CIUDADES

Nº 89
Revista Oficial de la
Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Año 23. Julio / Agosto 2023

Comienza una nueva etapa

Cabrera & Diana
Consecuencias de la guerra de Ucrania

Elecciones en la CIU
Beatriz Carámbula fue elegida como nueva Presidenta

Leticia Achard
Valor agregado para inmuebles premium

Carlos A. Mazalán
La inteligencia artificial en el rubro inmobiliario

UruguayNatural

CIEMSA

Llevamos más de cuatro décadas haciendo que las cosas sucedan.

Apostando a la excelencia. Innovando siempre. Asumiendo un compromiso con quienes confían en nuestro trabajo y el de nuestra gente.

Somos referentes en Ingeniería Civil, Instalaciones Electromecánicas, Arquitectura e ITS. Contamos con más de 1.600 colaboradores capacitados, y expertos locales e internacionales. Nos especializamos en Infraestructura, Arquitectura, Industria, Ambiental y Renovables, Saneamiento y Agua, Energía, Transporte, entre otras.

Nuestra historia nos respalda.

Construir el futuro nos desafía cada día a ser mejores.

Excelencia, Innovación y Compromiso

www.ciemsa.com.uy

Ciemsa

CiemsaUruguay

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, Uruguay XXI, Ximena Pardiñas, Dr. Juan Manuel Cabrera, Dr. Juan Diana, Carlos A. Mazalán, Gerard Duelo Ferrer, Luis Romero Álvarez, Matías Medina, Damián Tabakman, Leticia Achard, Prof. Jorge Aurelio Alonso, Lic. Alfredo López Salteri, João Teodoro Da Silva, Dr. Alfredo Tortorella.

Fotografía de tapa:
Shutterstock

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. 89 - Año 23 - Julio / Agosto 2023

Autoridades

Presidente
Beatriz Carámbula

Vicepresidente
Matías Medina

Secretario
Leonardo Bordad

Prosecretario
Abril Pérez

Tesorero
Luis Silveira

Protesorero
Juan J. Roisecco

Directivo
Álvaro Echaider

Directivo (CIC)
Daniela Hernández

Directivo (CIPEM)
Javier Sena

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
Fernando Alfaro
Gabriel Soares Netto
María del Socorro Lucián
Luis Pisano
Gabriel Valeta

Comisión de Socios
Fernando Micucci
Leonardo Bordad
Alicia Huertas
Virginia Cabrera

Comisión Intergremial
Beatriz Carámbula
Luis Silveira

Comisión de Asuntos Legislativos
Beatriz Carámbula
Matías Medina
Luis Silveira

Comisión Interinstitucional de la Actividad Inmobiliaria
Beatriz Carámbula
Luis Silveira
Matías Medina

Comisión Prevención de Lavado de Activos
Luis Silveira
Matías Medina
Beatriz Carámbula

Comisión de Jóvenes
Jimena Peyrou
Valentina Banchero
Alejandro González
Mario Méndez
Franco Alberti
Carlos Brum
Fabian Mautone
Dante Iocco
Matías Medina

Comisión de Convenios
Gustavo Fernández

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

6 Noticias: de la Redacción de Ciudades
Mensaje a los socios de la CIU
Comienza un nuevo tiempo

7 Editorial: Avanzando en el camino correcto

8 Noticias: de la Redacción de Ciudades
Nuevas autoridades de la CIU y Rendición de cuentas
Directiva 2020-2023

14 Uruguay XXl:
Compraventas crecen 17% en primeros diez meses

16 Ximena Pardiñas:
El viaje para liderarse a uno mismo - El ejemplo de Eduardo Padilla

19 Argentina:
Argentina pasa la peor crisis inmobiliaria de la historia

20 Dr. Juan Manuel Cabrera y Dr. Juan Diana:
Rusia suspendido por el GAFI: impacto de la medida en controles antilavado de operaciones inmobiliarias locales

22 Carlos A. Mazalán:
La sociedad del conocimiento y el impacto en nuestra vida y negocios

32 Gerard Duelo Ferrer:
Cayendo en una trampa

35 Ing. Luis Romero Álvarez:
El precio de los campos

36 Matías Medina López:
Ecosistema de emprendedores inmobiliarios

40 Damián Tabakman:
No es tan grave como parece

42 Leticia Achard:
Nueva tendencia que aumenta el rendimiento de los inmuebles premium en Uruguay

44 Prof. Jorge Aurelio Alonso:
Los beneficios actuales del marketing de servicios

46 Lic. Alfredo López Salteri:
La visión como determinante de su futuro

50 João Teodoro Da Silva:
Préstamos inmobiliarios y Producto Bruto Interno

52 Dr. Alfredo Tortorella:
¿En cuánto comenzamos ofreciendo este inmueble al mercado?

56 Homenaje: de la Redacción de Ciudades
In memoriam: Dr. Alfredo Tortorella

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

Mensaje a los socios de la CIU

Comienza un nuevo tiempo

Una nueva directiva de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU) inició sus funciones de conducción para el período 2023-2026 y es pertinente transmitir a los socios de la gremial como deseamos que sea nuestro derrotero.

La CIU tiene una trayectoria que en noviembre cumplirá 36 años de vida, un período extenso en el cual se transitó por momentos de estabilidad, incertidumbre o certezas, por espejos de calma y por aguas turbulentas sin alterar el objetivo de nuestra comunidad inmobiliaria. Navegamos por todas esas emociones y esta nave sigue surcando con decisión por los mares de la economía nacional.

