwood, junto a otras atracciones más como piscinas cubiertas, un jardín para la práctica del yoga, gimnasio de última generación de casi 300 metros cuadrados, cancha de racquetball (deporte similar al squash) acristalada, salas de tratamiento, spa, sauna y una pantalla gigante multimedia.

Las unidades tienen una altura libre de 2,74 m, están equipadas con pisos de porcelanato, cocinas integradas con gabinetes de diseño europeo de primera línea, encimeras de cuarzo y electrodomésticos de acero inoxidable y los ambientes poseen balcones aterrazados, ventanales de piso a techo y armarios expandibles.

Está claro que las delicadezas cuestan, ya que los precios de las unidades oscilan entre los US$ 386.200 y US$ 630.000. ■

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

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.