# CIUDADES

Nº 85

Revista Oficial de la
Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Año 21. Nov. / Dic. 2021


Reciclaje en Colonia: Real de San Carlos

## Desarrollan Polo Turístico en Plaza de Toros

Atalívar Cal

La LUC en la contratación inmobiliaria

Luis Romero Álvarez

El precio de los inmuebles puede reposicionarse

Guillermo Sicardi

¿Por qué es tan cara la vivienda en Uruguay?

Bricks & Data

BHU, crisis y crédito hipotecario


UruguayNatural

# Uruguay
## Puede ser un gran destino para inversiones inmobiliarias.

Los inversores hoy necesitan servicios que vayan más allá de encontrar la mejor propiedad. Brindar un asesoramiento inmobiliario integral requiere considerar también aspectos tributarios, de fiscalidad internacional, estructuración jurídica, protección patrimonial, residencia fiscal y radicación legal, entre otros.

Con nuestro aporte profesional podrá generar una propuesta de mayor valor para sus clientes.

**Convenio con** CIU

Consulte por condiciones especiales para miembros de la CIU.

**Oficinas:**

Juncal 1327 D - Piso 22
Montevideo, Uruguay

Office Punta, Of. 303.
Av. Italia y Julio Herrera y Reissig. Parada 4
Punta del Este, Uruguay

(+598) 2915 1777 - info@ricaconsultores.com.uy

RICA
CONSULTORES

www.ricaconsultores.com.uy

# Staff

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

**Redactor Responsable:**
R. Wilder Ananikian
wilderananikian@gmail.com

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

**Contacto:**
ciu@ciu.org.uy

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

**Colaboran en este número:**
Heraclio Labandera, Atalívar Cal, Dr. Martín S. Acosta, Asoc. de Agrimensores del Uruguay, Dr. Juan Diana, Ec. Natalie Ayçaguer, Dr. Guillermo Sicardi, Ing. Luis Romero Álvarez, Dr. Julio Decaro, Gonzalo Noya, Abril Pérez Alves, Natalia Tellechea, Santiago Core, Alfredo López Salteri, João Teodoro Da Silva.

**Fotografía de tapa:**
Intendencia de Colonia

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

**Impresión:**
El País
D. L. Nº 331.068

Edición bimestral
Distribución gratuita
2.000 ejemplares

UruguayNatural

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

# CIUDADES

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Nro. 85 - Año 21 - Noviembre / Diciembre 2021

## Autoridades

**Presidente**
Leon Peyrou

**Vicepresidente**
Beatriz Carámbula

**Secretario**
Matías Medina

**Prosecretario (CIC)**
Daniela Hernández

**Tesorero**
Luis Silveira

**Directivo**
Leonardo Bordad

**Directivo**
Jorge Alberti

**Directivo**
Alicia Huertas

**Directivo (CIR)**
Carlos González

**Directivo (CAINPA)**
Diego Beloqui

**Directivo (CIM)**
Mario Méndez

**Director de Relaciones Internacionales**
R. Wilder Ananikian

**Comisión de Ética**
Juan Pablo Blengio
Diego Perdomo
Diego Beloqui

**Comisión Fiscal**
Gabriel Valeta
Fernando Alfaro
Luis Pisano
Gabriel Soares Netto
Benigno Carballido

**Comisión de Socios**
Fernando Micucci
Leonardo Bordad
Alicia Huertas

**Comisión Intergremial**
Leon Peyrou
Beatriz Carámbula
Luis Silveira

**Comisión de Asuntos Legislativos**
Leon Peyrou
Beatriz Carámbula
Matias Medina
Victor Reynoso
Luis Silveira

**Comisión Interinstitucional de la Actividad Inmobiliaria**
Leon Peyrou
Beatriz Carámbula
Álvaro Echaider
Luis Silveira
Matías Medina

**Comisión Prevención de Lavado de Activos**
Leon Peyrou
Luis Silveira
Matias Medina
Mario Méndez

**Consejo Consultivo**
R. Wilder Ananikian
Gabriel Conde
Alfredo Blengio
Gustavo Iocco
Rubén Álvarez

**Asesores**
Cra. Tania Robaina
Dr. Alberto Puppo
Dr. Santiago Carnelli
Dr. Leonardo Costa
Cr. Ricardo Domínguez

**Depto. de Socios**
Yoraicy Pedroza

**Secretaría General**
Natalia Martínez

# Sumario

7 Editorial: La nueva realidad y la calidad

8

Heraclio Labandera:
**Colonia inaugura Polo Turístico en la Plaza de Toros y su entorno**

12 Entrevista: de la Redacción de Ciudades
**Gustavo Hampl: La Escultura Futurbana y los cambios**

16 Atalívar Cal:
**La Ley de Urgente Consideración (19.889) y su incidencia en la contratación inmobiliaria**

20 Dr. Martín S. Acosta:
**Promoción de la inversión en Uruguay**

22 Asociación de Agrimensores del Uruguay:
**La Importancia de la verificación de la Mensura en la Compraventa de Inmuebles**

26 Dr. Juan Diana:
**La cantidad de ROS como indicador de riesgo de lavado: una nueva mirada de la SENACLAFT y su posible impacto en los controles del sector inmobiliario**

28 Ec. Natalie Ayçaguer:
**Un poco de historia: el BHU, las crisis y el crédito hipotecario**

30 Dr. Guillermo Sicardi:
**¿Por qué es tan cara la vivienda en Uruguay?**

33 Dr. Julio Decaro:
**Como semillas**

34 Ing. Luis Romero Álvarez:
**Precios de inmuebles**

37 Gonzalo Noya:
**Ama lo que haces**

40 Abril Pérez Alves:
**Expensas Comunes**

44 Natalia Tellechea:
**Estrategia de redes**

48 Santiago Core:
**Comunicación tradicional: las balconeras**

50 Alfredo López Salteri:
**El Factor Humano en las Organizaciones**
**Del pasado al Futuro**
**Una mirada sobre los escenarios e implicancias de la nueva realidad para un proceso de cambio**

53 João Teodoro Da Silva:
**Educación profesional**

54 Análisis: de la Redacción de Ciudades
**Errónea intervención del Estado distorsiona al sector**

56 Análisis: de la Redacción de Ciudades
**Desafíos de las cámaras empresariales en la evaluación de la conformidad**

# 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

# ASESÓRESE CON UN OPERADOR INMOBILIARIO FORMAL PARA:

Tasar Vender Comprar Alquilar

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

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

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

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

CÁMARA INMOBILIARIA DESDE 1973 PUNTA DEL ESTE - MALDONADO

# ¡Felices 49 años!

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya felicita a su cámara adherida Cámara Inmobiliaria Punta del Este Maldonado por su 49º Aniversario.

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

# La nueva realidad y la calidad

**Leon Peyrou**

*Presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya*

La economía en general muestra signos alentadores, pero como cualquier fruto de la nueva realidad, aún debe tomarse con cautela.

Los datos sanitarios del país han mejorado, pero es necesario reconocer que las buenas noticias también coexisten con la incertidumbre de un siempre temido rebrote o retroceso sanitario.

Se advierte una luz al final del túnel de la pandemia, pero parece claro que ésta aún no terminó.

La economía nacional muestra un natural repunte debido al retorno paulatino de las actividades, en cuyo marco el negocio inmobiliario es un reflejo fiel en el espejo.

Pero existen en el rubro de bienes raíces inyecciones suplementarias a ese repunte vegetativo de la economía, como la política derivada de la legislación de vivienda promovida, que muestra un estímulo para el sector.

Un ejemplo es lo ocurrido con el incremento de más de un 100% en los proyectos de vivienda promovida presentados en el año móvil agosto 2020-agosto 2021 por promotores privados.

Según la Agencia Nacional de Vivienda (ANV), en ese periodo fueron ingresados 179 proyectos promovidos, con un total de 5.571 viviendas, lo que representó un incremento de 101,7% respecto al período inmediato anterior.

En este período de cambios hay que saber aprovechar los buenos vientos.

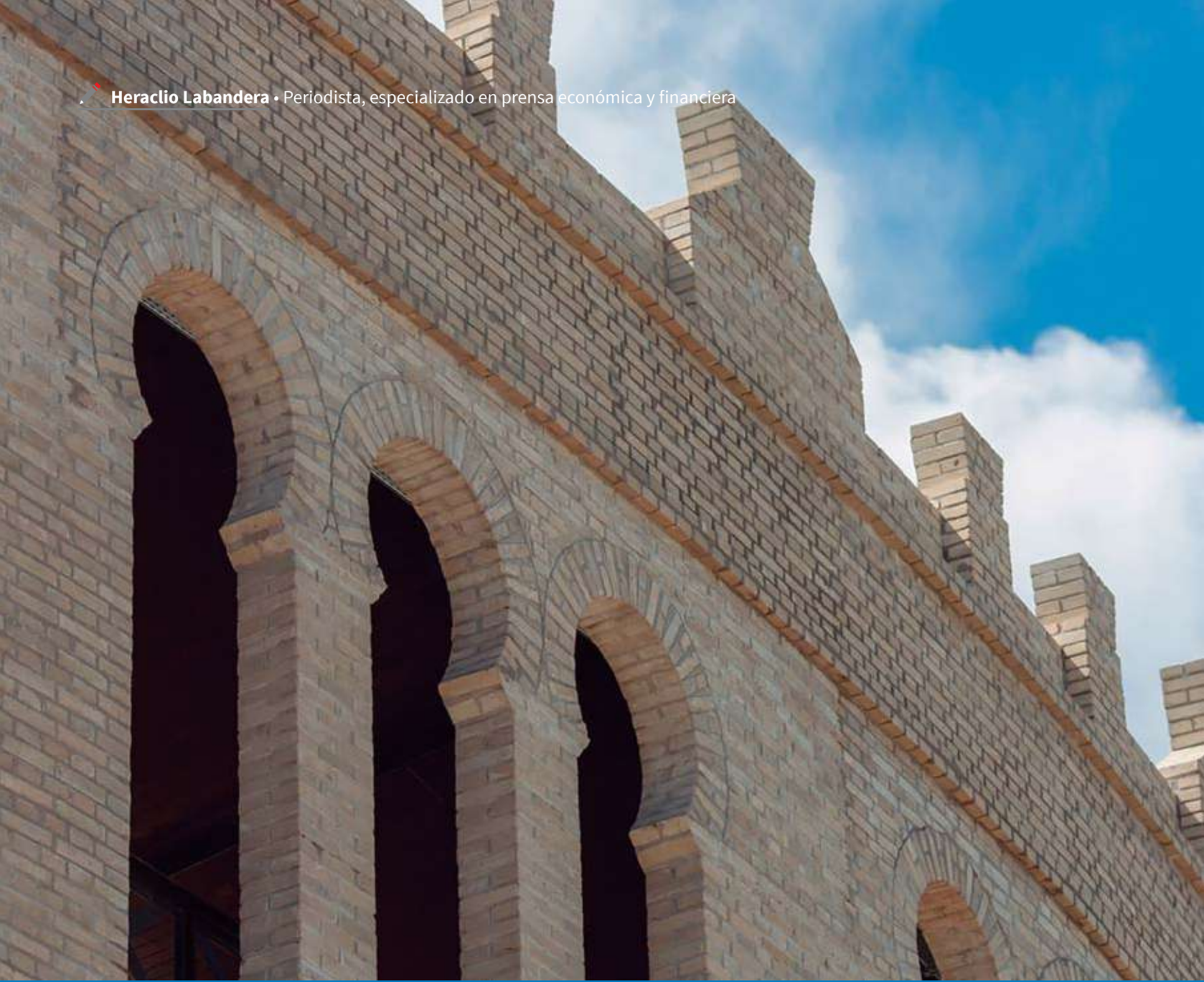
El mundo inmobiliario en el marco que ofrece este nuevo panorama, debe adoptar las novedades con inteligencia y plasticidad.

El diferencial en estos tiempos debe radicar en extremar esfuerzos en favor de la calidad.

Es imperioso recalibrar la mira. Porque un negocio basado en los servicios que brinda, debe apuntar a esta meta, para atender de manera eficiente a un mercado dinámico en sus cambios.

Esta es una razón más para estimular la profesionalización de los profesionales del sector, y abogar en favor de la tan demandada Ley del Operador Inmobiliario.

**Heraclio Labandera** • Periodista, especializado en prensa económica y financiera



*Fotos del artículo: Intendencia de Colonia*

# Colonia inaugura Polo Turístico en la Plaza de Toros y su entorno

Con un impresionante despliegue y una cuantiosa inversión, el Gobierno Departamental de Colonia apostó en grande con la creación de un Polo Turístico en torno a la Plaza de Toros Real de San Carlos.

El proyecto no solo tuvo el propósito de restaurar una magnífica construcción que a pesar de haber sido declarada Monumento Histórico, era un verdadero ícono ruinoso.

También fue un buen pretexto

**Heraclio Labandera**

*Periodista, especializado en prensa económica y financiera*

para reinsertar en la vida de la ciudad lo que era un espectral edilicio de vieja memoria, devuelto ahora como emporio de actividades.

En el complejo funcionarán una galería comercial, áreas para las artes y la música, astronomía, centro de convenciones, y hasta un desarrollo deportivo con frontón incluido, entre otras actividades.

La inauguración es la culminación de un extenso período de incertidumbre marcado por el impacto de la pandemia, en lo que estima es la mayor inversión pública en la historia del Departamento.

La obra insumió unos US$ 7.000.000, y fue realizada para la Intendencia de Colonia con fondos públicos y el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El novísimo director de Turismo de la Intendencia de Colonia, Martín de Freitas, explicó a CIUDADES que este desarrollo no solo abarca el cuerpo del añejo edificio, sino al entorno urbano en derredor del antiguo ruedo.

> “Se buscará armonizar este centro que es el Real de San Carlos restaurado, con la oferta de actividades propuestas en las manzanas que lo rodean, sostuvo.”

Explicó que existirá un circuito gastronómico y se estimularán actividades relacionadas con las producciones agroindustriales de la zona rural en la periferia de la capital coloniense.

## El viejo edificio

La construcción de la Plaza de toros Real de San Carlos se inició en 1909 y terminó en 1910, cuando comenzaron a funcionar las actividades de la tauromaquia, como se denomina en el castellano coloquial al “arte de lidiar toros”.

El enorme edificio levantado fue circular ya que su geometría seguía el contorno de la arena de corridas, con un diámetro de 100 metros, una circunferencia edilicia de 295 metros y un ruedo de 50 metros de diámetro.

Cuando organizaban corridas, llegaban espectadores desde los Departamentos vecinos a Colonia, y desde Argentina.

El público que venía de Buenos Aires para ver los toreos arribaba en los vapores “Tritón”, “Rivadavia” y “Colonia”, de la compañía Mihanovich, que atracaba directamente en el muelle del Real de San Carlos.

El edificio original contaba con restaurante, bares, escenario, un teatro y espectáculos musicales o grotescos como las peleas de boxeo en aquel entorno del principio del siglo XX.

Un hijo del cónsul español tramitó los permisos municipales para edificar el desarrollo turístico que entonces se llamó “Complejo Turístico Nicolás Mihanovich”, ya que además de la Plaza de toros, tenía muelle y hotel.

Pero el fenomenal coliseo tuvo corta vida, ya que apenas dos años

después (1912) de tamaña inversión, las corridas de toros fueron prohibidas en el país.

Luego de ese año se celebraron algunas corridas ilegales y se montaron otros espectáculos para complementar los ingresos, pero de a poco las actividades fueron languideciendo.

Intentaron sin éxito hacer que las corridas retornaran mediante la argucia de pedir que Colonia estuviera exenta de la prohibición, pero todo fue inútil.

La Plaza fue construida en estilo mudéjar, lo que la asemejaba a los grandes ruedos de España, con arcos y detalles que en esta restauración sirvieron para conservar la prestancia del lugar.

La obra original fue levantada en ocho meses por el arquitecto croata Josip Marković y el ingeniero Dupuy, y la estructura de hierro del edifico fue traída en su totalidad de Gran Bretaña y armada en Colonia.

## Muerte y resurrección

Luego del fisco de la prohibición de las corridas de toros, el hotel siguió funcionando, de igual modo que el casino, pero ya no fue lo mismo.

El deterioro fue ganando terreno. En 1943 el Municipio de Colonia -lo que sería hoy su Gobierno Departamental- se hizo cargo del Complejo Mihanovich, debido a las demandas existentes contra la Sociedad Real de San Carlos, operadora del desarrollo original.

Entonces comenzó el grave abandono del Complejo y la Plaza de toros, los saqueos y las ruinas edilicia que llegaron al presente.

En 2012 y luego de una sudestada, la construcción perdió la parte superior de la fachada, que se encontraba en mejor estado de conservación que el resto de la edificación, dejando el peor espectro de abandono del coliseo.

Durante años se buscaron sin éxito inversores para reciclar la obra. Hasta que en 2019 el Gobierno Departamental de Colonia hizo una licitación luego de un largo peregrinar, a una empresa que en 18 o 24 meses liquidaría todos los detalles.