Con sus representantes y equipos formados a lo largo de estos años, la CIU logró una posición relevante y de liderazgo dentro del sector. En estos últimos tres años de trabajo vivimos momentos de cambios. La tecnología se ha introducido definitivamente en el presente y el futuro del sector, en un universo en el que han cambiando los hábitos de las personas, preferencias y necesidades a la hora de comprar o alquilar.

Hoy la digitalización y el home office son ya una realidad ineludible que impactan directamente en nuestro sector. Los Operadores Inmobiliarios tenemos que estar atentos a todos estos cambios, adaptarnos a esas nuevas realidades y estar abiertos a la incorporación de tecnologías y tendencias novedosas para continuar prestando eficientemente nuestros servicios al mercado.

Renuevo el compromiso de seguir al frente de la CIU presidiendo la Directiva, con la responsabilidad de trabajar en equipo y agregar valor a las personas socias en la tarea conjunta. Me acompañan en este desafío Matías Medina como Vicepresidente, Leonardo Bordad como Secretario, Abril Pérez como Prosecretario, Luis Silveira como Tesorero y Juan Roisecco como Protesorero.

Están además como Directivos de esta conducción Álvaro Echaider, Daniela Hernández, Directivo de la Cámara Inmobiliaria de Colonia, Javier Sena, Directivo de la Cámara Inmobiliaria Punta del Este – Maldonado, Diego Beloqui, Directivo de la Cámara Inmobiliaria de Paysandú, y Mario Méndez, Directivo de la Cámara Inmobiliaria Maragata.

En esta oportunidad se conformó una directiva que combina experiencia y renovación, en el marco de un ciclo inusual, por así llamarlo para la CIU, ya que por primera vez una mujer es presidente de la gremial por elección.

Junto con la labor de las distintas comisiones, el foco de trabajo estará puesto en fortalecer los vínculos entre los sectores privado y público, para continuar desarrollando al sector, y en promover las relaciones entre las distintas gremiales nacionales e internacionales.

Aspiramos a continuar con las capacitaciones a través de nuestro instituto de capacitación ICIU, una herramienta importantísima para mantenernos actualizados y seguir brindando un servicio profesional diferencial.

Trabajaremos sin descanso en incentivar las relaciones entre nosotros, en construir lazos sociales que nos vinculen y unan, ya sea por actividad o afinidad, que ayuden y promuevan a concretar más y mejores negocios.

Esperamos también avanzar con firmeza en el viejo anhelo gremial de un marco regulatorio para nuestra actividad profesional, impulsando con nuestro mejor esfuerzo el proyecto de Ley del Operador Inmobiliario.

Apostaremos además a brindar apoyo al socio desde todo punto de vista, para acompañarlo y brindarle herramientas necesarias que permitan desarrollarse en lo personal y laboral.

La línea de trabajo está definida. Los socios que quieran trabajar para la CIU serán todos bienvenidos. Cuantos más seamos, mayores logros obtendremos. La CIU es de todos y es bueno sentirse parte de la misma, trabajando para una Institución que además de ello, es nuestra casa.

Esta será una directiva abierta para recibirlos, escuchar preocupaciones, ideas, propuestas, inquietudes, y todo lo que se considere necesario plantear. Aunque seguramente aparezcan nuevas dificultades, tenemos hermosos desafíos por delante.

No nos asustan los problemas, de modo que estamos convocados a trabajar aún más, y estar unidos en pos de nuestra gremial. Nadie alcanza en solitario el éxito en la vida y por ello creemos firmemente en los trabajos en equipo. De modo que confío plenamente en este equipo que se ha conformado para trabajar por y para la CIU.

Beatriz Carámbula
Presidente CIU

Avanzando en el camino correcto

Beatriz Carámbula

Presidente de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya

La actividad inmobiliaria ha tenido en 2022 un año extraordinariamente bueno en cantidad de operaciones inmobiliarias, concretando 50.730 compraventas de viviendas lo que representa un 15% más que el 2021 que también fue súper positivo para el sector inmobiliario.

Esto es producto entre otros factores de las modificaciones en abril del 2020 de la ley de vivienda promovida y de la ley de promoción de grandes dimensiones, por la cual el estado otorga beneficios fiscales a emprendimientos de gran escala, todo lo que hizo aumentar considerablemente la inversión inmobiliaria en los últimos dos años, y prevemos que esta tónica de crecimiento y desarrollo de nuestro sector continuará al menos durante el presente 2023.

La construcción con destino residencial prevé para este 2023 crecer un 7%, principalmente por la inversión en vivienda promovida que continua con gran interés por todos los actores involucrados.

En el mes de enero del año en curso, la cantidad de proyectos presentados en Montevideo y en el interior fueron mayores a los del mismo mes en 2022.

Por otro lado, el sector de la construcción está estrechamente relacionado con el sector inmobiliario. Hay una relación histórica entre las inversiones en el sector inmobiliario y el nivel de actividad en la industria de la construcción. Son en sí mismo, dos caras de una misma moneda, una inversión inmobiliaria que se promueve, que se concreta, que se vende, y en consecuencia una obra que se construye con todas las externalidades positivas que esto conlleva.

Empezamos un 2023 con un mercado inmobiliario dinámico, pero con un ritmo algo inferior al 2022 en cuanto a las operaciones de compraventas.

Por un lado, se está rebalanceando el nivel de transacciones, después de dos años increíblemente buenos.

Esto puede deberse a un reequilibrio natural y por otro lado, puede estar influenciado porque los precios de los inmuebles en dólares comienzan naturalmente a subir, reflejando dos efectos diferentes que se suman.

Por un lado, los costos en pesos de construcción han venido subiendo principalmente por el incremento de los precios de los materiales y de los salarios y por otro lado, la sistemática baja del tipo de cambio, que implica que en Uruguay todo en dólares esté más caro.

Un café, un boleto, un litro de nafta, y por supuesto el metro cuadrado de construcción, también. Sin embargo, y sin perjuicio de esta suba de costos de construcción y de precios en dólares, en este mundo post pandemia, lleno de complejidades y desequilibrios, guerras, tensiones entre los principales bloques de poder mundial, alta inflación, altas tasas de interés, y hasta la inimaginable caída de históricas instituciones bancarias como el Credit Swiss, el refugio en la economía real y en los ladrillos son un inmejorable activo para las inversiones.

Uruguay frente a la región y el mundo es un oasis para vivir y para invertir. Es el país mejor posicionado en América Latina para invertir, debido a sus fortalezas sociales, jurídicas y económicas. Tenemos una ventaja competitiva en este sentido y hay que continuar como país aprovechándola y fomentando las inversiones inmobiliarias como motor del país, del empleo y del crecimiento económico. Estas inversiones son un refugio para los inversores ante tanta incertidumbre.

Creemos desde la Cámara Inmobiliaria Uruguaya que tenemos que continuar remarcando las fortalezas de Uruguay y de las inversiones inmobiliarias en el país. Tenemos que seguir trabajando para atraer inversiones nacionales y extranjeras al Uruguay y al sector inmobiliario.

Como siempre y más que nunca, estamos trabajando para lograr definitivamente la aprobación de la ley del operador inmobiliario, para profesionalizar la institucionalidad de nuestro sector, y como un aporte regulatorio más para que la inversión en ladrillos en Uruguay siga siendo la mejor opción a la hora de invertir en este mundo convulsionado.

Afirmamos con absoluta convicción que el ladrillo fue es y será siempre la mejor inversión, la más segura, confiable y atractiva por su rentabilidad y revalorización.

Desde la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, como representantes de la mayor comunidad inmobiliaria que desarrolla su actividad en todo el país, promoviendo los vínculos entre el sector público y privado, trabajamos para apoyar las políticas de inversión, para promocionar nuestro país, buscando estimular y desarrollar el sector inmobiliario.

Seguimos trabajando con la convicción de que estamos haciendo lo correcto, con la fuerza que nos caracteriza, buscando mejorar siempre al sector inmobiliario, como un aporte al crecimiento de la economía y el empleo para bienestar del país y su gente.

Nuevas autoridades de la CIU y Rendición de cuentas Directiva 2020-2023

El pasado 31 de mayo se procedió a elegir una nueva directiva de la Cámara Inmobiliaria Uruguya (CIU) para el período 2023-2025.

A esta elección compareció la lista 1, en calidad de lista única, resultando electa como presidente la inmobiliaria Beatriz Carámbula.

También se procedió a realizar una detallada forma a modo de rendición de cuentas correspondiente a la directiva 2021/2022, cuyo texto se transcribe:

Bajo los pilares de transparencia y profesionalismo, la CIU continuará trabajando para los intereses de cada uno de sus socios.

Convenios firmados:

- Intedya Uruguay (International Dynamic Advisors.

- Facultad de Arquitectura de ORT por curso de Operador Inmobiliario

- Informe Ley Operador Inmobiliario.

Comisión Interinstitucional de la actividad inmobiliaria

Integrantes 2020: Wilder Ananikian, Santiago Borsari, Álvaro Echaider, Marcelo Nieto, Gabriel Conde, Richard Aldama, Guillermo de Arteaga, Luis Silveira y Gustavo Iocco.

Integrantes 2021: Leon Peyrou, Beatriz Carámbula, Álvaro Echaider, Luis Silveira y Matías Medina.

Dado el gran interés en lograr la tan ansiada Ley del Operador Inmobiliario, la CIU impulsó la realización de numerosas reuniones con otras organizaciones profesionales inmobiliarias con el objetivo de producir una única redacción del proyecto de Ley acordada entre todos los participantes.

En las mismas han participado conjuntamente con la CIU (Cámara Inmobiliaria Uruguaya) las siguientes agremiaciones: ADIU (Asociación de Agentes Inmobiliarios del Uruguay), CIPEM (Cámara Inmobiliaria Punta del Este – Maldonado),

CAPH (Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal) y la ANRTCI (Asociación Nacional de Rematadores, Tasadores y Corredores Inmobiliarios).

La Comisión Interinstitucional había alcanzado un acuerdo preliminar sobre un único texto, que fue presentado en consulta al Ministerio de Turismo, al cual le hicieron algunas anotaciones realizadas por su asesoría jurídica.

A partir de esos nuevos aportes, se realizó una nueva ronda de reuniones entre las gremiales, producto de las cuales se está generando el documento final.

Recientemente la ANRTCI decidió retirarse de esas conversaciones y presentar un proyecto propio, por lo que el resto de las organizaciones decidimos culminar la tarea iniciada, confiando en que podemos revertir esa decisión de la ANRTCI y consensuar finalmente una única redacción.

Si bien se entiende que es más conveniente que existe un único proyecto regulador de la actividad del operador inmobiliario, no se considera adecuado el seguir dilatando la presentación formal de una nueva propuesta por desacuerdos con otros profesionales del sector inmobiliario que no sean operadores. La actividad del rematador -por ejemplo- ya tiene su regulación específica, y los operadores inmobiliarios que, por ser simultáneamente rematadores, participan de la ANRTCI, también participan de la CIU, ADIU o de ambas. Entendemos que están suficientemente representados por estas organizaciones.