Aunque discurrió en el medio la pandemia, los plazos de ejecución de la obra de restauración se cumplieron con bastante precisión. Ahora Colonia tendrá otra cara. ■

# Importaban toreros y toros

Al inicio de esta historia las corridas se realizaron con toreros y toros traídos de España, Perú y Colombia, éstas últimas, dos de las tres principales plazas continentales donde a comienzos del siglo XX estaba desarrollada la tauromaquia en la América castellana.

Para la inauguración llegaron de España a lidiar los celebrados hermanos Ricardo y Rafael Torres, que vinieron especialmente para la ocasión, trayendo fama de los ruedos ibéricos.

Al lugar llegaba público de los Departamentos vecinos a Colonia, y desde Buenos Aires, cruzando el estuario en los vapores “Tritón”, “Rivadavia” y “Colonia”, de Mihanovich.

# ¿Peligroso espectáculo o espectáculo peligroso?

En el programa de las corridas, figuraban jocosas anotaciones que oscilaban entre el peor sentido común y la hilaridad.

Un crónica de época recordó que el prospecto de una de las corridas trajo escritas las siguientes recomendaciones:

“Se recuerda al público que no habrá derecho a protestar, por aquello de que a caballo regalado no se le mira el pelo. No mirar pues en domingo el pelo a la fiesta.  Se ruega no arrojar al redondel objetos ni personas; no silbar ni traer a cuento la familia de los lidiadores, que no tienen nada que hacer en el asunto”.

La crónica no deja en claro que era más riesgoso para el arte del torero o el oficio del espectador: si lidiar con el animal o ser echado al ruedo por el impetuoso público.

Entrevista al artista Gustavo Hampl

# La Escultura Futurbana y los cambios

*Fotos del artículo: futurbansculptures.com*

La escultura es una nueva herramienta de comunicación para Gustavo Hampl, sobre los cambios que trajo la nueva normalidad sobre las ciudades.

La oportunidad de estar atrapado por la pandemia en su país natal, le permitió a este uruguayo que tiene a Costa Rica como su centro de actividades comerciales, mostrar su retórica de imágenes y volúmenes con materiales profanos.

Para el artista, la piedra y la madera fueron letras de una palabra que transmite mensajes de formas en el acelerado mundo contemporáneo.

Él hace lo que llama Escultura Futurbana, un rincón de arte escultórico con señales cifradas nacidas de objetos accidentales, restos de construcciones y trozos perdidos de la ciudad.

Gustavo Hampl habló con CIUDADES sobre su arte, la creación de escultor y el itinerario que muestra como el curso de la vida puede cambiar de un día para otro.

**CIUDADES:** La pandemia estalló en los primeros días de 2020 y obligó a reprogramar muchos de los planes que ya se habían decidido. Para todos hubo un obligado y sorpresivo freno que marcó la existencia. ¿Por qué vinculás 2020 con la escultura?

**Hampl:** El viaje de retorno de mis vacaciones de verano cambió de rumbo inesperadamente. El viaje desde mi natal Uruguay hacia Costa Rica, país donde centralizo

*Escalón*

mis operaciones, estaba fechado para marzo, cuando ocurrió lo inesperado. Entonces las agendas y los planes previos cambiaron, comenzaban a esfumarse. Los humanos entrábamos a un escenario en el que el tiempo perdía su indiscutible protagonismo. Te diría que por momentos, tuve la sensación de flotar en un presente continuo.

**CIUDADES:** El obligado freno vital que trajo el aislamiento provocado por la pandemia, para muchos despertó capacidades dormidas en los seres humanos. En tu caso, fue la escultura, una experiencia artística que no había trascendido del fuero íntimo. ¿Cuál para vos, fue tu hilo conductor?

**Hampl:** Desde muy niño, el impulso de crear me llevó por variados caminos de la inventiva y el arte. Seguía la pretenciosa consigna de hacer cosas que, en mi fantasía infantil, serían "únicas y novedosas". Pero entrando en la adultez, la ineludible necesidad económica me fue sumergiendo en el terreno industrial, donde caminé por lugares donde pude seguir inventando y diseñando, aunque esta vez con productos, equipos y procesos, buscando posibles nuevos nichos comerciales.

**CIUDADES:** ¿Qué elemento para vos ha sido un detonante de inspiración?

**Hampl:** Sin duda, el vínculo entre la Industria y el Medio Ambiente, esa novedad cultural surgida a principios de la década de los 80's. Los temas asociados con la salud y la conservación ambiental me entusiasmaron desde mucho antes de que los mismos fueran algo difundido en el mundo. La lucha por la conservación de la vida silvestre, inculcar la conciencia medioambiental y la necesidad de una agricultura orgánica, incluso antes de la existencia de certificadoras, se entrelazaron siempre con mis actividades empresariales. Arribamos al presente con empresas productivas de alimentos y cosméticos naturales en el campo internacional, bajo la formidable dirección de mi hermano Christian, y una fundación que dirijo dedicada a la formación de corredores biológicos en las áreas urbanas, a través de la siembra y cuidado de árboles nativos. Costa Rica fue el país escogido para estos desarrollos, debido a su vocación ecológica, su estabilidad social y su equidistancia con importantes mercados.

**CIUDADES:** Vos bautizaste tu escultura como Futurbana. ¿Qué hay detrás del concepto "Futurbanista"?

**Hampl:** Mucho tiempo atrás pensaba que la superficie del planeta

había sido tomada por nuestra especie, sin contemplar la existencia de otros seres vivos, habitantes originales que ya estaban en esos lugares mucho antes de que la humanidad existiera. Imaginaba un cambio a ese respecto, mediante la modificación de los asentamientos urbanos, transformando la arquitectura junto a una poderosa tecnología de auto sustentabilidad. Un potenciado uso de la verticalidad habitacional y agrícola, llevado a dimensiones superiores. Todo bajo la consigna de usar la tecnología para crecer hacia arriba, concentrando así la actividad y el manejo de la productividad y de los desechos contaminantes. El objetivo es liberar áreas y conexiones críticas de la superficie terrestre, para que la naturaleza detenga su ritmo de desaparición y comience a prosperar.

**CIUDADES:** ¿Cómo fue tu encuentro con la escultura?

**Hampl:** Surgieron en mi imaginación variadas formas edilicias que acompañaran estéticamente tal concepto. Fue así que hallé una gratificante manera de llenar este inesperado "paréntesis existencial", generado por la pandemia. Bauticé al proyecto, pasé al papel, a los materiales y al trabajo. La estética y la idea conceptual parecían encontrarse entre ellas con comodidad. No recuerdo haber planeado nunca, trabajar en esta labor artística, pero en estas especiales circunstancias, de forma espontánea abracé a la escultura como si siempre hubiera estado en mi vida.

**CIUDADES:** ¿Cómo es el itinerario de tu proceso creativo?

*Tríptico*

*Podio*

*Selva Negra*

*Rascacielos*

*Visite página web de Gustavo Hampl escaneando el código QR*

**Hampl:** Mi proceso creativo empieza con una idea general, aún imprecisa. Comienzo a trazar con las manos en el aire. De algún modo, la mente conserva con bastante precisión el recorrido de estas líneas imaginarias, haciendo que en su paso al lápiz se acerquen asombrosamente a lo concebido a través de gestos. La consideración del impacto al medio ambiente se constituyó también en un factor medular. La búsqueda de materiales que ya hubieran cumplido un uso en el pasado, ha sido toda una aventura. Trozos de un rico legado arquitectónico destinado a desaparecer, piezas descartadas, sobrantes de canteras ya desaparecidas, maderas de antiguos árboles que de algún modo, así obtenían una tercera razón de existir.

**CIUDADES:** ¿Por qué elegiste la piedra como modalidad de expresión?,¿Qué te indujo a servirte de algo inerte para generar un diálogo con quien mira tu escultura? ¿Habrá necesidad de algún día cambiar esos materiales?

**Hampl:** Lo que más me atrajo de la piedra fue su perduración en el tiempo, imaginar cuando ese material estaba bajo la superficie, durante millones de años, como esperando salir a la luz. Se siente que son piezas que trascenderán por mucho la existencia de quien las trabajó. Ahora, no solo es piedra, también la madera está presente. Siempre madera recuperada, reciclada o remanentes. Tengo además el plan de crear algunas esculturas con vigas de demoliciones con más de 100 años de antigüedad. En el caso de piezas recuperadas. Me conmueve poderle dar vida a algo que parece ya muerto, destinado a desaparecer.

**Atalívar Cal** • Escribano Público

# La Ley de Urgente Consideración (19.889) y su incidencia en la contratación inmobiliaria

*"Defendemos las leyes de urgencia que lejos de ser un avasallamiento de las facultades parlamentarias, son quizás el único modo de que ambas Cámaras -Senadores y Diputados- trabajen y reconquisten su prestigio. En las leyes de urgencia el Parlamento mantiene intactas sus facultades y posibilidades y puede, por supuesto, rechazar expresamente cualquier proyecto del Ejecutivo."*

*Zelmar Michelini*
*artículos periodísticos y ensayos*
*Cámara de Senadores*

En momentos en que los uruguayos debatimos sobre la conveniencia o no de derogar o mantener algunos artículos de la Ley 19.889 (LUC), creemos interesante hacer una breve reseña sobre lo que aparejó la aprobación de esta norma para la contratación en materia inmobiliaria.

Con la LUC llegaron cambios en materia de medios de pago, en algunos aspectos del control de lavado de dinero y se introdujeron algunas modificaciones al Código Civil, especialmente en materia de prescripción adquisitiva, cambios todos que tendieron a la facilitación de los negocios.

## Los cambios en materia de pago de precio

Hasta la vigencia de la LUC, la legislación era fuertemente rígida en materia de pagos de precio, tanto en materia inmobiliaria como en negocios sobre acciones, establecimientos comerciales, vehículos u otros bienes muebles, etc., lo que aparejaba muchas veces dificultades en la instrumentación y mayores costos para las partes.

Todo ello, además, ocurre en un país donde ha bajado sustancialmente el número de sucursales bancarias y no abundan los cajeros automáticos.

Con la LUC se modificaron algunos artículos de la Ley de Inclusión Financiera (19.210) y se permitió el pago y entrega de dinero en efectivo "en toda operación o negocio jurídico, cualesquiera sean las partes contratantes" hasta la suma de 1.000.000 de Unidades Indexadas.

Por el saldo, si lo hubiere, se mantuvo la forma de pago anterior pero el simple cambio realizado permite hoy hacer retenciones para pagos de impuestos, honorarios o acreedores facilitando mucho una operación, además de salvar los gastos que conlleva la emisión de nuevas letras de cambio o transferencias bancarias.

A veces la liquidación de un acreedor o la determinación de cualquier retención, puede cambiar minutos antes de otorgarse un negocio y si todo está instrumentado en letras de cambio, resulta muy complejo solucionar la parte formal en el momento.

Asimismo, razonablemente, se puso a cargo de los Registros Públicos el control del cumplimiento de las nuevas disposiciones.

Podríamos discutir si el monto de

**Atalívar Cal**

*Escribano Público.*
*Ex Presidente*
*de la Asociación*
*de Escribanos*
*del Uruguay.*
*Experiencia en*
*Gerencias de Legales*
*en instituciones*
*financieras*

un millón de Unidades Indexadas es bajo o alto, si debería haber un importe menor o mayor, pero nunca podrá discutirse que ha facilitado la contratación y concreción de negocios generando con ello movimiento en la economía traducido por lo menos, en trabajo y pago de impuestos.

Mirando cómo ha sido el comportamiento de estos cambios en más de un año de vigencia de la Ley de Urgente Consideración, creo que cualquier persona o profesional (escribano, operador inmobiliario) que haya intervenido en un negocio de compraventa antes y después de la LUC, sin dudas no votará por derogar estas disposiciones. Y si no participó pero se informa, tampoco votará la derogación.

**Los cambios en materia de control de lavado de dinero (LAFT)**

En el art. 225, la LUC introdujo un nuevo concepto, importante para el comprador que debe justificar la legítima procedencia de los fondos que aplicará en la adquisición y para los profesionales intervinientes (escribanos e inmobiliarias) que deben controlarlo.

Sin desconocer los requisitos exigidos al país desde el concierto internacional en materia de prevención LAFT, se incorporó la aplicación de medidas simplificadas de debida diligencia.

Ocurre cuando clientes residentes o no residentes que provengan de países que cumplen con los estándares internacionales en materia de prevención, realicen la operación “utilizando medios de pago electrónicos, tales como transferencias bancarias u otros instrumentos de pago emitidos por instituciones de intermediación financiera, o de los que estas fueran obligadas al pago, o valores de los que estas fueran depositarias”.

Atendiendo que las instituciones de intermediación financiera cuentan con departamentos especializados en el control LAFT y son supervisadas por el Banco Central, es lógico que al actuarse con medios de pago bancarizados los posteriores controles muy poco agreguen en materia de prevención.

Derogar esta disposición nada importante le aportaría al país, porque con esta norma se está dentro de las exigencias del GAFI y en cambio, seguramente la derogación impactaría negativamente en el clima de negocios.

La norma es positiva y no expone al Uruguay, por lo que no debería votarse la derogación.

## Las modificaciones al Código Civil

La LUC vino a actualizar a la realidad del Siglo XXI algunas disposiciones relativas a domicilios de testigos y Escribanos en materia de Testamentos y Repudiación de Herencia, aunque el verdadero hito lo marcó con el cambio que introdujo en materia de prescripción adquisitiva donde nuestro país se acercó al resto de las demás legislaciones de la región y del mundo, actualizando los plazos establecidos en el Código Civil en esta materia.

Con la LUC se redujo el plazo de las prescripciones adquisitivas de 30 a 20 años permitiendo que muchas personas regularicen la situación jurídica de terrenos que ocupan de mucho tiempo. Además se generó una gran herramienta para solucionar problemas jurídicos, recuperando para el tráfico jurídico muchos inmuebles que por diferentes razones tienen problemas en la titulación que impiden su comercialización.

Ahora pueden subsanarse una década antes, generando trabajo para Escribanos, Inmobiliarias, Industria de la Construcción y recaudación de impuestos para el Estado.

Es de tanta importancia de esta baja a 20 años para la prescripción adquisitiva concretada en la LUC, que con alegría decimos que por suerte no fue impugnada y no está planteada la posibilidad de su derogación en el próximo referéndum.

## Las donaciones: un tema que la LUC dejó pendiente

Atendiendo una eventual acción de reducción de donaciones inoficiosas, el título de propiedad donación tiene en nuestra plaza muy baja circulación por lo que un inmueble donado, en general no es considerado para venderse ni para salir de garantía hasta pasados 4 años de la muerte del donante.

El proyecto de LUC contenía una disposición que subsanaba la problemática, pero sin embargo, fue –lamentablemente- retirada del proyecto.

A posteriori, se presentó la solución como proyecto separado e independiente y hace pocas semanas se le dio media sanción.

Conociendo los beneficios que traería que se concretara en Ley, esperamos con mucha expectativa que esto se produzca en el menor tiempo posible. ■

# ¿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

**Dr. Martín S. Acosta** • Abogado. Rica Consultores

# Promoción de la inversión en Uruguay

El retorno a la normalidad está cada vez más cerca. A partir del 1° de noviembre los extranjeros que no sean residentes legales y estén vacunados contra el COVID-19 podrán ingresar al país.

Seguramente se reactiven muchos proyectos, negocios e inversiones que no pudieron concretarse como consecuencia de la Pandemia. Resulta oportuno entonces repasar algunos aspectos del régimen vigente en Uruguay para la promoción de las inversiones, como forma de aprovechar todas las ventajas y posibilidades disponibles.

**Régimen Promocional de Inversiones**

En el último año se incorporaron mejoras sustanciales al régimen de promoción de inversiones, simplificando varios aspectos formales y operativos.

Uno de los aspectos más relevantes refiere a la inversión elegible, la cual comprende los bienes muebles que integran el proyecto destinados directamente a la actividad de la empresa, así como la construcción de inmuebles y las mejoras fijas que sean realizadas en inmuebles propiedad de terceros.

También son elegibles para la promoción de la inversión los bienes adquiridos en plaza, directa o indirectamente afectados al proceso productivo, siempre y cuando los mismos no hayan sido objeto de beneficios fiscales con anterioridad.

Como principal beneficio de un proyecto de inversión promovido se destaca la exoneración de hasta un 90% del Impuesto a la Renta de las Actividades Económicas (IRAE), por el período de tiempo que sea establecido en la resolución que concede el mismo.

Otros beneficios refieren a la exoneración del Impuesto al Patrimonio, del IVA en la importación de bienes, así como su devolución por las compras realizadas en plaza, además de la exoneración de tasas y tributos en la importación.

**Requisitos para que los beneficios sean concedidos**

Para obtener los beneficios, además de realizar la inversión, se debe cumplir con ciertos indicadores y obtener al menos un punto en una matriz que va de 0 a 10 puntos, sin considerar el indicador referido a la descentralización de la inversión.