Charlas y cursos a partir de noviembre 2020:

- Facebook a cargo de la prof. Natalia Tellechea

- Residencia Legal a cargo de RICA CONSULTORES

- Instagram para Inmobiliarias a cargo de la prof. Natalia Tellechea

- WhatsApp Business a cargo de la prof. Natalia Tellechea

- Creación de contenido para redes a cargo de la prof. Natalia Tellechea.

Actividades y acciones de la directiva actual en el 2021:

Convenios firmados:

- Suat
- Óptica Moderna
- Fotoarte escuela de fotografía

Informe Ley Operador Inmobiliario

Comisión Interinstitucional de la actividad inmobiliaria

Integrantes 2021 - 2022: Leon Peyrou, Beatriz Carámbula, Álvaro Echaider, Luis Silveira y Matías Medina.

Continuando con el trabajo realizado sobre el proyecto de Ley del Operador Inmobiliario, la CIU impulsó numerosas reuniones con los diferentes actores políticos y autoridades que a continuación serán enumeradas.

Actores políticos: Bancada del Frente Amplio (Senadores: Daniel Olesker, Liliam Kechichian, Eduardo Bonomi, Amanda Della Ventura y el Diputado José Carlos Mahía).

Bancada del Partido Colorado (Diputados Conrado Rodríguez, Felipe Schipani, Gustavo Zubía, Maria Eugenia Rosello, Ope Pasquet Iribarne, Walter Cervini, Germán Cardoso, Martín Melazzi y el Diputado suplente Sebastián Sanguinetti), Senador Guido Minini Ríos y Diputada Nazmi Camargo de Cabildo Abierto, Senador Sergio Botana Partido Nacional.

Autoridades: Vicepresidenta de la República Beatriz Argimón, Secretario de Presidencia Álvaro Delgado, Ministro de Trabajo y Seguridad Social Pablo Mieres, Ministra de Vivienda y Ordenamiento Territorial Irene Moreira.

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya dejó a disposición de sus socios en su sede el borrador de Proyecto de Ley del Operador Inmobiliario para que los interesados pudieran acceder al texto del mismo.

La CIU en nombre de la Comisión Interinstitucional solicitó presupuestos a tres empresas consultoras (Cifra, Reserch y Exante), con el fin de poder cuantificar la situación actual inmobiliaria haciendo énfasis en la informalidad del sector.

ACTIVIDADES Y ACCIONES SOLIDARIAS DE LA C.I.U.

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya realizó una donación de alimentos a TUCAJASUMA, la cual fue entregada a la Olla del Barrio Tobogán.

Charlas y cursos:

- Trámite de residencia legal tras las nuevas medidas del Gobierno Nacional a cargo de RICA CONSULTORES.

- Valuación inmobiliaria a cargo del Dr. Tortorella y Arq. Florenza.

- Empower day inmobiliario a cargo de la Prof. Natalia Tellechea.

- Propiedad horizontal básica para el desarrollo de la operativa inmobiliaria a cargo de Abril Pérez.

- Técnicas profesionales de venta inmobiliaria a cargo del Lic. Alfredo López.

- Instagram para Inmobiliarias a cargo de la Prof. Natalia Tellechea.

- Residencia fiscal en el Rio de la Plata a cargo de RICA CONSULTORES.

- Apertura de fronteras, vacunación contra el covid, residencia legal y fiscal en Uruguay a cargo de RICA CONSULTORES.

- Taller de stories y reels para inmobiliarias a cargo de la Prof. Natalia Tellechea.

- Uruguay reabre sus fronteras para extranjeros a cargo de RICA CONSULTORES.

PUNTOS DE ENCUENTRO:

Con el objetivo de estar más unidos, la Comisión Directiva retomó los puntos de encuentro con los socios de la CIU. Reuniones donde pudieron intercambiar ideas, consultas, negocios, información, etc.

Se trataron los siguientes puntos:

- ICIU: las capacitaciones que se realizarán

- Portal Mi Lugar como herramienta tecnológica

- Proyecto de Ley del Operador Inmobiliario

- Formación de Comisión de Jóvenes CIU

- Campaña publicitaria para redes sociales fortaleciendo la imagen del Operador Inmobiliario y su rol.

ENCUENTRO VIRTUAL:

El 26/07/2021 en virtud de la emergencia sanitaria, intentando suplir las reuniones zonales, se realizó una mesa de trabajo virtual donde se trataron los siguientes temas:

- Informalidad en el sector Inmobiliario.

- Unidad del gremio para combatir la competencia desleal.

- Conversatorio y planteo de diferentes ideas sobre el nuevo Portal Mi Lugar.

- Mercado Inmobiliario en el interior del país y capital.

- Futuras capacitaciones de temas claves para el rol del Operador Inmobiliario Profesional.

- Ley del Operador Inmobiliario, presentación ante Presidencia de la República y Ministerio de Trabajo.

- Solicitud de entrevista con el Ministerio de Vivienda.

COMISIÓN DE JÓVENES:

La Comisión Directiva informa que se creó una Comisión de Jóvenes con el objetivo de lograr una mayor participación y conocimiento de parte de los jóvenes que integran la institución.

Se han mantenido tres reuniones a lo largo del año con los siguientes temas:

- Posibles cursos enfocados a la digitalización de los Operadores Inmobiliarios.

- Ideas para spot publicitario institucional.

- Rol de los socios con respecto a las redes sociales.

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

Actividades y acciones de la directiva actual en el 2022:

SE RETOMARON LOS CONGRESOS DE ENTIDADES ASOCIADAS:

29/07/2022 – San José
16/09/2022 – Paysandú
08/12/2022 – Montevideo

Se informó de la situación actual del proyecto de ley y las acciones de la directiva.

En el caso de San José llevamos al Dr. Juan Diana para que brinde una disertación sobre blockchain y en Paysandú al Dr. Alberto Puppo que disertó sobre los sobre las diferentes regulaciones de arrendamiento en la actualidad.

Convenios firmados:

- MercadoLibre
- Barraca Malvín
- Altamira
- Escuela Carne
- Editorial Bre
- 2clics
- Alamo Uruguay
- Estudio SimDesign VR
- Dodel Zinger
- Tromen
- Dentalhub
- PMN Consultores SRL
- Informe Ley Operador Inmobiliario

Comisión Interinstitucional de la actividad inmobiliaria

Integrantes 2021 - 2022: Leon Peyrou, Beatriz Carámbula, Álvaro Echaider, Luis Silveira y Matías Medina.

En el año 2022 continuaron las gestiones ante el Poder Legislativo y actores políticos para poder avanzar con el camino legislativo Proyecto de Ley del Operador Inmobiliario.

El día 5 de julio fue ingresado el proyecto de ley con presencia de la vicepresidente de la República Esc. Beatriz Argimón; el cual fue firmado por legisladores de todos los partidos políticos. Fue realizado un acto donde se manifestó públicamente la necesidad de regular y profesionalizar un sector tan importante como el Inmobiliario.

Pocas horas después ya con número de tramite asignado fue solicitada la reunión ante la comisión correspondiente.

El día 5 de Octubre a las 10.05 horas fueron recibidos por la comisión de Constitución, Códigos, Legislación General y Administración una delegación en representación de la comisión Interinstitucional compuesta por la Presidenta de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya la Sra. Beatriz Carámbula, Vicepresidente Matías Medina, Tesorero Luis Silveira, Dr. Leonardo Costa -asesor de la CIU, Javier Sena Presidente de la Cámara de Punta del Este – Maldonado y Nelson Alonso Vicepresidente de la Asociación de Agentes Inmobiliarios del Uruguay. Los legisladores que participaron fueron: Diego Echeverría (presidente de la comisión), Cecilia Bottino Fiuri, Mario Colman, Claudia Hugo, Alexandra Inzaurralde, Pablo Viana, Mariano Tucci, Nicolás Mesa y Eduardo Lust.

La reunión tuvo una duración de más de dos horas en la cual los representantes en primera instancia realizaron una exposición de la problemática actual del sector detallando sus vulnerabilidades y realizando énfasis en el elevado informalismo a todo nivel que involucra la industria inmobiliaria. Destacando la figura del Operador Inmobiliario formal y su desempeño en materia de asesoramiento, inversiones, auxiliar de la justicia, turismo, valuación, desarrollos, generador de divisas y fuentes laborales directa e indirectas entre otros aspectos medulares de su profesión.

Respecto a las dudas jurídicas fueron subsanadas por el Dr. Costa (luego de un análisis del articulado en conjunto entre todos los presentes) y por parte de los legisladores fueron planteadas algunas sugerencias de forma, las cuales fueron tomadas por la delegación.

Por último, se realizó un intercambio entre todos los actores finalizando con manifestaciones positivas para que el proyecto prospere.

Pocos días después la Comisión Interinstitucional previo acuerdo entre todas las instituciones que la componen, envió a la comisión Constitución, Códigos, Legislación General y Administración las modificaciones sugeridas, solicitando una nueva reunión apenas retornen a la actividad parlamentaria.

ACTIVIDADES Y ACCIONES SOLIDARIAS DE LA CIU

Debido a la fuerte tormenta que afectó la ciudad de Paysandú la mañana del 11 de julio del corriente, que causó varios derrumbes entre otros daños, la Cámara Inmobiliaria Uruguaya realizó una donación de 618 bloques.

Charlas y cursos:

- Oportunidades en la construcción en Uruguay a cargo de RICA CONSULTORES

- Análisis de los contratos sin garantía a cargo del Dr. Alberto Puppo

- DOMEL ante la senaclaft a cargo de Maria Elena Lenguas de Brum Costa.

- Fotografia inmobiliaria a cargo de Magela Beneficio.

- Agente Inmobiliario Digital a cargo de Senpai.

- Criptomonedas a cargo de Brum Costa y abogados.

- Nuevas normativas en Ley de Propiedad Horizontal a cargo de RICA CONSULTORES.

- Las diferentes regulaciones de arrendamiento en la actualidad a cargo del Dr. Alberto Puppo.

- Importancia del sitio web en el rubro inmobiliario a cargo de 2clics.

PUNTO DE ENCUENTRO EN CIUDAD DE LA COSTA:

Con el objetivo de estar más unidos, la Comisión Directiva retomó los puntos de encuentro con los socios de la CIU. El 10 de agosto se realizó en Ciudad de la Costa con los asociados de Canelones.

Contamos con la participación de FIDECIU Garantía de Alquiler con una charla explicativa y con una disertación de Estudio Sim Desing VR con el cual la CIU tiene un convenio con beneficios exclusivos para sus socios.

VISITA A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE OPERADOR INMOBILIARIO EN LA UTU:

El 6 de setiembre realizamos una presentación de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya a los estudiantes de la carrera de Operador Inmobiliario de la UTU.

Participaron nuestra presidenta Beatriz Carámbula y vicepresidente Matías Medina.

VISITA A LOS SOCIOS DEL DEPARTAMENTO DE RÍO NEGRO:

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya, representada por nuestro vicepresidente Matías Medina, visitó a socios CIU en la ciudad de Fray Bentos el 11/11/2022.