Los indicadores son:

- Generación de empleo.
- Exportaciones.
- Producción limpia.
- Innovación y desarrollo.
- Indicador sectorial.
- Descentralización.

Es importante destacar, como una de las recientes novedades, que se estableció un régimen simplificado, utilizando para la asignación del puntaje únicamente el indicador referido a la generación de empleo.

En tal sentido, se amplió la ponderación del 40 % al 50 % en el otorgamiento de puntos, haciendo foco en incentivar que las empresas contraten personal.

También se redujo la cantidad de horas mínimas establecida para los trabajadores mensuales y jornaleros, que pasó a ser de 30 y 130

**Dr. Martín S. Acosta**

*Abogado. Agente de la Propiedad Industrial. Postgrado en Tributación Internacional en la Universidad de Montevideo. Responsable del Departamento Legal de RICA Consultores.*

horas semanales respectivamente.

Por su parte, las micro y pequeñas empresas (con menos de 19 empleados o ingresos anuales menores a 10.000.000 de Unidades Indexadas), podrán gozar del beneficio de un año de extensión de la exoneración y un 10 % de puntaje adicional, con la posibilidad aplicar una matriz simplificada para la presentación de su proyecto.

**Margen de cumplimiento**

Dada la existencia de contingencias en el logro de las metas propuestas en un proyecto de inversión, se contempla un margen de tolerancia entre lo que la empresa anticipa y lo que realmente suceda a futuro.

Previo a la actualización normativa, el margen era del 10 % en la obtención del puntaje proyectado, que con las modificaciones pasó a ser del 20 %, cambiando también la forma en que se aplica dicho margen (antes se aplicaba en cada ejercicio, ahora se aplica al finalizar el proyecto). ■

Reapertura de fronteras

# Ingreso de Extranjeros no residentes vacunados contra el Covid-19

Al momento de escribir esta nota el Poder Ejecutivo confirmó que, a partir del mes de noviembre, se reabrirán las fronteras para que los extranjeros que no sean residentes legales puedan ingresar al país, siempre que acrediten estar vacunados contra el COVID-19. De esta forma el cierre de fronteras vuelve a flexibilizarse parcialmente, dado que continuará vedado el ingreso de extranjeros que no sean residentes legales y no estén inmunizados contra el virus.

| CONDICIONES PARA EL INGRESO | |
|---|---|
| Vigencia | 1° de Noviembre de 2021. |
| Alcance | Personas extranjeras que no sean residentes legales. |
| Requisito | Estar vacunado contra el virus COVID-19 y haber completado el período para lograr la inmunidad (14 días luego de recibir la única o las dos dosis). |
| Vacunas admitidas | Todas las que estén aprobadas en el país de origen de la persona. |
| Acreditación | Certificado de Vacunación. |
| Mayores de 18 años | Deben estar vacunados contra el COVID-19 para poder ingresar al país. |
| Menores de 18 años | Se admite que puedan ingresar sin estar vacunados contra el COVID-19. |
| Aislamiento social | Deben realizarlo los menores de 18 años que provengan de países donde no se haya aprobado ninguna vacuna contra el virus para su franja etaria. |
| Test PCR-RT | Obligatorio realizarlo dentro de las 72 horas previas al viaje. |
| | Se debe repetir el Test en Uruguay al séptimo día del anterior. |
| | El Test no es obligatorio para menores de seis años. |
| Declaración Jurada | Debe completarse On-Line previo a viajar. |
| Ingreso con vehículo | Es posible viajar con automóvil. Habilitados cruces de frontera terrestre. |
| Residencia Legal | Podrán tramitarla durante su estadía. |
| Cédula de Identidad | Tramitada la residencia legal podrán obtenerla. |
| Vacunación en Uruguay | No prevista para mayores de 18 años, dado que para poder ingresar al país deben estar vacunados contra el COVID-19. |
| | Se considera habilitar la vacunación de menores entre 12 y 18 años. |
| | Si la persona tramita la residencia legal podrá vacunarse contra el COVID-19 en Uruguay, luego de obtener la cédula de identidad. |

# La importancia de la verificación de la Mensura en la Compraventa de Inmuebles

En este artículo te contamos porque es importante hacerla.

Cuando vas a comprar una parcela, ¿te has hecho alguna de estas preguntas?

- ¿Tenés la certeza que tu predio, el que fuiste a ver y recorriste, es efectivamente el predio que estas comprando?
- ¿O cuando estás en él, ves que un vecino tiene un muro que te parece que invade tu predio?
- Pensás edificar, pero, ¿tenés la certeza desde qué lugar podés empezar a construir tu casa?, etc…

Esas preguntas que te hiciste cuando fuiste a la inmobiliaria, o hablaste con tu vecino para comprarle el terreno o la casa, y luego de acordar el precio, la forma de pago y demás condiciones, te plantearon: "¿cómo hacer para verificar los límites?"

Si te has hecho estas preguntas, u otras similares respecto de la utilización de la propiedad, este artículo llegó para aclararlas.

*Escrito por:*

**Ing. Agrimensor Jose Carlos Hantzis**

**Ing. Agrimensora Rosario Casanova**

**Ing. Agrimensor Juan Ignacio Beyhaut**

**Por qué es necesario revisar la Mensura del predio**

En el título de Propiedad de un Inmueble se asigna una Cláusula al OBJETO, que refiere a la descripción del bien que están contratando las partes.

Por lo que dicha descripción cobra un rol relevante en la COMPRAVENTA y debe ser descripta y referida a un Plano de Mensura registrado en la Dirección Nacional de Catastro.

Para evitar futuros conflictos, es de primordial importancia, la coincidencia entre los DERECHOS que se expresan en el Título, a partir de los elementos que contiene el Plano de Mensura, y los HECHOS existentes al momento de producirse una transacción.

La verificación de esta concordancia o el establecimiento de las eventuales discordancias existentes es una de las funciones esenciales del Ingeniero Agrimensor; que es el profesional que sirve de "ojos" para que el Escribano autorizante de una enajenación tenga certeza de que el OBJETO coincide con la situación real.

**Definición y características de la Mensura del Padrón**

Hoy, para que un Plano de Mensura pueda ser registrado, debe cumplir con el Decreto 318/95.

En éste se especifican todos los elementos del inmueble que deben estar presentes en el documento: identificación catastral, ubicación, deslinde, área, orientación, coordenadas, escala gráfica, linderos, antecedentes dominiales y gráficos del padrón, nombre y firma del propietario del padrón, nombre de calle frentista, ancho y tipo de pavimento, etc. y debe estar realizado y firmado por un Ingeniero Agrimensor.
Verificación de la Mensura por Ingeniero Agrimensor

Los datos y referencias que se expresan en los Planos de Mensura son informativos de la situación en la fecha en que se registró el plano.

Por razones de seguridad jurídica, en atención a los actuales plazos de prescripción de derechos reales, es recomendable realizar una verificación o una nueva mensura de la parcela, especialmente cuando el plano de mensura antecedente tiene más de 20 años de antigüedad.

Esta verificación permitirá conocer la situación de los muros y construcciones linderas; si existen invasiones o muros mal emplazados, la situación de la calle frentista y su límite legal y si existen afectaciones a la parcela.

Asimismo, disponer de la Mensura y del conocimiento de la situación actualizada del Padrón son elementos fundamentales para la realización de Proyectos de Construcción y de Obras Nuevas.

El Arquitecto para proyectar nuevas construcciones o reformas podrá ajustar y optimizar la propuesta en base a una Mensura, que presenta los límites legales posicionados en el terreno. Recordemos que, a partir de los límites legales deben considerarse los retiros frontales, laterales y posteriores.

**Ventajas del Control de Mensura**

La verificación de la Mensura del Padrón y de la situación actual del inmueble brinda una seguridad invaluable a ambas partes en una compraventa; comprador y vendedor, de forma de asegurar una transacción justa y confiable, así como para quienes proyectan o ejecutan nuevas obras en un predio.

Particularmente, se presentan estos problemas en Balnearios o Fraccionamientos que fueron aprobados en décadas anteriores, en los que aún no se desarrollaron ni urbanizaron.

Al no haber desarrollo, no hay mojones, ni referencias de calles y elementos para ubicar el padrón, situación que se da a menudo en la Costa del Rio de la Plata y Océano Atlántico, desde Colonia hasta Rocha.

Situaciones en la que es fundamental la intervención del Ingeniero Agrimensor, el que deberá realizar una serie de relevamientos y controles respecto al Plano de Mensura del Fraccionamiento para ubicar y amojonar el padrón solicitado.

Hoy en día, las normativas departamentales, de algunos departamentos de la costa, solicitan al momento de tramitar un Permiso de Construcción un Certificado de Amojonamiento, que incluye información de niveles del terreno mediante curvas de nivel y, en algunos casos, el trazado de la recta de comparación.

Finalmente, nos parece importante resaltar tres ventajas fundamentales por las cuales es aconsejable realizar una mensura en su predio:

Evita cualquier sorpresa posterior a la transacción o a la obra que no haya sido considerada respecto a la definición y dimensiones del bien, existencia de invasiones, ubicación y situación de muros medianeros, servidumbres y otras posibles afectaciones.

Permite realizar negociaciones a tiempo, en caso de presentarse situaciones que deban resolverse, como regularizaciones de obras, diferencias de áreas, restricciones o derechos de uso, etc..

El costo de la Mensura no es significativo frente al valor del inmueble. El beneficio y tranquilidad que trae consigo esta actuación, tanto en transacciones inmobiliarias o en ejecuciones de obra, es mucho mayor que el costo del relevamiento.

Si usted quiere:

- Tasar
- Vender
- Comprar
- Alquilar

>

# Asesórese con un operador inmobiliario formal

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

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

CIU
CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

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

**Dr. Juan Diana** • Brum & Costa Abogados

La cantidad de ROS como indicador de riesgo de lavado:

# Una nueva mirada de la SENACLAFT y su posible impacto en los controles del sector inmobiliario

El panel de apertura de la edición 2021 de nuestro "Compliance Day" (evento de capacitación anual llevado a cabo los pasados días 20 y 21 de octubre) se tituló "Efectividad de los controles antilavado: experiencia uruguaya. Impacto en la percepción de riesgo".

Dicho panel contó con la presencia del Dr. Jorge Chediak, Secretario Nacional Antilavado, y el Dr. Esc. Gustavo Misa, Supervisor de Fiscalización de la SENACLAFT, quienes junto al Dr. Leonardo Costa abordaron una serie de aspectos de especial interés para los sujetos obligados a aplicar controles antilavado del sector inmobiliario.

Como uno de los aspectos de mayor relevancia en este sentido, cabe hacer mención a lo expresado por el Dr. Chediak en relación a la baja en la cantidad de Reportes de Operaciones Sospechosas de lavado ("ROS") remitidos por el sector no financiero durante el año 2020.

Concretamente, Chediak «dijo que "coexisten dos visiones" a la interna sobre la baja de los ROS, que señaló es una tendencia "que no es de ahora, viene desde 2018".

Indicó que mientras en la UIAF del Banco Central "predomina una idea negativa sobre la baja de los ROS (es decir, que perjudica el combate al lavado), nosotros (SENACLAFT) tenemos más interrogantes que certezas" sobre esa interpretación» [1].

Por su parte, Misa se manifestó en

1 Fragmento de redacción extraído de la nota periodística de "La Diaria", de fecha 20 de octubre de 2021, disponible on-line en https://ladiaria.com.uy/politica/articulo/2021/10/chediak-coexisten-dos-visiones-sobre-tendencia-a-la-baja-de-los-reportes-de-operaciones-sospechosas-de-lavado-de-dinero/

**Dr. Juan Diana**

*Abogado. Encargado de brindar asesoramiento jurídico a empresas, asociaciones civiles e instituciones financieras, principalmente en las áreas de derecho bancario y del mercado de capitales, así como en cuestiones vinculadas a la prevención del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.*

la misma línea poniendo en tela de juicio el criterio "tradicional" sobre el punto.

Ahora bien, ¿a qué refieren más específicamente los titulares de SENACLAFT con dichas expresiones y cómo deberían interpretarse en relación al impacto en los controles antilavado del sector inmobiliario de cara al futuro?

Antes de intentar responder estas preguntas, es importante refrescar el contexto: de acuerdo a la información divulgada por la Unidad de Información y Análisis Financiero del Banco Central (UIAF), durante el año 2020 se produjo una disminución del 10% en la cantidad total de reportes en relación al año anterior, lo que se traduce en una caída del 54% si se desagrega únicamente en la cantidad de reportes provenientes del sector no financiero.

A partir de la publicación de esta información se produjo una polémica en relación a las posibles causas que provocaron la caída en los ROS, mencionándose entre otras la disminución de actividad a raíz de la pandemia del COVID-19, y las modificaciones introducidas al régimen legal antilavado por la Ley de Urgente Consideración N°19.889 (LUC).

No obstante, las ideas abordadas tanto por Chediak como por Misa en el evento apuntan a un aspecto más profundo del tema, vinculado a la forma en que se mide el riesgo de lavado al que se encuentra expuesto el país y, concretamente, a la utilización de la cantidad de ROS como indicador de riesgo.

En este sentido, presentaron una visión más "moderna" sobre dicho asunto, contraponiéndola así a lo que podría denominarse la visión "tradicional".

Bajo la nueva lógica, se pone énfasis en la calidad de los reportes y la preponderancia de estos como herramienta preventiva (y no tanto en su utilización reactiva, es decir frente a la mera constatación de antecedentes del cliente).

Esto es bajo la premisa de que un país se encuentra realmente expuesto a riesgos de lavado en tanto y en cuanto se verifique una cantidad relevante de ROS con suficiente información sobre la operativa reportada, y asimismo realizados en momentos previos a la efectiva materialización de la maniobra, de forma tal de que permita a las autoridades controlar y combatir ex ante las eventuales figuras delictivas.

Esta visión se relaciona estrechamente con los principios de integridad y oportunidad del ROS.

De acuerdo a la guía sobre "mejores prácticas para el reporte de operaciones sospechosas" elaborada por el BCU (aplicable tanto a los sujetos obligados financieros como no financieros), la integridad refiere apunta a que en el ROS se debe "aportar todos los datos disponibles sobre las personas objeto del reporte, las fechas de las transacciones, los montos, los productos financieros y no financieros relacionados con el caso, las características precisas de inusualidad o sospecha que presenta el caso, así como sobre los motivos del reporte".

Por su parte, el principio de oportunidad refiere a que al momento de su presentación, el ROS debe permitir a la UIAF u otras autoridades competentes "estar en condiciones de adoptar una acción preventiva para evitar la concreción de una operación y/o para inmovilizar activos presuntamente vinculados con alguna actividad delictiva, así como para permitirle a la UIAF, si correspondiera, brindar algún tipo de instrucción al reportante respecto de la conducta a seguir con su cliente".

A la luz de lo anteriormente analizado, es probable que la SENACLAFT apunte a una mayor calidad y oportunidad de los reportes realizados por los sujetos del sector no financiero (dentro de los cuales se encuentran los del sector inmobiliario), pudiendo ajustar de esta manera el enfoque de supervisión aplicado en las inspecciones.

En tal sentido, la referida autoridad podría llegar a ponderar en menor medida la cantidad de ROS realizados por un sujeto supervisado, pasando a considerar en mayor medida los otros aspectos de la herramienta que se vienen de mencionar.

Ante la eventualidad de este posible cambio de enfoque en la supervisión, los sujetos obligados inmobiliarios deberían estar preparados para afrontar el desafío, siendo capaces de aplicar controles antilavado que estén orientados a lograr reportes oportunos y de mayor calidad en lo referido a su contenido, debiendo incluso -en algunos casos- adoptar estándares más exigentes de control en las etapas preliminares de las operaciones a su cargo. ■

**Ec. Natalie Ayçaguer** • Bricksanddata.uy

# Un poco de historia: el BHU, las crisis y el crédito hipotecario

**Primer Capítulo**

Algo de historia y ver el transcurso del tiempo a veces es necesario para entender las formas en que actúan ciertos procesos.

El Banco Hipotecario del Uruguay tiene una gran historia y es el que está relacionado al financiamiento de la vivienda en nuestro país.

Hablar de crédito hipotecario, sin hablar de la historia y creación del Banco Hipotecario del Uruguay (BHU), es como dejar un casillero en blanco.

Para tener idea, la dinámica del crédito para vivienda se remonta al año 1887 cuando se creó el Banco Nacional.

Es más, hasta el año 1947 donde se habilita al BHU a recibir depósitos, en el sector privado el financiamiento se constituía en forma de cooperativa donde se utilizaban los ahorros individuales para la construcción de inmuebles (financiamiento propio).

Vale decir que hasta el día de hoy, las cooperativas son las que generan la mayor % de viviendas anuales y es un rasgo típico del Uruguay esta forma de acceso a la vivienda.

A partir de los años 50 colapsa el financiamiento individual por los altos niveles de inflación, y entonces entra en el juego el financiamiento del BHU (prestando en pesos corrientes, los cuales se licuaban), operando con altos costos, descapitalizándose de inmediato.

Pasan crisis y mejores momentos, hasta la creación del Ministerio de Vivienda donde se comienza a aplicar el Sistema Integrado de Financiamiento de Vivienda (SIAV), definiendo roles y funciones del sector público y privado.

Surge también el financiamiento de bancos privados, exigiendo mayores requisitos para otorgar préstamo, desde tasas de interés a los LTV (70%).

Pero con la crisis del 2002, éstos desaparecen del mercado y el BHU solo participa en un 20% en financiamiento (cae 80%) [1].

Quedan así una gran parte de los hogares sin financiamiento hipotecario.

Contando esta historia, nos damos cuenta de la relevancia del sector público para acceder a una vivienda, el cooperativismo como forma de acceso, pero también de la necesidad de contar con un sector privado que

1 El desarrollo del Crédito Hipotecario – El caso Uruguayo.

**Natalie Ayçaguer**

*Economista de la UDELAR. Diploma de Especialización en Aspectos Socio Demográficos en la Facultad de Ciencias Sociales (UdelaR) (en curso). Economista en el Ministerio de Vivienda. Consultora en Economía en Bricks & Data. Trabajó en Consultora Julio Villamide & Asoc. Encargada de procesamiento de datos y análisis de estadísticas para la Revista Propiedades. Consultora PNUD para la creación de la Agencia Nacional de Vivienda y reestructura del BHU. Fue docente de ORT, Universidad de la Empresa (UDE) y BIOS. Ha realizado el curso de "Avaluadora de Inmuebles Urbanos" dictado por Siniacoff Corporativo. Ha realizado cursos como "Fundamentos Económicos de Análisis Urbano" en el Lincoln Institute of Land Policy, entre otros.*

ayude a que un mayor % de los hogares accedan a un préstamo.

Todos los sectores deben poder acceder a un préstamo. La clase media lo hacía con el BHU, y bancos privados.

Ahora bien, sin éstos la clase media queda relegada del sistema de financiamiento, debiendo adquirir inmuebles con esfuerzo y ahorro propio.

Llegamos al año 2008, cuando se crea la Agencia Nacional de Vivienda[2], reestructurando el BHU y teniendo como función la de ejecutar y coordinar las políticas elaboradas por el MVOTMA.

Lo hace con nuevos instrumentos financieros, como ser seguros hipotecarios y garantías; administrando fideicomisos y fondos de inversión. Es así que se deja saneado el BHU y ya a una distancia de tiempo de la crisis del 2002 comienza a aparecer nuevamente el financiamiento privado.

Por ejemplo, en la año 2006 el monto total de créditos otorgados por el sector privado será de U$S 12 millones, y en el 2007 fue de 46 millones, ascendiendo a 113.8 millones en el año 2008. [3]

Lo nuevo es que los préstamos se hacen en UI, para que no exista desfasaje con la inflación. Es así que desde que se crea la Unidad Indexada, en el año 2002, el crédito hipotecario toma ese título como unidad de préstamo. Esto no ha variado, y vemos que en el año 2007 la participación de cada moneda es igual al presente. En resumen, hasta la crisis del 2002 el principal financiador bancario de inmuebles era el BHU.

Luego con el Plan quinquenal de vivienda de 2005-2009 se le otorgó a los bancos privados mayores facilidades para poder salir a dar crédito y estos pasan a ser agentes activos en el mercado.

En general se conceden prestamos a 25 años, se exige un "Loan to Value" de 70% y no debe excederse la cuota por encima del 25% de los ingresos. Los ingresos deben ser alrededor y mayor de 60 UR para ser sujeto de crédito.

En el presente pareciera que el marco institucional es adecuado y funciona, con un aumento de la banca privada, con un BHU competitivo ya que juega con igualdad de condiciones.

Hoy las instituciones que otorgan préstamos, sacando el Ministerio de Vivienda son las siguientes: BHU, SANTANDER, BBVA, ITAU BROU, SCOTIABANK, HSBC, ANDA, CAMPIGLIA PILAY, CONSORCIO, otros.

El perfil de los hogares que acceden a las diferentes instituciones es diferente, siendo relevantes las variables ingreso y ahorro propio para entrega según valor del inmueble. [4]

En una próxima entrega de esta historia, con una mirada diferente -desde el presente- sería interesante analizar la correlación de este crédito hipotecario y el mercado de transacciones, si es positiva o negativa y tendremos diferentes conclusiones.

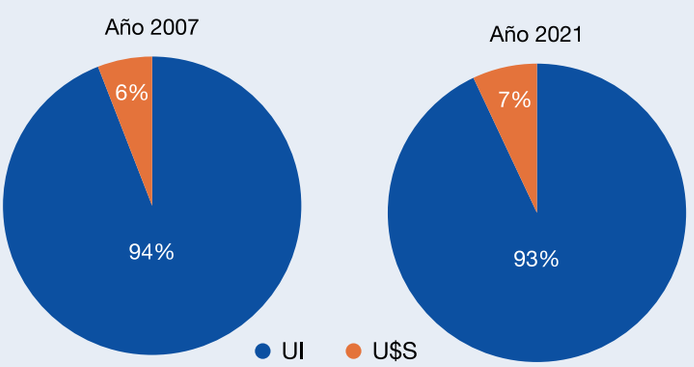
¿Cuales son las dificultades del tomador de crédito y cuáles de la banca privada para una mejor correlación?

¿A que otros instrumentos financieros se pueden apelar?

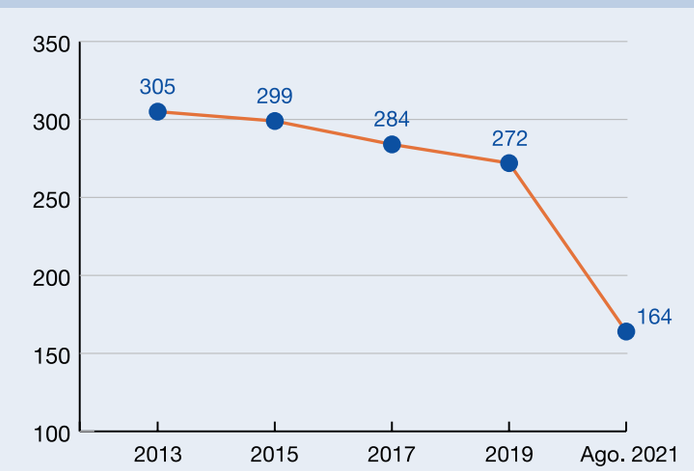
¿Cuál es el % de tomadores de crédito vs los que acceden con fondos propios?

Esas, entre otras cuestiones. ■

**Estructura del crédito según unidad de cuenta. Años 2007 y 2021**
Fuente: BCU




**Evolución del Crédito Hipotecario en millones de dólares**
Fuente: Banco Central




**2** Ley 18.125.
**3** Ídem anterior.
**4** El " Loan To Value" de las diferentes instituciones es diferente, va desde un 70% a un 90%

**Dr. Guillermo Sicardi** • Business Partner en MarketingTech

# ¿Por qué es tan cara la vivienda en Uruguay?

El principal culpable de que la vivienda sea tan cara en Uruguay, es, no lo dude, el Estado. Para empezar, el precio del cemento portland se fija sobre la base del precio de venta que pone Ancap, y como Ancap tiene costos altísimos (por sus propias ineficiencias, exceso de empleados públicos, baja productividad y pérdidas acumuladas durante veinte años), el precio de venta también es caro.

Esto hace que los competidores (que tienen mayores eficiencias y ganan dinero todos los años) fijan sus precios a la par de Ancap o apenas por debajo, ya que no tienen necesidad de bajar precios para ganar cuota de mercado. Ergo, todo el cemento es más caro.

En un completo informe presentado por el diario "El País" el pasado 17 de octubre, el mercado se divide así: "Cementos Artigas (propiedad de la española Cementos Molins y la brasileña Votorantim) 45%, Cementos del Plata (propiedad de Ancap), 43%; Cementos Charrúa (Cimsa, propiedad de Diego Lugano y Diego Godín, que lo traen de Turquía), con 8%, y la Compañía Nacional de Cementos (5%, que no produce y vende Cementos Artigas)".

Ahora se suma un nuevo actor: Cielo

Azul Cementos y Calizas (pertenece a Intercement del Grupo Camargo Correa) que acaba de inaugurar una moderna planta de cemento en Treinta y Tres con capacidad de 600.000 toneladas al año, lo que lleva la capacidad anual de la industria de 1.020.000 toneladas a 1.620.000 toneladas este año.

El costo de la mano de obra es otro factor que encarece el metro cuadrado de construcción.

El famoso "aporte unificado" al BPS (que incluye aportes, licencias, etc.), es cercano al 80%; es decir, si un obrero cobra 1.000, el costo de más de 1.800. Pero lo peor no es el costo directo, sino la baja de la productividad.

Hablas con cualquier constructor o arquitecto y te dirán que años atrás un empleado levantaba X metros cuadrados de pared en un día y hoy hacen un 30% menos.

El objetivo de los sindicatos es "meter gente en las obras", no importa si luego sus propios miembros del sindicato pueden pagarse una "vivienda digna".

El financiamiento tampoco ayuda. Los mecanismos legales para financiar viviendas son poco dinámicos.

La ley 16.760 (fines de los 90) terminó con el monopolio del Banco Hipotecario del Uruguay para financiar edificios "en el pozo" bajo la ley de propiedad horizontal, permitiendo que los bancos privados financiaran la obra y luego al propietario a 15 o 20 años.

Esto fue un gran dinamizador del sector. Pero hay que usar otros mecanismos como hay en Chile (el mutuo hipotecario) donde cada día los bancos llevan a la bolsa de valores las ofertas para fondear a sus clientes a largo plazo y esos papeles los compran las administradoras de fondos jubilatorios (AFP), fondos de inversión, compañías de seguro o similares.

Los fideicomisos se utilizan mucho para financiar viviendas en varios países de la región, como Argentina, Chile y hasta Paraguay, siendo un instrumento muy flexible y de costos de implementación relativamente bajos y con garantías para todas las partes: el constructor, el financiador y el comprador.

La justicia lenta también encarece el costo de la vivienda. Si un promitente comprador o un inquilino no paga en fecha, el proceso judicial para recuperar la propiedad es lento y caro.

Por lo tanto, si alguien invierte para revender o alquilar, ya calcula un costo estimado para el caso de incumplimiento.

Por eso hace bien la L.U.C. en permitir "desalojos express" cuando no hay garantías de alquiler.

La ley de "vivienda de interés social" eliminó algunos impuestos a la construcción y comercialización de inmuebles, pero no veo que eso haya bajado los costos del metro

cuadrado, sino que más bien canalizó muchas inversiones de argentinos (huyendo -una vez más- de la debacle de su país) y buenas ganancias para los promotores.

Pero un apartamento muy simple, cerca del Parque Posadas, se termina vendiendo a más de U$S 2.500 con "interés social". Sin éste, el precio superaría los U$S 3.000.

Otro factor que encarece es la intervención obligada de Escribanos, quienes basados en su sagrado arancel, cobran un 3% más IVA por la escritura, cuando hoy, la tecnología blockchain podría eliminar su participación en la mayoría de los casos y registrarse la propiedad (con todas las garantías) por centavos.

Los impuestos también juegan su rol. El Impuesto a las Trasmisiones Patrimoniales (1,5% del precio de venta), el Impuesto a la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F.) por la "ganancia" entre el precio de compra y el de venta, más el IMESI a los préstamos hipotecarios y otros impuestos menores más, hacen que uno pierda entre un 7% y un 10% cada vez que se quiera mudar.

De hecho, Uruguay es uno de los países con menor tasa de movilidad del mundo (la gente se muda pocas veces en sus vidas).

Para terminar, no podemos dejar de mencionar los costos y tiempos perdidos en gestionar permisos de construcción y obtener el famoso "final de obra" (que a veces dura años), lo cual llevó al Senador Oscar Andrade (además, ex presidente del SUNCA, sindicato de la construcción), a construir su casa "en negro" arguyendo que no tenía el dinero para formalizarla (lo que motivó mi columna "Media lanza por Andrade".

Uruguay sigue con un déficit habitacional de unas 60.000 viviendas que perfectamente puede suplirse si se hacen los cambios citados, se incorpora tecnología de punta (como imprimir casas en 3D o robots que levantan una pared de ladrillos a la perfección) y no se despilfarra dinero en otras aventuras estatales.

Para muestra este botón: el Ministerio de Vivienda junto con MEVIR están construyendo unas casas de madera en Rivera a razón de unos U$S 1.000 el metro cuadrado.

Si las casas tienen 60 metros (3 dormitorios y dos baños), costarían unos U$S 60.000 cada una.

Con las pérdidas acumuladas en Ancap de unos U$S 3.000.000.000, podemos construir 50.000 casas. Nada mal, ¿verdad?

Pero si el Estado sigue estorbando los acuerdos entre particulares y derrochando dinero a troche y moche, seguiremos pagando una vivienda cara y mendigando al Estado para que nos regale una. ■

**Dr. Guillermo Sicardi**

*Business Partner en MarketingTech. Periodista de opinión en Semanario Búsqueda, Radio Rural y Revista PLUS Paraguay. Profesor Internacional - Master in Business Administration en la Universidad Americana, Paraguay. Ex Director de Resultoría. Ex Director del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la UDE. Fue Facilitador Internacional en la UNCTAD y Gerente de Banca Inmobiliaria e Hipotecaria de Banco Santander*

***** Reproducido en el Semanario Búsqueda, 28.10.2021. Con licencia del autor.

**Dr. Julio Decaro** • Director Ejecutivo de CMI Interser

# Como semillas

Decía también: El reino de Dios es como un hombre que echa semilla en la tierra, y se acuesta y se levanta, de noche y de día, y la semilla brota y crece; ¿cómo?, él no lo sabe. La tierra produce fruto por sí misma; primero la hoja, luego la espiga, y después el grano maduro en la espiga. Y cuando el fruto lo permite, él enseguida mete la hoz, porque ha llegado el tiempo de la siega.

Marcos 4: 26 29

**Dr. Julio Decaro**

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

En el living de nuestro apartamento tenemos cerca de una docena de plantas. La más grande es una palma que actualmente está desplegando una nueva hoja. Se trata de toda una obra de arte que dura varios días para completarse.

Admirando cada mañana con Lilian la perfección del proceso, debo reconocer que cruzó por mi mente el "ayudarla" a despegar los foliolos y así alcanzar el aspecto final de la enorme hoja en menos tiempo, cosa que, en un rapto de sabiduría, me abstuve de hacer.

Recuerdo que en ese momento pensamos y reflexionamos sobre la información secreta y la inteligencia encerrada en esa planta y en la tierra en la que crece, así como sobre nuestra ignorancia al respecto, igual a la que señalaba Marcos hace cerca de 2000 años atrás, en el pasaje evangélico.

Así como en cada semilla de trigo está la espiga perfecta, comentábamos, en cada palma está la nueva hoja perfecta. Ni la una ni la otra requiere ningún esfuerzo y mucho menos una "ayuda" exterior.

Esos serían seguramente obstáculos que nuestra ignorancia impondría a un prodigioso y misterioso devenir natural.

Nuestra palma y la semilla de trigo, sólo requieren condiciones adecuadas que le permitan convertirse en lo que "por naturaleza" ya están destinadas a ser.