Instancias sumamente enriquecedoras para realizar intercambio de ideas, conocer la realidad del sector a nivel departamental como también escuchar propuestas e iniciativas de los colegas.

Nuevos asesores contratados: Exante asesores en macroeconomia, María José Silva como community manager y la empresa de comunicación THOT.

Actividades y acciones de la directiva actual en el 2023:

- Nueva sala de ICIU
- Renovación Sede
- Mayor presencia en medios

Convenios firmados:

- Cableplus.
- Escuela de Seguros.
- Charlas y cursos: introducción a la venta de campos a cargo de la Ing. Agr. Laura Pérez.
- Informe Ley Operador Inmobiliario.

El pasado 3/5/2023 representantes de la Comisión Interinstitucional de la Actividad Inmobiliaria y su asesor legal, fueron recibidos por la Comisión de Constitución y Códigos de Diputados para explicar los beneficios y el alcance del proyecto de ley para la regulación de la actividad inmobiliaria.

Las autoridades de la CIU destacaron esta instancia por la importancia que representa poder contar en detalle algunos de los importantes avances que propone este proyecto, como la creación de un registro de operadores inmobiliarios, un observatorio de información, entre otras cosas.

Puntos a futuro:

1. Continuar trabajando en la expansión de la mayor comunidad inmobiliaria con la captación de socios.

2. Recorrer el país para trabajar en conjunto con el interior.

3. Ronda de negocios para fomentar la concreción de operaciones inmobiliarias.

4. Plataforma tecnológica.

5. Nuevos medios de comunicación (podcast).

6. Promover los vínculos con el sector público y privado.

7. Continuar con el desarrollo del sector inmobiliario.

8. Profesionalización constante de los socios a través de capacitaciones.

9. Marco legal para favorecer al sector y a la comunidad (proyecto de Ley del Operador Inmobiliario. ■

Compraventas crecen 17% en primeros diez meses

El sector inmobiliario, que genera un 12% del valor agregado bruto, representa al país la generación de unos US$ 7.100 millones. Según el programa Uruguay XXI, en 2022 las compraventas crecieron 17%, respecto del ciclo inmediato anterior.

El último informe de Uruguay XXI sobre inversión inmobiliaria, divulgado a principio de este año, mostró que en 2022 persistió el incremento de las compraventas registrado ya en 2021.

En los primeros diez meses del año pasado las compraventas crecieron 17%, respecto de 2021, y en la vivienda nueva desarrollada bajo el régimen de vivienda promovida, se mantuvo el dinamismo que mostró tras la Pandemia.

De acuerdo a ese informe, dos terceras partes de las compraventas registradas en 2021 se realizaron en los departamentos de Montevideo, Maldonado y Canelones, mientras que en 2022 se produjo una caída en las compraventas

de Montevideo y una suba en las registradas en Maldonado.

En cuanto a los precios de venta, "la mediana del valor de las altas de compraventa de vivienda mostró un incremento interanual de 12% medido en dólares corrientes, para el total del país y en términos interanuales para los primeros nueve meses de 2022".

Otro dato relevante refiere a los precios promedio registrados en todo el país, los que revelaron una mejora de 10%, aunque con diferente magnitud, situándose en el entorno de los US$ 2.490 el valor del metro cuadrado, aunque medido en unidades indexadas (UI) el desempeño fue inverso en el comportamiento de los precios.

"La capacidad de compra de inmuebles de los hogares se puede medir a través del número de ingresos mensuales necesarios para comprar una vivienda promedio. Este indicador para Uruguay muestra que el costo de acceder de la vivienda creció 5% promedio anual entre 2011 y 2020 (...) lo que se explica por una evolución más dinámica de los costos de la vivienda en relación con la evolución de los ingresos de los hogares".

"En 2020 una propiedad horizontal requería en promedio unos 57 ingresos mensuales, lo que implica un incremento de 9% en la comparación interanual. Asimismo la compra de una propiedad común requería 78 ingresos mensuales de un hogar promedio, 14% superior en relación con 2019. En ese sentido, la evolución del esfuerzo necesario de los hogares para la compra de una propiedad horizontal ha ido en alza en los últimos años, mientras que la propiedad común mostró una variación más dispar", señaló el informe. ■

Construcción

El informe de Uruguay XXI indicó que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PBI) uruguayo se ubicó por encima de los de Brasil y Argentina, y aún de la media de América Latina.

Según el informe, el sector de la construcción concentró un 5% del PBI nacional, reportando una contribución de unos US$ 3.000 millones anuales, indicador que creció 6% en 2021 y 9% en los primeros nueve meses de 2022, según estimaciones del Banco Central del Uruguay (BCU).

Ximena Pardiñas • Socia de Xn y Directora de Academia

El viaje para liderarse a uno mismo - El ejemplo de Eduardo Padilla

¿Cómo te das cuenta que una persona se lidera a sí misma? La escuchás hablar y todo te hace sentido.

Sabés que está diciendo lo que piensa y que hace lo que dice. Percibís a una persona coherente, genuina, transparente.

Eso es lo que ocurre cuando escuchás a Eduardo Padilla, el ex director general de Femsa, en la entrevista que Enrique Baliño le realizó para el primer ciclo del podcast de Xn Líderes que Inspiran. Todo te cierra.

Fue increíble lo que me pasó a mí en particular, al escuchar esa entrevista. Habíamos justo terminado de armar el modelo del PLP (Programa de Liderazgo Personal) que se dicta actualmente en la Academia de Xn.

Al contar su historia, Padilla fue nombrando uno a uno los elementos que trabajamos en ese modelo. Me pareció genial que alguien con tanta experiencia, que viene de la cancha, confirmara de esa manera prácticamente todo lo que habíamos armado en base a toda nuestra experiencia, a la investigación disponible y a los asesores que nos ayudaron con los temas más profundos de neurociencia, biología y psicología.

El liderazgo empieza por uno mismo. No importa la posición que uno ocupa en la organización, todos tenemos que liderarnos a nosotros mismos.

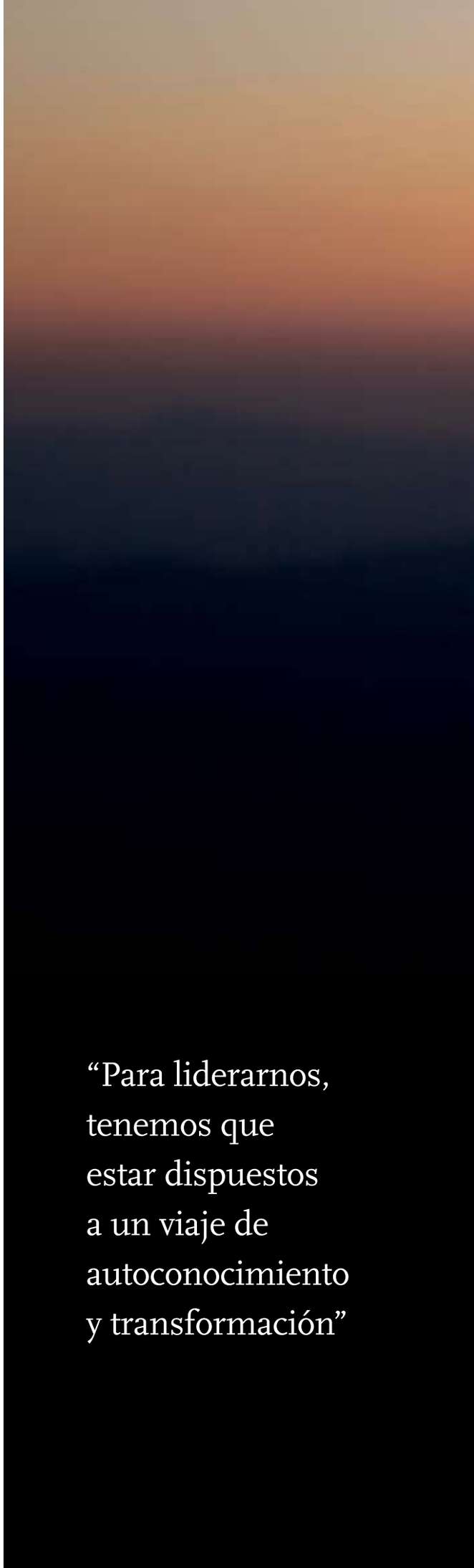
Pero, además, si nos toca llevar adelante una organización (de cualquier tamaño), ser un mejor líder, también empieza por liderarse a uno mismo. Y para ello tenemos que estar dispuestos a un viaje de autoconocimiento y transformación; a conectar con lo que nos ha pasado, a aprender y a capitalizar.

Hay mucho que podemos hacer, aunque a veces nos cuesta darnos cuenta. “Para liderarnos, tenemos que estar dispuestos a un viaje de autoconocimiento y transformación”.

Hasta diciembre de 2021, Padilla estuvo al frente de uno de los grupos empresariales más importantes de la región, con más de 300.000 empleados.

A lo largo de su vida puso mucho foco en conocerse a sí mismo; durante su trayectoria logró desarrollar competencias y actitudes; aprendió a gestionar sus emociones, tomó decisiones y pudo descubrir y aclarar su propósito...

Además, sabe que nunca estuvo solo en ese viaje y supo pedir ayuda. Esos son justamente los ingredientes que conforman el modelo que nos permite alcanzar nuestra mejor versión.



“Para liderarnos, tenemos que estar dispuestos a un viaje de autoconocimiento y transformación”

En la conversación con Baliño, Padilla cuenta la historia de cómo, antes de entrar a Femsa, reflotó una fábrica de alfombras que estaba en graves problemas.

Le habían ofrecido el cargo de director a un ejecutivo muy capaz, que lo rechazó por ser muy riesgoso. Entonces se lo plantearon a él.

Padilla tenía 32 años y lo máximo que había dirigido era un equipo de dos personas. Su esposa lo ayudó a tomar la decisión de aceptar.

"Toda la gente era mayor que yo, sabía mucho más. Tenía miedo, sentía el peso de la enorme responsabilidad. Pero tenía que manifestar confianza", recordó Padilla, quien al ir hacia la fábrica en más de una oportunidad se detuvo en la carretera "a llorar y sacarse la angustia" para llegar "impecable y listo".

Luego le cayó una ficha que implicó un antes y un después: "Me di cuenta que lo más importante era hacer valer a mi gente. Estaban un poco inseguros porque el anterior gerente era carismático y aglutinador. Se trataba de empoderarlos a ellos. Mi función era ayudarlos y habilitarlos. Y eso me cambió la vida. Se dieron cuenta que valían como equipo y no por la persona que tenían encima".

Con esta vivencia, nos muestra la importancia del manejo de las emociones, la toma de decisiones y de apoyarse en otros construyendo vínculos de calidad.

También nos da un claro ejemplo de la actitud necesaria para avanzar a pesar de las circunstancias. Hacia el final de la entrevista se da un momento único.

Es cuando Enrique Baliño le pide a Padilla, que estaba a punto de retirarse de Femsa, que brinde

algún consejo para los líderes independientemente del momento en que se encuentren. Y allí dispara cuatro de los elementos del modelo de Liderazgo Personal de Xn.