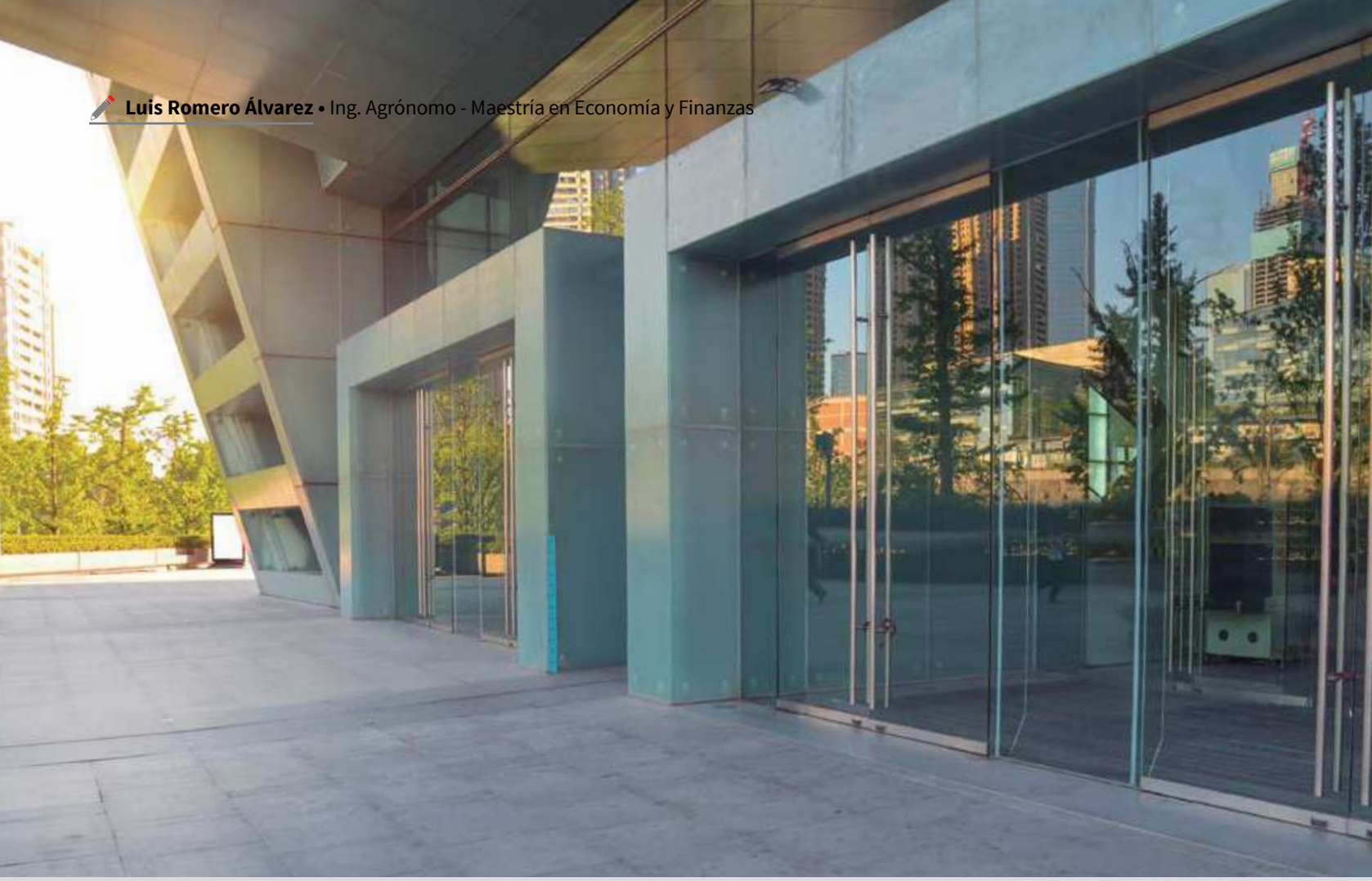
Quizás, pensamos, también los seres humanos, "por naturaleza", al igual que la semilla de trigo o la hoja de la palma, ya somos lo que estamos destinados a ser, un potencial que sólo espera las condiciones adecuadas para manifestarse.

En tal caso, ¿qué convendría hacer? ¿Cuál sería una buena filosofía para padres, (abuelos) y líderes de todo tipo y nivel?

Coincidimos con Lilian en que posiblemente lo más sabio sería aplicar lo que le escuché a alguien denominar "un activismo delicado". Bastaría con ayudar a crear las condiciones, dijimos, y sobre todo, abstenerse de poner obstáculos, léase "intervenir dramáticamente".

Ahora bien, en el caso de la palma parece sencillo: buena tierra, adecuada temperatura ambiente, regarla una vez por semana y a lo sumo pulverizar un poco de agua sobre las hojas sería lo indicado. En el caso de mis nietos… no lo tengo tan claro. ¿Usted qué opina? ■

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



# Precios de inmuebles

Hace mucho los economistas comprendimos que el mundo funciona en equilibrio general. Esto quiere decir que todo impacta en todo y por eso han fracasado los regímenes que buscan controlar centralizadamente la economía: no hay suficiente información, no entendemos lo suficiente y para colmo al intentarlo, liquidamos los incentivos individuales que hacen girar al mundo.

El fracaso está asegurado como lo prueba la evidencia empírica en el 100 por ciento de los intentos. Pero que no lo sepamos o lo entendamos todo, no quiere decir que no sepamos algo, incluso bastante y cada vez mas.

Si miramos desde el punto de vista técnico el tema del precio de los inmuebles, sabemos que la formula básica es: precio igual renta dividido por tasa de interés.

Esta simple fórmula se aplica a un bono, una oficina o un campo. Por ejemplo, si una oficina puede dar una renta anual de 20.000 dólares y tomamos una tasa de interés de 3 por ciento, su valor de mercado debe oscilar en los 650.000 dólares.

Aquí entonces viene un análisis importante para predecir la evolución futura del precio de los inmuebles: la tasa de interés parece que deberá subir (y por ende el precio de los inmuebles bajar según la formula de arriba).

La suba internacional de la tasa de interés se vuelve casi obligatoria, porque la enorme ola de aportes monetarios lanzada al mercado por las grandes economías para evitar la debacle del 2008 y luego, cuando aún no se había recogido casi nada de esa monetización forzada, de nuevo se activo la expansión monetaria por la pandemia.

Esa política monetaria violentamente expansiva derrumbó las tasas de interés a cero, o a niveles negativos en algunos casos.

Con la tasa de interés bajando, el precio de los inmuebles (y los bonos, y las acciones) debían moverse al alza, como efectivamente sucedió.

La suba de la tasa de interés se esta activando en todos los países, incluso el nuestro, porque la contracara de la expansión monetaria una vez que la debacle económica se superó, es la suba de la inflación que en todas partes está mostrando su tendencia al alza.

Ahora bien, en el caso de los inmuebles rurales, al impulso a la baja que se deriva de la suba esperada de la tasa de interés se superpone un impulso al alza por el lado de la renta; si la renta de un campo aumenta por la suba de los comodities según el ciclo en marcha, el precio del campo también debe aumentar aplicando la formula de arriba.

Estos comentarios que he presentado son validos para el planeta entero.

Ahora bien, los inmuebles operan gobernados por la oferta y la demanda y esas fuerzas empiezan locales y luego recién se corrigen en forma internacional.

Por ejemplo puede darse el caso de baja demanda de inmuebles en Argentina por riesgos políticos y demanda incrementada de inmuebles en Miami por la llegada de empresarios latinoamericanos sacando sus familias de Buenos Aires o Bogotá.

Esos movimientos de oferta y demanda en el corto plazo mueven los precios en la dirección clásica.

Pero luego llega el arbitraje internacional porque cuando la fórmula de arriba está mostrando desvíos demasiado pronunciados, aparecen los capitales necesarios para volver al equilibrio, ya sea comprando en zona de desastre a precios suficientemente bajos o construyendo nuevos metros cuadrados en zona de demanda demasiado explosiva.

En el caso de inmuebles rurales, no se puede construir más tierra como se construyen mas apartamentos u oficinas, pero se integran a la producción campos marginales que por distancia o capacidad productiva no estaban produciendo al nivel adecuado.

De todas formas, para el caso de campos en zonas núcleos (los mas productivos cerca de mercados y puertos), sigue siendo cierto que al no poderse ampliar su oferta (como se construyen metros de oficina), el impacto en la suba de los precios por la suba de las rentas es más violento.

O sea, cuando la marea sube todos los barcos suben, pero no en igual proporción: lo mejor sube mas aunque quizás no en forma relativa (por ejemplo un campo marginal puede duplicar su valor subiendo de 2 a 4 mil dólares mientras que un campo excelente “solo” sube de 8 a 14 mil dólares; 2 mil de aumento por hectárea contra 6 mil).

Mirando pues las perspectivas del valor de los campos en Uruguay tenemos: fin del efecto positivo tasa de interés; inicio del efecto positivo por mejores rentas gracias a la subida de los comodities; aumento de demanda en el país por venida de argentinos y de otros países buscando seguridad jurídica y estimulados por el buen manejo de la pandemia.

Pensando que las comodities logren récords de precios de aquí a 2023/24, los campos en Uruguay deberian mostrar fuertes subas como ya se están insinuando.

Sobre la tendencia esperada para los inmuebles urbanos, mejor escuchar a expertos en esos temas específicos antes que prestar atención a esta cruza de agrónomo y economista que modestamente ha presentado estas reflexiones. ■

**Ing. Luis Romero 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.*

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 tener beneficios especiales.** Además de las ventajas empresariales y fortalezas que tiene ser socio CIU, podrá beneficiarse de los convenios corporativos que la Cámara posee y genera con otras instituciones y empresas.

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.

**Gonzalo Noya** • Socio de Xn y Líder de práctica

# Ama lo que haces

En Xn creemos que todas las organizaciones tienen mucho potencial que aún no han liberado y por eso queremos ayudarlas a hacerlo. Para nosotros una organización en su máximo potencial es una organización que logra resultados en forma sostenible y es, al mismo tiempo, un excelente lugar para trabajar.

**¡Mi trabajo es una porquería!**

Pero debo confesarles que cuando hablamos de esto en algunos contextos, algunas personas nos dicen algo parecido a: "es muy fácil para ustedes decir esto, pero ¡mi trabajo es una porquería!, ¿cómo querés que sienta que este es un excelente lugar para trabajar?"

Y es verdad que hay muchos trabajos que a uno le puede parecer que no son inspiradores.

Por ejemplo: el encargado de recibir a una persona muerta y acomodarla en un cajón en una funeraria no parecería tener un trabajo inspirador.

Tampoco alguien que limpia los baños en un aeropuerto. Y por eso quiero compartir estas dos historias con ustedes.

**Un propósito inspirador en una funeraria**

Las preguntas que hacemos cuando trabajamos para descubrir el propósito de un equipo es; ¿Para qué venimos a trabajar todos los días? ¿Por qué vale la pena? ¿Le damos algo importante a alguien que nos importa?

Cuando hacemos estas preguntas la primera respuesta es: "yo vengo a trabajar para cobrar mi salario". Y obviamente ¡eso está muy bien! Pero la pregunta es más profunda: ¿Solamente vengo a cobrar un salario?

Las organizaciones, además de un fin económico, tienen un fin social, nos permiten conocer colegas, sentirnos parte de algo, desarrollarnos, lograr cosas más grandes de las que podríamos lograr solos.

En uno de nuestros talleres para desarrollar equipos de alto desempeño en Paraguay estaban participando personas de una funeraria y, debo confesar que hice estas preguntas con miedo a que me respondieran "¿En una funeraria?, ¡qué nos puede inspirar!".

Sin embargo, la respuesta me sorprendió. La persona encargada de recibir los cuerpos y acomodarlos en el cajón fúnebre dijo: "Cada vez que entra una persona a trabajar conmigo yo le digo que ¡nosotros tenemos un trabajo muy importante, quizá uno de los más nobles e inspiradores!

Muchas veces nos encontramos con cuerpos en muy mal estado quizá debido a un accidente.

Pero nosotros tenemos la responsabilidad de recibirlos muertos y devolvérselos dormidos a sus familiares, para que puedan despedirlos y honrar su vida como ellos se lo merecen".

Se hizo un silencio impactante en la sala.

Hasta el día de hoy me emociono cuando recuerdo esta historia.

**De conserje de un baño público a embajador de Sudáfrica**

Hace un tiempo vi una entrevista al conserje de un baño público en el aeropuerto de Johannesburgo en Sudáfrica.

Cuando alguien entra a su baño los recibe sonriente con la frase "¡Bienvenido a mi oficina!".

El diálogo con el entrevistador fue algo parecido a lo siguiente:

¿Cuál es tu filosofía?

Mi oficina es linda y está limpia, la mantengo así para ustedes, para cuando llegan a Sudáfrica. Cuando vengan a mi ciudad me van a encontrar aquí, en mi oficina.

¿Te gusta lo que haces?

Me encanta lo que hago. Cada día cuando me despierto estoy emocionado. Estoy muy orgulloso de lo que hago.

¿Crees que puedes marcar la diferencia?

No lo creo, ¡sé que puedo! Conozco cientos de personas todos los días. Algunos son agradables, algunos están enojados, pero cuando les digo bienvenidos a mi oficina se les quita el stress, se ríen y hablan conmigo. Se van muy contentos y dicen que es muy lindo conocer gente como yo. Sé que a esa persona le cambie el día.

¿Qué te gustaría recomendarles a las personas?

Deben estar orgullosos de lo que hacen, sin importar que hagan, incluso si tienen que limpiar baños. Debes hacerlo con todo el corazón.

Cada día que vengo al trabajo soy feliz porque sé que conoceré personas de todo el mundo y haré una diferencia en ellos. ¡Amo mi trabajo!

**¿De quién es la responsabilidad?**

Espero que estas dos historias nos ayuden a reflexionar sobre nuestra vida laboral. En ocasiones observo personas quejándose de lo horrible que son sus trabajos.

Tengo la sensación de que estas personas sienten que la responsabilidad de "inspirarlos" es de su jefe, del dueño de la empresa o de alguien más.

Exigen que venga alguien a "entusiasmarlos" con su trabajo. Y es verdad que las personas con más cargos jerárquicos tienen gran parte de la responsabilidad de motivar a las personas que trabajan con ellos y asegurarse que entiendan el propósito de cada rol y la importancia del trabajo de una persona en toda la cadena.

Pero no me parece correcto tomar una actitud pasiva en algo tan importante como esto.

Pensemos en el amor hacia otra persona. El amor es algo que sale de ti y lo proyectas sobre otra persona.

Evidentemente la otra persona tiene ciertos "encantos", pero el amor sale de ti.

Seguramente esa otra persona también tenga cosas que no sean tan encantadoras, pero cuando estamos enamorados, las minimizamos o incluso ni siquiera somos capaces de verlas.

Salvando las distancias, con el trabajo pasa lo mismo. El protagonista, la persona que se enamora de su trabajo o lo termina odiando, eres tú.

Realmente ¿hiciste el esfuerzo por ver que cosas buenas hay en el trabajo que te toca hacer hoy?

¿Qué valor aporta lo que haces para ti y para otros?

¿Le pones más foco a lo bueno de tu trabajo o a lo malo?

¿Estás acomodando el cuerpo de una persona muerta o estás pensando en regalarle un minuto más a las personas que lo amaron en vida?

¿Estás limpiando un baño o disfrutas cambiando el ánimo y recibiendo a las personas que llegan a tu país?

Porque objetivamente el trabajo es el mismo, pero muy adentro tuyo la diferencia es enorme.

Quizá por un tiempo te toque trabajar en algo que no te motive, pero incluso durante ese tiempo puedes cambiar tu actitud.

Recuerdo una hermosa frase que dice: "Mientras no haces lo que amas, ama lo que haces." ■

**Ing. Gonzalo Noya**

*Coach de equipos directivos de organizaciones de gran porte.*
*Autor de "Algo Más Grande: el poder del equipo para lograr lo imposible".*
*Conferencista y consultor en temas de liderazgo, estrategia, cultura, equipos de alto desempeño, gestión de proyectos y cambio organizacional.*
*Facilitador Advisor del Programa de Desarrollo de Habilidades de Liderazgo y Gestión (PDLG). Fue Gerente de Servicios de Tecnología y Director proyectos de IBM Uruguay y Paraguay.*
*Ha tenido a cargo equipos comerciales y grupos de ejecución de más de 100 profesionales.*
*Fue uno de los 25 mejores directores de proyecto de IBM en 2004 y elegido como uno de los cinco más destacados por el premio Kerzner de PMI en 2013.*
*Es Ingeniero en Sistemas graduado en la Universidad de la República (Uruguay) y Gerente de Proyecto certificado por PMI (Project Management Institute).*

**Abril Pérez Alves** • Rematador Público

# Expensas Comunes

**1.- ¿Qué significan, Expensas Comunes?**

Es la denominación que surge de la Ley 10.751, llamada de Propiedad Horizontal, en su artículo 5, expresando: "Cada propietario deberá contribuir a las expensas necesarias a la administración, conservación y reparación de los bienes comunes, así como el pago de la prima de seguro, en proporción al valor de su piso o departamento, sin perjuicio de las estipulaciones expresas de las partes".

**2.- ¿Cómo se deben entender las Expensas Comunes?**

Son los conceptos, destinados al pago de las cuentas, del Edificio o Condominio. Y las podríamos clasificar en rubros o columnas: (columnas, pues así aparecen planteadas, en los estados de cuenta mensuales).

**2.1.- Rubro Gastos Comunes.**

Destinado a cubrir el pago de: consumos y servicios, y también gastos de mantenimiento liviano. Lo debe pagar el propietario, o el inquilino si lo hay.

**2.2.- Rubro Fondo Reserva.**

Definido en otros países, como:

Fondo de Emergencia o Fondo de Imprevistos. Llamado acá en algunos consorcios, como Fondo de Garantía.

Su previsión, es para contar con una suma, que pueda ser utilizada, en casos de necesidad, para: reparaciones; mejoras; obras utilizando parcial o totalmente este fondo mediante resolución de asamblea; y finalmente para el pago parcial de gastos comunes, en la cuota parte de quienes omiten hacerlo por olvido o costumbre en un mes o período, pudiendo reintegrarlo al momento del cobro correspondiente, y esto independientemente de lo que pueda establecer el Reglamento de Copropiedad o Reglamento Interno si los hay, pues esto en clara forma se practica por necesidad. Lo deben pagar los propietarios.

**2.3.- Rubro Cuota Extra.**

Concepto a pagar, para: determinada obra o mejora (o actualización o modernización), por determinada suma, y por determinada cantidad de cuotas.

Debe ser resuelto en Asamblea de Copropietarios, cumpliendo con las pautas precitadas. Lo deben pagar los propietarios.

**2.3.2.- Rubro Cuota Obra 1, y Cuota Obra 2, o más.**

Puede darse en algunos edificios, que haya: una Cuota Extra para una obra, y se cree otra denominada Cuota Obra 2 y Cuota Obra 3, para otras obras, que se deben también ir aprobando en Asamblea de Propietarios.

**2.4.- Rubro Calefacción.**

Para el pago del combustible, destinado a la calefacción, en períodos a determinar, de bajas temperaturas, llegando a veces a establecer: durante un período determinado de una fecha a otra, por debajo de determinado límite de grados, por determinada cantidad de horas diarias, y en horario también a fijar; todo ello también, debiendo ser decidido en Asamblea de Copropietarios, para evitar conflictos, de diferencia de opiniones al respecto.

Lo debe pagar el propietario, o el inquilino en caso de haberlo.

**2.5.- Rubro Cocheras.**

Para el mantenimiento de limpieza de las cocheras. Lo deben pagar los propietarios, o los inquilinos si los hay, de las unidades que tengan cocheras. O para el pago de contribución y primaria, de las mismas. Las paga el propietario. Y para el pago de tributos. En este caso el propietario, o el inquilino si lo hay.

**2.6.- Rubro Seguros.**

El cual se debe dividir en seguros:

**2.6.1-** De accidentes, para el personal dependiente; lo debe pagar el propietario, o el inquilino si lo hay.

**2.6.2.-** Contra Incendios, y de daños de Ascensor, Ley 10.751 art. 20, los debe pagar el propietario.

**2.6.3.-** Opcionales: alquileres, cristales, etc.

**2.7.-** Y pueden haber otros rubros, dependiendo de la complejidad del Edificio, amenities, etc.

## 3.- Formas para el Cobro de las Expensas Comunes.

Existen variantes, que deberían surgir del Reglamento de Copropiedad, y en función del mismo respetarlas; en caso de no hallarse previstas en el Reglamento, se podrían resolver por Asamblea de Copropietarios hasta en la creación de un Reglamento Interno.

Las formas para el cobro, pueden ser:

**3.1.-** Cuota Fija o por Presupuesto. Se cobra todos los meses la misma cifra, hasta su aumento por: Asamblea de Propietarios, o por inflación en determinada fecha o pos período, si se hubiera aprobado este sistema por Asamblea.

**3.2.-** Cuota Variable o por Gasto Real.

Consistiendo en el cobro, de los gastos o pagos efectivamente realizados, en el mes anterior.

**3.3.-** Cuota Variable o por Previsión.

Similar al anterior. Pero procede el cobro de los gastos o pagos a realizar, en el mes en curso.

E inclusive podría operar, para el cobro de los gastos o pagos a realizar, en el mes siguiente. Esta variante se suele aplicar, cuando se toma un Edificio que carece de fondos; para constituir los mismos, a efectos del cumplimiento de los pagos.

**3.4.-** Cualquiera de los anteriores sistemas puede funcionar, realizando una adecuada: planificación, información, difusión, y seguimiento de los cobros de las expensas. Y se deberían elegir en función, de las características o necesidades del Edificio.

## 4.- Cómo y dónde se deben pagar las Expensas Comunes.

Aconsejable:

**4.1.-** En cuenta bancaria a nombre del Edificio exclusivamente. Sistema puro y sumamente cristalino.

**4.2.-** En locales de cobranzas descentralizados, o redes de pagos; a nombre de:

**4.2.1.-** Edificio, ideal pero costoso.

**4.2.2.-** Administrador únicamente, menor costo. Sistema puro opuesto al 4.1.-

**4.3.-** En cuenta bancaria a nombre del Edificio (4.1.-), y en redes de pagos a nombre del Administrador (4.2.2.-). Sistema mixto.

**4.4.-** Pagos en Administración. No es conveniente, por principios de: no manejo de efectivo, para evitar temas de seguridad.

## 5.- Cálculo de las Expensas Comunes.

Sistemas:

**5.1.-** El más básico, armar una planilla común en Word.

**5.2.-** Escalón siguiente, algo más práctico, pasar a planillas Excel.

**5.3.-** Más avanzado y recargados de trabajo, pasar a programas especializados de administración de gastos comunes. Los hay de origen extranjero, y de origen nacional. Esta clase de programas, son de óptima aplicación y efectividad. Los hay con respaldo en servidores, y con respaldo en la nube.

Deberíamos optar por el sistema, que más se adecue a nuestra empresa, a nuestra cartera de edificios, y a la complejidad de los mismos. En función de nuestra operativa, se verá el servicio que damos a nuestros clientes,

y la calidad del mismo. Se debe producir una retroalimentación, buena operativa, buen servicio, buenos resultados, traduciéndose en recomendaciones o referidos; y volver a comenzar el ciclo.

### 6.- ¿Cómo se traducen las Expensas Comunes?

Las Expensas Comunes, se explican, a través de las: liquidaciones, o resumen, o rendición o estado de cuenta, mensuales.

Los cuales se deben difundir: en vía papel, por mails, por grupos de WhatsApp, por aplicaciones, por los sitios web mediante código, y las siguientes tecnologías que puedan aparecer.

En ocasiones es conveniente, crear una guía explicativa. De esa forma el usuario, podrá tomar conocimiento de las mismas, no pudiendo excusarse de su obligación de pago, conforme las disposiciones legales y reglamentarias. Por ello, la importancia de su difusión.

### 7.- Ordenamiento y control, de las Expensas Comunes.

Es aconsejable, reunirse: Comisión Directiva y Comisión Fiscal, con Administración, para confeccionar balance, en base al mismo planificar presupuesto, y realizar seguimiento de los cobros y los pagos.

De esa forma se podrá evaluar, si es necesario modificar los valores de los rubros de las Expensas Comunes, en la Asamblea.

### 8.- Falta de pago de las Expensas Comunes.

Es de aplicación a los incumplidores, lo dispuesto por la Ley 19.604: reajuste del Dec-Ley 14.500, con más intereses del 12% anual.

Se recomienda analizar atentamente, el texto legal.

### 9.- Cobro coactivo, de las Expensas Comunes.

En caso de extensión en la falta de pago, se deberá conformar la deuda en Asamblea de Propietarios, a efectos de propender el cobro en vía extrajudicial o judicial. Para el último caso, corresponde encomendar dicha tarea, a profesional Abogado.

### 10.- Gestión.

Generar un clima de cumplimiento de las obligaciones, a efectos de lograr los pagos en fecha por parte de los usuarios. Lo que resultará en margen de reserva, para: mantenimiento, mejoras, modernizaciones de sistemas (como ascensores y porteros eléctricos modernos hasta satelitales), obras, y reparaciones en general. Se debe utilizar la más creativa de las herramientas, la imaginación, para elaborar: ideas, planes, proyectos; que aporten a la operativa y excelencia en el trabajo, reflejándose en el Edificio o Condominio, con beneficios para todos. ■

**Abril Pérez Alves**

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

**Natalia Tellechea** • Asesora en Redes Sociales de la CIU

# Estrategia de redes

Ya no es una opción que tu inmobiliaria tenga presencia en las redes. ¿Pero será que sigue siendo una opción que los representantes de la inmobiliaria incorporen videos en su estrategia de comunicación?

Los operadores inmobiliarios ya tienen claro que deben estar en las redes sociales; eso ya no entra más en discusión, pero muchos de ellos al sentir esa "presión" de tener que estar, apenas replican los contenidos que suben en los diferentes portales, y ahí está el grave error.

Las redes sociales, como lo dice la palabra, son sociales, por lo que debemos comunicarnos con un enfoque social para convertirlo en venta.

Si nos hacemos la pregunta, de por qué entramos a las redes sociales, seguramente tu respuesta sea porque querés saber que está pasando, informarte o simplemente distraerte.

Son muy pocas las veces que específicamente entramos con la intención de comprar algo en las redes sociales.

¿Con esto qué quiero decir?

Que nuestros contenidos deben ser entretenidos, divertidos e informativos.

¿Pero cómo lograr que nuestros contenidos puedan llamar la atención, en medio de una jungla digital?

Empezando por mostrarte. Hoy en día es imprescindible el formato audiovisual para generar contenidos atractivos e interactivos con los usuarios.

Ya no es suficiente con una linda

**Natalia Tellechea**

*Máster en Marketing Digital, Universidad Rey Juan Carlos, Postgrado en Gestión de Negocios por la Universidad ULBRA de Porto Alegre Brasil, Coach en Marketing Digital de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.*

imagen o diseño llamativo. Sin duda tiene que ser un contenido de valor, que le llegue al usuario.

¿Qué tan importante es el video en una estrategia digital?

> El vídeo permite crear un contenido más dinámico, enriquecido y de mayor rapidez.

La imagen o el audio son técnicas menos dinámicas, lo cual reduce el nivel de información. La comunicación se lleva a cabo con mayor inmediatez, cosa contraria al texto.

Redes sociales de vídeo: ¿cuál es la más adecuada para tu Inmobiliaria?

A la hora de plantear tu estrategia de vídeo marketing, la primera pregunta es inevitable: ¿en qué red o redes debería centrarme a la hora de crear y promocionar mis vídeos?

Para ayudarte, aquí te dejo algunos datos interesantes sobre las redes sociales de vídeo más populares.

## YouTube

Desde su creación en 2005, YouTube se ha convertido en la plataforma de vídeo por excelencia a nivel mundial. Y en octubre de 2020 ya tiene 2.000 millones de usuarios activos al mes ¡Increíble!

Su audiencia se centra en la generación millennial y en los centennials, ya que son los que más horas de vídeos consumen. Exige constancia y buen manejo de la herramienta.

## Facebook

Esta es la red social por excelencia. Cierto que en los últimos tiempos ha recibido críticas y ha tenido que poner solución a varios problemas.

Pero siempre se está reinventando a sí misma y adaptándose a las nuevas necesidades del consumidor; de ahí que continúe siendo la plataforma con más usuarios del mundo.

Ya son 2.701 millones de usuarios activos al mes, según Statista con datos de octubre de 2020.

Es cinco veces más probable que la gente vea vídeos en Facebook desde su móvil.

De promedio, Facebook genera más de 8.000 millones de visitas diarias a vídeo contenidos, lo que supone más de 100 millones de horas de vídeo al día. Y eso que por ahora, solo el 3% de los contenidos de Facebook son en formato vídeo.

¡El potencial es muy grande y la competencia todavía baja! Así es más sencillo llamar la atención del consumidor.

Los vídeos son compartidos, de promedio, 89,5 veces más que cualquier otro tipo de formato, haciendo que sean el tipo de contenido más viral de Facebook.

Es una plataforma que debes estar si o si. Se vienen muchos cambios; recién empezamos por el nombre, que a partir de ahora Facebook se llamará Meta.

## Instagram

La red reina de la fotografía también se atreve con el vídeo. Cuenta con más de 1.158 millones de usuarios activos al mes en 2020 y su audiencia es principalmente millennial y centennial.

Lanzó su función de vídeo en junio de 2013 y una de sus características principales es su brevedad.

Inicialmente los vídeos estaban limitados a 15 segundos, aunque ahora se pueden ampliar en los formatos de 15 segundos hasta un minuto con los reels.

También se pueden subir videos de más de un minuto pero recuerdo que solo se pueden monetizar aquellos videos hasta un minuto.

Y si todavía tienes dudas en empezar a utilizar las herramientas de video que las diferentes redes sociales te están ofreciendo, puedes observar que cada vez más las grandes empresas buscan humanizar su comunicación digital.

¿Y cómo lograr diferenciarte de tu competencia?

Permitiendo que las personas te conozcan, y no hay mejor forma de hacerlo que a través de videos con una buena orientación estratégica sobre qué mostrar, cuándo y en qué momento hacerlo.

Desde el año pasado junto a la Cámara Inmobiliaria Uruguaya desarrollamos varias capacitaciones adaptadas para el rubro inmobiliario, con el enfoque en diferenciación en la generación de contenidos.

Los cursos están enfocados en las diferentes herramientas digitales, pero con el objetivo de compartir nuestros valores, visión y propósito.

Es la única forma de diferenciarnos y hacer que las personas nos sigan, se identifiquen, recomienden y nos compren. No es a través de un posteo que se van a lograr los objetivos.

> La comunicación en redes sociales exige conocimiento, constancia, frecuencia y paciencia.

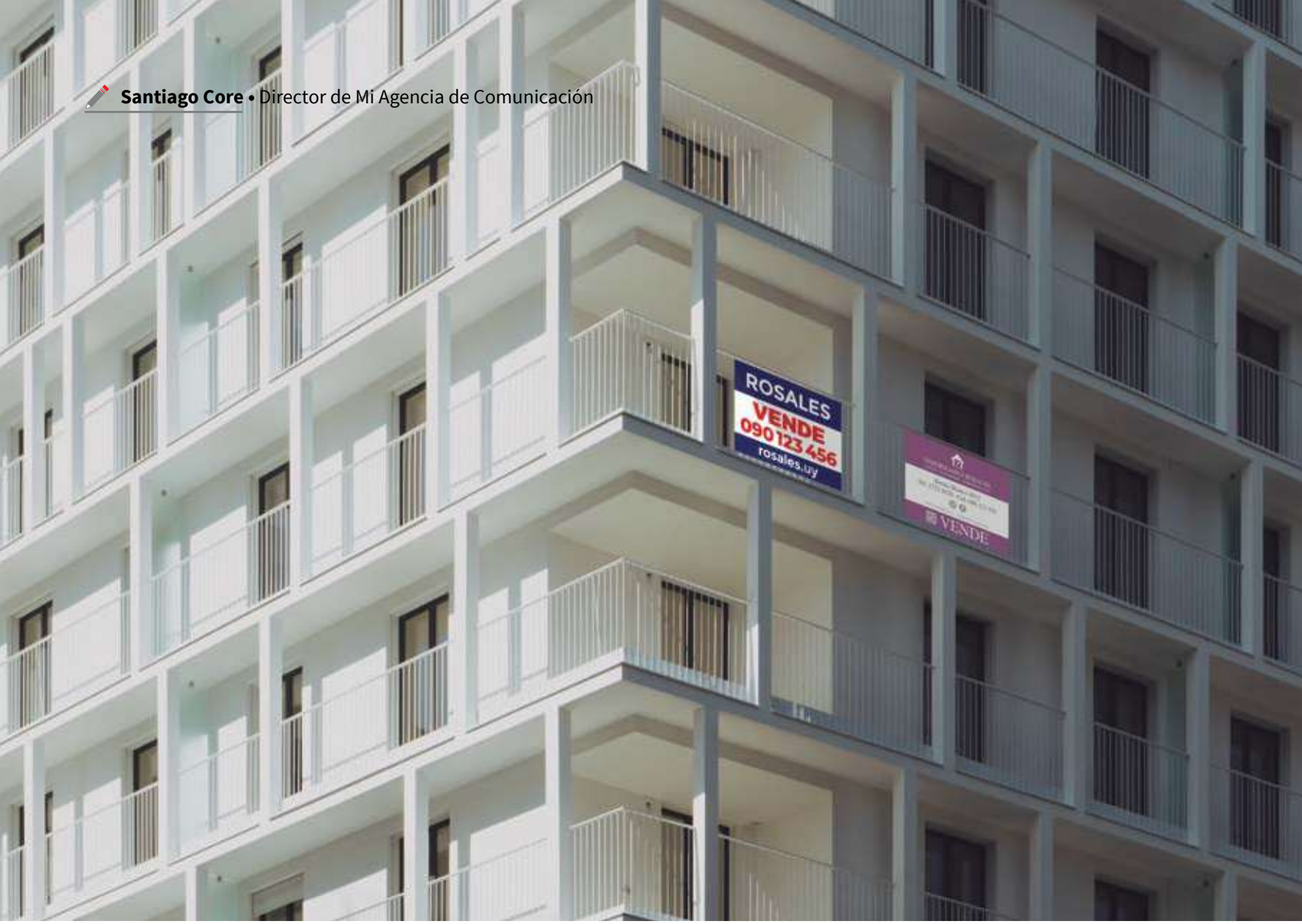
# BENEFICIOS
PARA SOCIOS DE LA CIU

**5% de ahorro en avisos para Gallito**
Más información en inmuebles@elpais.com.uy

**Tarjeta Club El País**
con la compra de un diario semanal
Unite al Club a través del 2900 4141

Inmuebles gallitoluis | Donde todo comienza

**Santiago Core** • Director de Mi Agencia de Comunicación




# Comunicación tradicional: las balconeras

Vivimos en una época donde casi todo es digital, pero la comunicación se debe realizar a través de un mix de canales. Uno de los más tradicionales son las "balconeras" que, a pesar de los años de experiencia, no siempre se aprovechan bien

**Santiago Core**

*Director de Mi Agencia de Comunicación y Fotolibro Uruguay. Jefe de Diseño de la Revista Ciudades*

Quizás usted se pregunte –hasta con cierto descreimiento– "¿Pero qué puedo aprender yo sobre un tipo de cartel que uso desde hace décadas?". Siempre se puede aprender algo más. Seguramente por defecto profesional y estar vinculado al rubro inmobiliario, suelo fijarme en el diseño y potencial efectividad que puedan tener estos carteles y no dejo de sorprenderme. He visto de todo, desde carteles que dejan injustificados espacios en blanco hasta otros que más que un cartel, parecen un catálogo completo.

Las balconeras son una vía de comunicación directa, usualmente con poco tiempo para lectura y ubicadas a una distancia considerable de nuestro potencial cliente. La gente puede verlas desde un automóvil, un ómnibus, una bicicleta, caminando o hasta desde otro edificio. Por estos motivos, es importante simplificar los contenidos y optimizar el espacio.

**¿Qué información incluir?**

Estos son algunos de los ítems que podemos encontrar en infinidad de balconeras que se ven en nuestro mercado:

- Logotipo de la inmobiliaria
- Slogan
- Servicios ofrecidos
- Nombre del vendedor
- Tipo de transacción (Venta o Alquiler)
- Dirección
- Teléfono
- Celular / WhatsApp
- Mail
- Página web
- Redes sociales
- Código QR
- Logotipo de cámaras afiliadas

Ahora que vio toda la lista, imagine que tiene que leer una balconera ubicada en un piso alto de un edificio y que incluye varios contenidos de los listados aquí. ¿Cree que podría leerla? ¿Cuánto tiempo le llevaría hacerlo? ¿Se detendría para leerla? ¿Escanearía un código QR desde lejos? Ahora imagine si su público objetivo lo haría: improbable.

Si alguien se interesa al saber que esa propiedad está en alquiler o venta, en todo caso buscará otras formas para intentar conseguir el dato. ¡Pero lo teníamos justo ahí!

Debemos incluir la menor cantidad de elementos posible, optimizando la fórmula legibilidad-información. Por ejemplo: la página web es un canal que permite al usuario encontrar fácilmente datos adicionales de la empresa como dirección, teléfono, correo electrónico, servicios que brinda y redes sociales. Así que ahí ya tenemos un enorme ahorro de información no relevante para poner. ¡Nadie recordará grandes cantidades de datos de una balconera!

Por supuesto, los datos que sí son imprescindibles son: nombre de la inmobiliaria (no siempre con el logotipo, dependerá de su legibilidad), tipo de transacción y número de celular, en lo posible uno que utilice WhatsApp. Este último dato sí es importante colocarlo, ya que mucha gente puede llamar o enviar mensajes en el momento (sin importar día y hora), lo que nos permitirá hacernos de un dato muy valioso para contactar al potencial cliente en el futuro.

**Colores y tipografías**

Un punto no menos importante es la elección de colores bien contrastados y tipografías de buena lectura a distancia. Las de las familias de palo seco o "sans serif" son ideales por tener ancho fijo (algunas referencias son: Helvética, Arial, Futura, Univers, Frutiger, Montserrat, etc.). Las tipografías con serif (Times, Bodoni, Century, etc.) no son convenientes para le lectura a distancia, por eso no son recomendables para estos casos.

**Logotipo de la inmobiliaria**

Ya hemos hablado de este punto en la edición anterior (84). Cuando se desarrolla un manual de marca, se generan versiones específicas para determinados usos que tienen características especiales. Estas versiones no necesariamente serán iguales al logotipo oficial, pero las adaptaciones que se diseñen cumplirán otras funciones necesarias para el bien de la marca, como por ejemplo ser legible en una reducción (en un pin por ejemplo), en un bordado sobre tela (como son los uniformes) o en cartelería de gran tamaño o lectura a distancia.

En los gráficos con los que ilustramos esta nota se puede ver fácilmente qué conviene hacer y qué no. Lo importante es que el cliente reciba el mensaje "fuerte y claro", esa es la meta.

***COMPARATIVO:***
*En estos dos diseños ficticios tratamos de ejemplificar visualmente lo dicho: uno tiene pocos elementos, tipografías de palo seco y colores bien contrastados. El otro incluye mucha información y tipografías con serif. En la imagen de la página opuesta, simulamos la legibilidad de ambas balconeras.*

**Alfredo López Salteri** • Director de ALS Consultants

El Factor Humano en las Organizaciones
Del pasado al Futuro

# Una mirada sobre los escenarios e implicancias de la nueva realidad para un proceso de cambio

## Contexto actual

Resulta un gran desafío para la gestión del factor humano en las organizaciones el planteo que nos presenta la nueva realidad en dos aspectos centrales: el COVID-19 y el desarrollo de los avances de la tecnología; y sus implicancias en las economías de los países. Ambos componentes, con su impacto en los seres humanos ha trastocado una forma de vida y ha generado incertidumbre.

Es ahora el momento de comprender que este escenario ha modificado la realidad y que la nueva realidad ya no será como lo era en el pasado.

El presente y el futuro nos obliga a reinventarnos en la forma en que hay que gestionar el factor humano.

## Consideraciones a tener en cuenta

Los dos factores sobre los cuales hay que enfocarse deben tener como centro -al mirar la Organización hacia adentro- las personas por encima de cualquier otro elemento.

Son las personas quienes realizan las tareas y gestionan los procesos –mas allá de que intervenga la tecnología– y si se pone el foco en las personas, los resultados serán alcanzados.

En síntesis, los resultados son una consecuencia del buen manejo de los procesos: y en ellos, están las personas.

El otro factor tiene una relación con el rol de la Organización al mirar hacia afuera, hacia el exterior, hacia el mercado.

El centro de toda la Organización deber estar puesto en el cliente.

El propósito de la empresa está fuera de la empresa, no dentro de la empresa. Las ganancias están fuera de empresa.

Por lo tanto, toda la Organización debe girar en torno del cliente. Ahora bien, si el primer factor –las personas- están debidamente gestionadas estaremos posicionados de manera tal de poder satisfacer de la manera correcta a los clientes y con ello obtendremos no solo resultados, sino la posibilidad de perdurar en el mercado.

A manera de síntesis: el punto de partida son las personas que trabajan en la Organización.

Si el factor humano está debidamente liderado, tendremos a las personas que se desempeñan en la Organización con un sentido de pertenencia, alta motivación y compromiso para con los objetivos a lograr.

> El punto de partida –en esta realidad actual que demanda un cambio– es que la dirección superior de la Organización tenga la total y cabal convicción de que el factor humano es la clave del éxito y se comprometa en la gestión diaria para focalizar sus esfuerzos en la gente.

**Alfredo López Salteri**

*Licenciado en Relaciones Humanas en la Empresa, con posgrados en la Escuela de Administración de Empresas de Barcelona en Dirección de Personal y en AOTS en Gerenciamiento de la Calidad (Japón). Especialista en Factor Humano en las Organizaciones con más de 35 años de experiencia capacitación y consultoría en el área y con trayectoria ejecutiva en empresas de primer nivel. Docente en Maestrías y Posgrados en Universidades Nacionales Privadas (ITBA – UADE – ESEADE) y Públicas. Director de ALS Consultants. Socio fundador de ACUMEN Consultoría. E-mail: adlsalteri@gmail.com*

Esta instancia, que para muchas empresas se constituye en un importante cambio organizacional, demanda entonces de dicha dirección el desarrollo de una estrategia que comprende los siguientes niveles para la gestión del cambio.

Patrocinadores del cambio – Alta Dirección de la Organización, de la cual surge una clara Visión de lo que se quiere lograr, ser o tener. Cómo debe ser la nueva Organización (Estrategias, Estructura, Procesos, Políticas, Normas, etc.) que va a regir las orientaciones y la dinámica de la empresa.

También es donde hay que definir las Prácticas (lo que hay que hacer) y el Estilo (como hay que hacerlo).

En síntesis, deciden y legitiman la implantación de la nueva cultura de gestión.

Agentes de cambio – Son aquellas personas que la Dirección identifica como líderes para llevar adelante los procesos de cambio que se han determinado por parte de los Patrocinadores del Cambio. Gerentes, Jefes o Supervisores son quienes deben implantar la nueva cultura en sus áreas o sectores funcionales.

Sujetos del cambio – Son todas las demás personas de la Organización que tienen que acompañar los cambios y alinearse con sus comportamientos y hábitos de trabajo con el nuevo modelo de gestión.

En este proceso el área de Recursos Humanos cumple un rol esencial, ya que debe ser quien actúe como custodio e implementador con las diversas herramientas de su propia área funcional en la construcción de esa nueva cultura de gestión.

**Conclusiones**

Es Recursos Humanos quien debe operar en los siguientes procesos para el logro de una gestión eficiente acorde con el nuevo escenario:

Identificar claramente los puestos funcionales de la Organización, agrupar las tareas según afinidad y tener una clara definición de los objetivos que se persiguen.

Evaluar para los puestos/tareas a las actuales personas que ocupan esas posiciones funcionales para validar en qué grado correlacionan las mismas con los requerimientos de los perfiles que demandan los puestos.

Utilizar herramientas tales como Perfiles Conductuales, a tal efecto. De igual forma, utilizar esta herramienta en todos los casos de nuevas incorporaciones a la Organización.

Definir e implementar un modelo de capacitación continua para todos los niveles funcionales de la Organización, con especial énfasis en la formación de líderes. Existe una ausencia de liderazgo en las Organizaciones, que se debe solucionar.

Implantar una cultura respecto de que “las cosas deben ser hechas bien de primera vez”. Marcada orientación a la calidad y el servicio.

Implementar un modelo de Organización dinámica, ágil, con fuerte descentralización, delegación y “empowerment”.

Impulsar la creatividad y la innovación. Erradicar definitivamente la cultura del temor.

Asistir y proporcionar feedback en todos los niveles, utilizando indicadores que posibiliten medir su propia gestión en el devenir del tiempo; para que puedan visualizar sus logros o mejoras hacia las que tiene que orientarse.

Cuidar permanentemente que en la Organización existe un clima basado en la confianza, el respeto y la equidad.

Dada la importancia del tema hay que hacer que gente con experiencia en estos procesos actúe para implementar los cambios necesarios aquí descriptos. ■

**João Teodoro Da Silva** • Presidente de Sistema Cofeci-Creci - Brasil

# Educación profesional

**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.*

Albert Einstein (1879/1955), físico alemán, creador de la teoría de la relatividad, uno de los fundamentos de la física, expresó que "la verdadera educación no es enseñar nuevos factos o enumerar fórmulas ya listas, sino preparar la mente para pensar".

Esta frase fue reproducida en un artículo escrito por el decano del Centro Universitário Cidade Verde, en Maringá, Paraná, Brasil. Basándome en él, produje este texto.

Según Eisnten, por lo tanto, la educación ideal es aquella que enseña al alumno a pensar por sí mismo, creando cosas nuevas, con autonomía.

Pero enseñar a pensar no es fácil. Es mucho más conveniente capacitar a las personas para que memoricen fórmulas y conceptos que ya han sido probados y practicados con éxito.

En teoría, producen buenos resultados, sin mayores riesgos. Sin embargo, si seguimos actuando así, ¿cómo dejar fluir la creatividad y lo inusual? ¿Cómo imaginar la evolución tecnológica que domina el mundo de hoy sin fomentar la autonomía creativa?

La educación conservadora no nos ayudará a superar las dificultades de una sociedad cada vez más fluida, más líquida, en el concepto sociológico del polaco Zygmunt Bauman.

Es necesario repensar la enseñanza. La escuela actual, especialmente en América Latina, se encuentra todavía en la etapa de enseñanza meramente teórica, de fórmulas preconcebidas.

Sin embargo, es en el ámbito profesional donde el alumno aprende a vivir la realidad y puede poner en práctica la teoría aprendida.

De ahí surge la idea de emprendimiento, ya vislumbrada por algunas instituciones educativas. Sin embargo, emprender ni siempre significa convertirse en propietario de un negocio.

El pensamiento empresarial se puede fomentar tanto en el salón de clase como en una asociación profesional. Por otro lado, los sectores industrial, comercial, de servicios y otros deben estar abiertos al diálogo y prepararse para saber lo qué piensan los estudiantes sobre el mundo práctico.

Los alumnos necesitan la oportunidad de desarrollarse en un entorno que combine teoría y práctica, acompañados de profesionales experimentados, pero también ávidos de nuevas ideas.

Esta combinación de factores tiene el poder de oxigenar el mercado laboral y el entorno educativo.

La renovación de los procesos y protocolos profesionales depende de esta interacción.

Habiendo hecho estas consideraciones, nos interesa hablar del mercado inmobiliario.

La pandemia del coronavirus acentuó significativamente el uso de la tecnología en las negociaciones inmobiliarias.

Muchas herramientas existentes, pero poco o nada utilizadas, de repente, se volvieron imprescindibles para cumplir con los protocolos de seguridad sanitaria impuestos por el aislamiento social obligatorio.

Aquellos que no se han adaptado a la nueva realidad probablemente ya han salido del mercado. Todas estas novedades, sin embargo, no vinieron del entorno académico, sino del profesional.

Desarrolladas por empresas de alta tecnología, las "nuevas" herramientas requerían perfeccionamiento que solo era posible con el apoyo directo de los usuarios en el entorno laboral.

Así se comprobó que la teoría, sumada a la práctica profesional, es la mejor manera de formar buenos agentes inmobiliarios.

Las escuelas y los empresarios de la industria deben unir fuerzas para transformar la teoría en práctica creativa.

En Brasil, los cursos de formación para agentes inmobiliarios incluyen, en el plan de estudios, al menos, el 20% de las horas lectivas en prácticas profesionales. ■

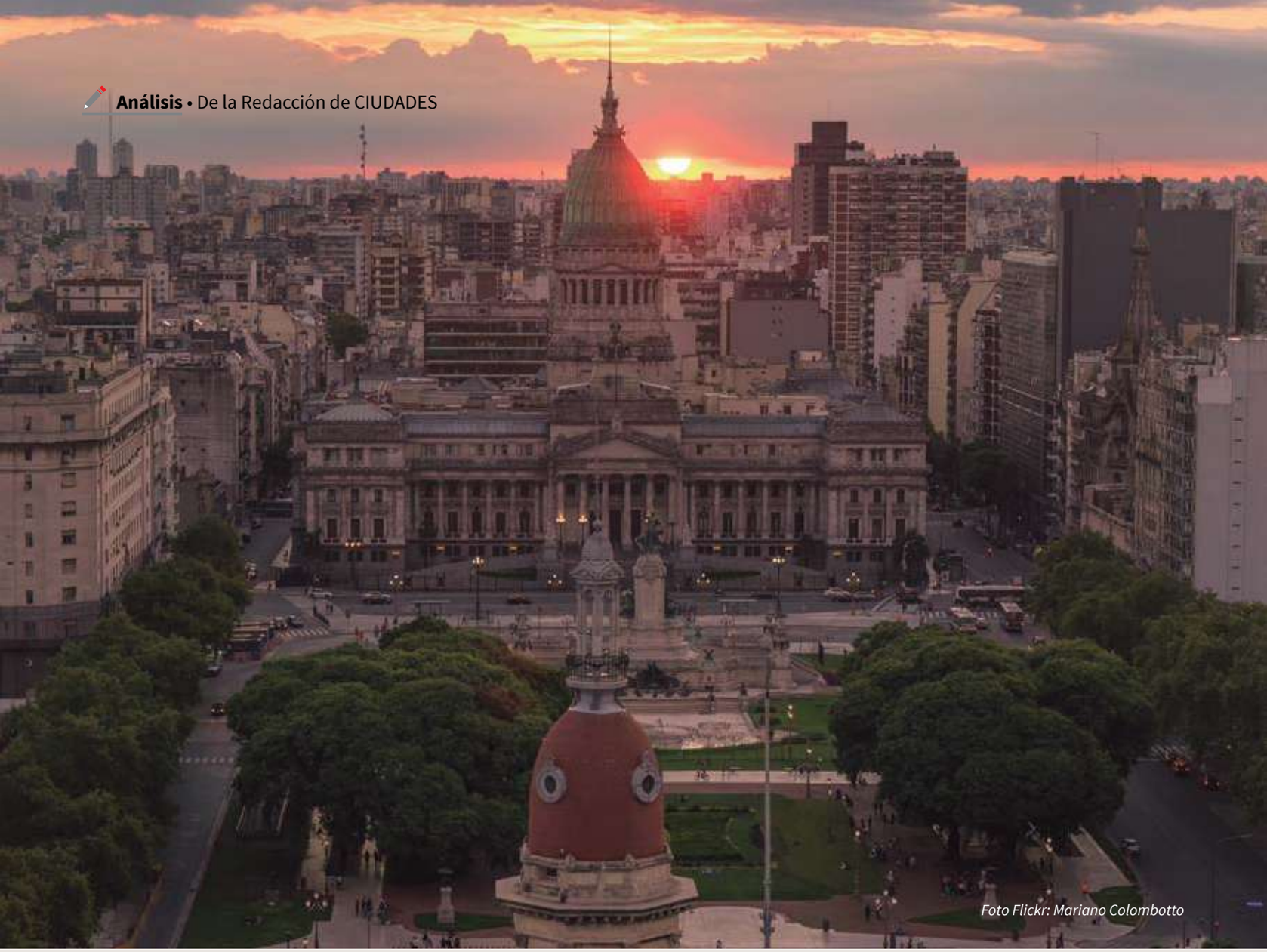


*Foto Flickr: Mariano Colombotto*

# Errónea intervención del Estado distorsiona al sector

**Marta Liotto**

*Entrevista a Marta Liotto, Presidente del Colegio Único de Corredores Inmobiliarios de la Ciudad de Buenos Aires (CUCICBA)*

La nueva Presidente del Colegio Único de Corredores Inmobiliarios de la Ciudad de Buenos Aires (CUCICBA), Marta Liotto, dijo a CIUDADES que una "errónea" intervención estatal distorsiona completamente el mercado inmobiliario de la Ciudad de Buenos Aires.

Sostuvo que esta práctica es bastante más distorsiva que la inflación, un fenómeno que es sabido allí se ha disparado de modo alarmante.

"Si bien los problemas inflacionarios y cambiarios que sufre el país afectan a la actividad inmobiliaria, como al resto de las industrias, gran parte de las complicaciones que actualmente tenemos no son fruto de las dificultades económicas o financieras, sino de una errónea intervención del Estado en el sector".

El actor estatal "desarticuló" el mercado de unidades para vivienda con la aprobación de una Ley de Alquileres que quitó entre los propietarios cualquier "incentivo en ofrecer unidades en alquilar".

Es así porque la norma obligó a ofrecer contratos de arrendamien-

to por tres años, cuando antes eran de dos años, “y a ajustar los valores (precios) en base a un Índice publicado por el Banco Central”, lo que va “en contra de las atribuciones bancocentralistas, generando con ello mucha incertidumbre entre inquilinos y propietarios.

Sostuvo que CUCICBA y otras entidades representativas del sector inmobiliario “trabajamos para que la normativa se modifique y se vuelva al sistema anterior, que había dado muestras de funcionar correctamente durante varias décadas”.

La distorsión es grande y alcanza a todos los subsectores del negocio.

“La compraventa se encuentra prácticamente frenada, con muy pocas operaciones al mes, producto de la gran incertidumbre que vivimos”, señaló.

“La situación agrega complejidad por el grave problema de sobreoferta existente en el mercado”, debido “a la puesta en venta de gran cantidad de inmuebles -la mayoría de ellos de tres o más ambientes, es decir, dirigidos a familias- que hasta la sanción de la mencionada Ley de Alquileres se encontraban en el mercado locativo”.

“Esto también ha distorsionado gravemente los valores”, sostuvo. El mercado de arrendamientos sufre también serias distorsiones.

“Es notorio que la Ley de Alquileres generó gravísimas distorsiones en este mercado. El retiro de unidades ha sido masivo -calculamos que alrededor del 40% de la oferta locativa pasó a la venta- y eso, sumado a la incertidumbre que genera la indexación anual de los ajustes, ha llevado a un incremento del orden del 60% de los valores iniciales de los contratos”.

“Esto dificulta enormemente la operativa, tanto entre consumidores como profesionales inmobiliarios, quienes por añadidura, están impedidos de cobrar honorarios.

“Todo esto dificulta que cuando alguien nos pide buscarle una propiedad para alquilar, tengamos dificultades accesorias para encontrar opciones viables a precios pagables”.

El mercado de oficinas también está paralizado.

“Sus perspectivas no son muy positivas en el corto o mediano plazo. La Pandemia trastocó con especial énfasis a este sector, porque los cambios respecto al trabajo a distancia o con modalidades “mixtas”, difícilmente se retrotraigan”, indicó.

Liotto sostuvo que estas condicionantes “han convertido al Centro de Buenos Aires en una verdadera `Ciudad Fantasma´”.

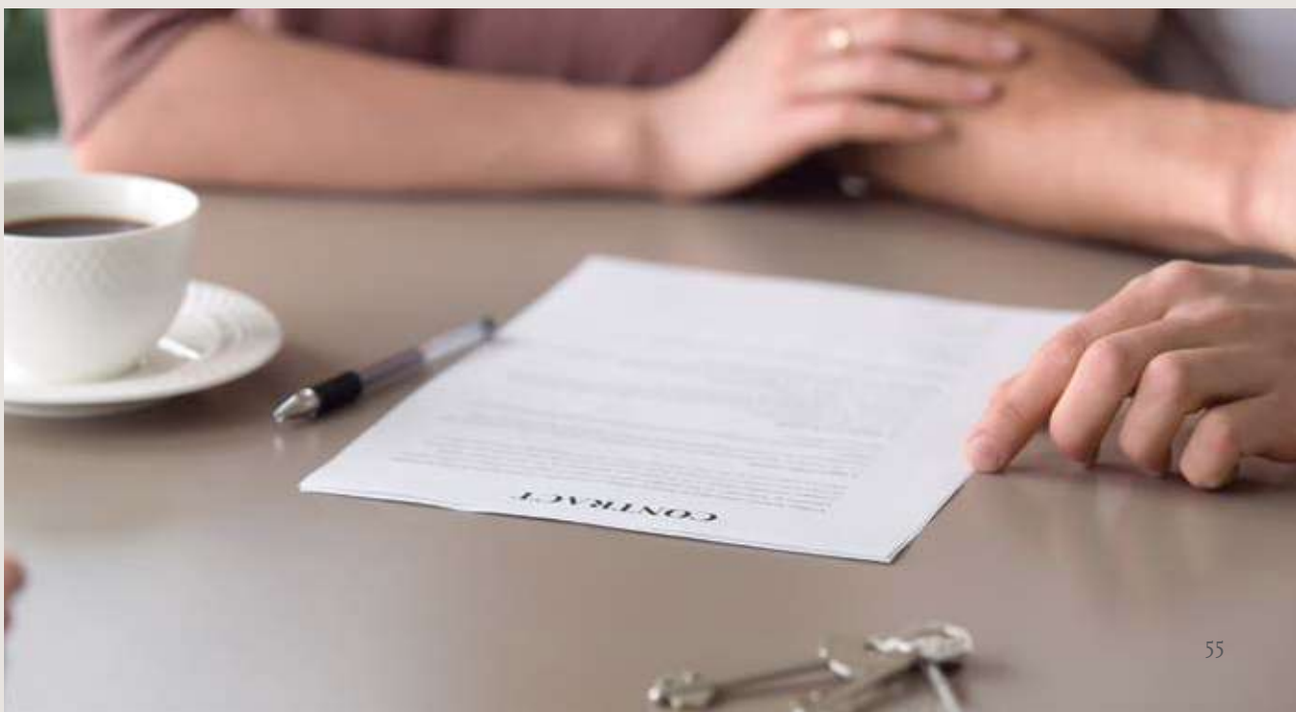
“Para revertir esta situación, nuestro Colegio está trabajando con el Consejo de Planeamiento Estratégico del Gobierno de la Ciudad, “una modificación en la normativa que permita que los edificios de oficinas reconvertirse en residenciales”.

En octubre, Marta Liotto integró la lista vencedora en las elecciones de la directiva del Colegio.

Es Corredora Profesional Inmobiliaria y titular de “Liotto Propiedades”, una inmobiliaria con más de cuarenta años de tradición.

Fue Vicepresidente de CUCICBA en los períodos 2017-2019 y 2019-2021, y ahora resultó electa Presidente del Colegio para el período 2021-2023.

Sucede en la Presidencia al Corredor Inmobiliario Armando Pepe.



*Integrantes:*
*José Briano (Directivo), Juan Carlos Canessa (Directivo), Angel Ruben Piazza (Presidente), Carlos Enciso Christiansen (Embajador Uruguayo en Argentina), Washington Corallo (Vice presidente), Gonzalo Reboledo (Secretario).*

# Desafíos de las cámaras empresariales en la evaluación de la conformidad

CAMARA DE COMERCIO URUGUAYO - ARGENTINA
Fundada en 1939

La Cámara de Comercio Uruguayo - Argentina es una asociación civil con personería jurídica, fundada en el año 1939, exenta de toda índole política o ideología, sin fines de lucro.

La finalidad primordial de esta institución consiste en consolidar y fomentar el comercio, la industria, la producción y en general todo elemento de interés económico entre Uruguay y Argentina.

Brinda apoyo a las pequeñas y medianas empresas, buscando oportunidades y generando nexos sinérgicos que le permitan obtener mayores beneficios y desarrollo para las partes interesadas.

Dentro de la sinergia lograda está el contacto de uno de sus directivos con la directiva de la CUEC.

La CUEC (Cámara Uruguaya de Evaluadores de la Conformidad) es una organización sin fines de lucro que se encuentra asociada a la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay (CNCS).

Su creación fue impulsada por el programa AL INVEST de la Unión Europea.

Siendo un nexo entre las empresas que luchan por una política común de defensa de sus intereses frente a Organismos Reguladores Nacionales e Internacionales basados en las buenas prácticas, la ética y en la acreditación.

Como objetivos tienen la defensa, representación, asesoramiento, participación e información hacia todos sus asociados que tiene como objetivo primordial la mejora de la evaluación de la conformidad.

Velar por el cumplimiento de la gestión ética en el ámbito de la evaluación de la conformidad.

Con una base en Acreditación y/o Certificación, y contando con instituciones evaluadoras de la conformidad y organismos de inspección, la economía de un país puede lograr:

- Salvaguardar la seguridad/salud de los consumidores, brindando productos y servicios, que respeten los estándares de calidad internacionalmente reconocidos.
- El correcto funcionamiento de un mercado transparente y orientado a la calidad en todos sus niveles.
- Demostrar su calidad y competitividad tanto para el mercado interno como para el externo.
- Facilitar el libre comercio.
- Generar puestos laborales con alta competencia técnica y buena remuneración económica promedio.

Actualmente, las empresas que constituyen CUEC, son empresas en constante evolución y adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías del sector de la EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD, dotadas con los mejores medios y el personal más cualificado que el control de calidad demanda. CUEC cuenta con acuerdos regionales por ejemplo: COECRA (Cámara de Organismos de Evaluación de la Conformidad de la República Argentina) y la Cámara Brasilera de la Evaluación de la Conformidad. También tiene relación directa con el OUA (Organismo Uruguayo de Acreditación).

En 2019, desde la CUEC se promueve la realización de un evento que dé cuenta de las capacidades instaladas y los desafíos que el país tiene por delante para afrontar los desafíos que implican el Acuerdo de libre comercio con la UE.

Entre los números manejados en la exposición se explicita que durante 2018 1.841 empresas exportaron productos a 171 países

(incluyendo países europeos) pero solo 700 empresas (38,0 %) estarían en condiciones base para exportar a Europa según las certificaciones requeridas.

Entre los beneficios de la evaluación de la conformidad listados se encuentran:

Gobierno:

- Facilita el control de las regulaciones vigentes, para proteger la salud y seguridad de la población.
- Genera mayor competitividad de las empresas nacionales.
- Incremento de fuentes laborales, altamente calificadas y buena remuneración promedio.

Consumidores:

- Mayor confianza para la adquisición de productos o servicios.

Industria, Comercio y Servicios:

- Demuestra el cumplimiento de los requisitos técnicos establecidos en las normas.
- Garantizar sus productos y servicios.
- Facilitar el comercio internacional, reduciendo obstáculos al comercio de carácter no arancelario.

También se presentaron datos de empleo que el sector de la evaluación de la conformidad tiene: 40 % de las empresas, de Industria y Comercio, contratan una persona se pueden generar 63.200 puestos de trabajo permanentes (Industria y Comercio: 316.000 puestos permanentes; Proyecto UPM 2: 15.000 puestos zafrales)

A raíz de esta presentación se han mantenido instancias de intercambio con MIEM para plantear temas como:

Laboratorios de Referencia Nacionales.

Certificación productos eléctricos en lo relativo a seguridad eléctrica y eficiencia energética.

Certificación, Acreditación y Organismo de Acreditación y las soluciones que como grupo empresarial sugieren abordar.

También con URSEA para presentar postura sobre la consulta pública como parte del proyecto del reglamento técnico MERCOSUR para aparatos electrodomésticos y similares – Requisitos generales, más puntualmente a la ampliación de la cantidad de elementos comprendidos en el reglamento de Baja Tensión (RSPEBT).

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

# ACTUALIZACIONES ECONÓMICAS

## ÍNDICES - MONEDAS • 2019 - 2021

| 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 | | | |
| **2021** | | | | | | | |
| NOVIEMBRE | 1.0566 | – | – | – | 1.362.06 | 5.0933 | – |
| OCTUBRE | 1.0593 | 239.44 | 1.04 | 7.89 | 1.359.25 | 5.0665 | 44.181 |
| SETIEMBRE | 1.0624 | 236.98 | 0.46 | 7.41 | 1.357.94 | 5.0267 | 42.94 |
| AGOSTO | 1.0671 | 235.89 | 0.85 | 7.59 | 1.345.54 | 4.9995 | 42.464 |
| JULIO | 1.0665 | 233.90 | 0.52 | 7.30 | 1.337.06 | 4.9678 | 43.704 |
| JUNIO | 1.0657 | 232.69 | 0.67 | 7.33 | 1.346.86 | 4.9448 | 43.577 |
| MAYO | 1.0626 | 231.15 | 0.46 | 6.64 | 1.339.73 | 4.9192 | 43.794 |
| ABRIL | 1.0674 | 230.10 | 0.50 | 6.76 | 1338.34 | 4.8875 | 43.802 |
| MARZO | 1.0726 | 228.95 | 0.62 | 8.34 | 1336.92 | 4.8404 | 44.187 |
| FEBRERO | 1.0775 | 227.55 | 0.82 | 9.12 | 1291.96 | 4.7792 | 43.145 |
| ENERO | 1.0775 | 225.69 | 1.60 | 8.89 | 1291.77 | 4.7846 | 42.278 |
| **2020** | | | | | | | |
| DICIEMBRE | 1.0773 | 222.13 | - 0.19 | 9.41 | 1291.44 | 4.7688 | 42.340 |
| NOVIEMBRE | 1.0765 | 222.55 | 0.28 | 9.59 | 1289.80 | 4.7410 | 42.521 |
| OCTUBRE | 1.0781 | 221.92 | 0.58 | 9.74 | 1287.76 | 4.7113 | 43.003 |
| SETIEMBRE | 1.0776 | 220.64 | 0.64 | 9.92 | 1283.07 | 4.6849 | 42.575 |
| AGOSTO | 1.0780 | 219.24 | 0.57 | 9.79 | 1264.25 | 4.6633 | 42.587 |
| JULIO | 1.0780 | 217.99 | 0.55 | 10.13 | 1256.09 | 4.6581 | 42.376 |
| JUNIO | 1.0803 | 216.80 | 0.02 | 10.36 | 1255.72 | 4.6213 | 42.212 |
| MAYO | 1.0823 | 216.76 | 0.57 | 11.05 | 1260.99 | 4.5352 | 43.308 |
| ABRIL | 1.0832 | 215.54 | 2.00 | 10.86 | 1260.18 | 4.4811 | 42.257 |
| MARZO | 1.0832 | 211.32 | 1.33 | 9.16 | 1257.33 | 4.4424 | 43.008 |
| FEBRERO | 1.0871 | 208.54 | 0.61 | 8.32 | 1199.07 | 4.3672 | 39.152 |
| ENERO | 1.0879 | 207.27 | 2.09 | 8.71 | 1198.78 | 4.3653 | 37.531 |
| **2019** | | | | | | | |
| DICIEMBRE | 1.0840 | 203.02 | -0.03 | 8.79 | 1198.59 | 4.3435 | 37.308 |
| NOVIEMBRE | 1.0834 | 203.08 | 0.42 | 8.40 | 1197.13 | 4.3140 | 37.840 |
| OCTUBRE | 1.0778 | 202.23 | 0.75 | 8.34 | 1195.70 | 4.2890 | 37.416 |
| SETIEMBRE | 1.0776 | 200.72 | 0.52 | 7.78 | 1193.47 | 4.2526 | 36.939 |
| AGOSTO | 1.0754 | 199.69 | 0.88 | 7.76 | 1168.25 | 4.2213 | 36.642 |
| JULIO | 1.0736 | 197.94 | 0.76 | 7.54 | 1167.67 | 4.1960 | 34.350 |
| 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 |

(*) Indicador sujeto a confirmación una vez publicado el decreto oficial.
Nota: el coeficiente de ajuste que se tomará para los alquileres que reajustan en el mes de NOVIEMBRE 2021 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**

Ogilvy

Scotia®

# Tu casa habla de vos. Tu banco también.

Pagalo hasta en 25 años y además, tenés el crédito aprobado durante 6 meses para buscar tu casa.

## Préstamo inmobiliario Tasa desde

# 5.25%

**T.E.A. EN U.I.**

**Pedilo en scotiabank.com.uy**

El otorgamiento del crédito se encuentra sujeto a aprobación crediticia de Scotiabank Uruguay S.A. Ver condiciones completas en scotiabank.com.uy