Primero, el autoconocimiento, el entender cuáles son nuestras fortalezas y debilidades para mejorarnos a nosotros mismos. Lo genial es que Padilla lo aplica en todas las etapas: aún en la preparación de su retiro.

Cuenta que está trabajando con un coach para entenderse, para visualizar qué habilidades que hasta ahora le han servido pueden convertirse en un "estorbo" en la siguiente fase.

Esto lo podemos ver bien si imaginamos este proceso como el subir una escalera. No necesariamente todo lo que traes te sirve para el próximo escalón.

A veces, es difícil desprenderse de algo que venís haciendo bien, pero quizás si no lo hacés, no puedas subir al siguiente escalón.

Otro elemento que confirma Padilla es el de tener la inquietud de estar siempre aprendiendo. Es así: no terminás nunca de aprender. Y, como él dice, hoy con internet no hay excusas. Seguir aprendiendo es clave y está a la mano.

Debemos tener claro que "requerimos ayuda para apalancarnos hacia adelante". Padilla habla de la necesaria retroalimentación que puede venir de la familia, los amigos, los mentores y de la "gente linda" que lo rodeaba en la empresa. Es cierto. Siempre necesitamos a otros y el cómo te relaciones va a hacer la diferencia.

Enrique Baliño dice una frase que me encanta: "Uno nunca triunfa o falla solo". Y la frutilla de la torta fue escuchar a Padilla hablar del propósito: "Tienes que saber a qué viniste a esta vida, y ser muy fiel a ello. En este viaje, con el tiempo, me fui dando cuenta que yo había venido a transformar y desarrollar personas y organizaciones. Lo que más me encanta es ver el efecto".

Por lo general, uno está muy enfocado en lo cotidiano, en el "qué" de todos los días. Es decir, tenés la agenda tapada de actividades y no te cuestionas para qué haces ese millón de cosas.

Es revelador escuchar cómo Padilla descubrió que había algo en común que había disfrutado en todas las diferentes actividades a lo largo de su vida.

¿Qué era lo que las unía? Algo que él le apasionaba: ayudar a las personas a desarrollarse. Había descubierto su propósito. Vale la pena escuchar toda la entrevista y disfrutarla prestando atención a cada detalle de la conversación.

¿Y tú?
¿Has indagado en el para qué haces lo que haces?
¿Descubriste cuál es tu propósito?
¿Qué es lo que ata los cabos en tu vida?
¿Qué tanto te conocés?
¿Cómo manejas tus emociones?
¿Estás desarrollando tus actitudes?
¿Estás tomando las decisiones que te llevan donde tú quieres ir?
Tus acciones diarias, ¿están alineadas con tu propósito en la vida?

Tal vez llegó el momento de emprender el viaje de liderarte a ti mismo. ■

Ximena Pardiñas
Socia de Xn y Directora de Academia

Argentina pasa la peor crisis inmobiliaria de la historia

Armando Pepe, reconocido experto del mercado inmobiliario argentino con una trayectoria de 50 años, señaló que la situación actual en el sector del mercado bonaerense es "la peor crisis que ha presenciado".

La falta de oferta de viviendas en alquiler derivó en una crisis sin precedentes en la historia. Al mismo tiempo, existe una inmensa oferta de inmuebles en venta, "más de 110.000 en la Ciudad de Buenos Aires", y una parte de ese total se ha amueblado y equipado, con el objetivo de ofrecer alquiler temporario, incluso para el público nacional.

En el mercado inmobiliario porteño, las compraventas cayeron, y se espera que haya un aumentos en los alquileres. Los operadores inmobiliarios porteños sostienen que esta crisis no se limita únicamente a la esfera económica, sino que se centra especialmente en el ámbito de los alquileres. La necesidad y desesperación de las personas por mudarse y la imposibilidad de encontrar propiedades disponibles "alcanzó niveles alarmantes".

El dirigente advirtió que el Estado parece no tener intención de tomar medidas al respecto. Según él, en una reunión reciente "los abogados, Fernández y el líder del Ministerio de Economía, Sergio Massa, se plantearon derogar la Ley de Alquileres mediante un Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU), argumentando que era una ley deficiente. Esta propuesta sorprendió a Pepe, ya que no se puede derogar por decreto una ley que ha sido aprobada por ambas cámaras del Congreso. Sin embargo, considera que es posible modificar o derogar la ley mediante el proceso legislativo correspondiente.

En cuanto a las posibles soluciones, Pepe señaló que es necesario volver al Código Civil y Comercial, el cual estipula contratos de vivienda por 24 meses con ajustes semestrales acordados entre las partes. Esta propuesta ha sido respaldada por las principales entidades del país relacionadas con el mercado inmobiliario. Sin embargo, lamenta que este pedido se encuentre en un estado de parálisis en el Congreso, ya que parece haber una "falta de voluntad política" para abordar el problema.

Además, Pepe apuntó contra los políticos y responsables de la toma de decisiones, argumentando que su principal preocupación parece ser su posicionamiento en las próximas elecciones, en lugar de la situación de la gente. Esto refuerza la sensación de abandono por parte de la clase política hacia los ciudadanos afectados por la crisis en el mercado inmobiliario.

Ante la situación crítica que atraviesa el sector, se presentó una propuesta para competir eficazmente contra el auge de los alquileres temporarios.

El plan consiste en la implementación de un programa de construcción de viviendas de interés social, inspirado en la exitosa legislación uruguaya que ha sido mejorada a lo largo de los gobiernos.

Sin embargo, esta iniciativa no recibió la atención por parte del gobierno anterior, ni tampoco del actual.

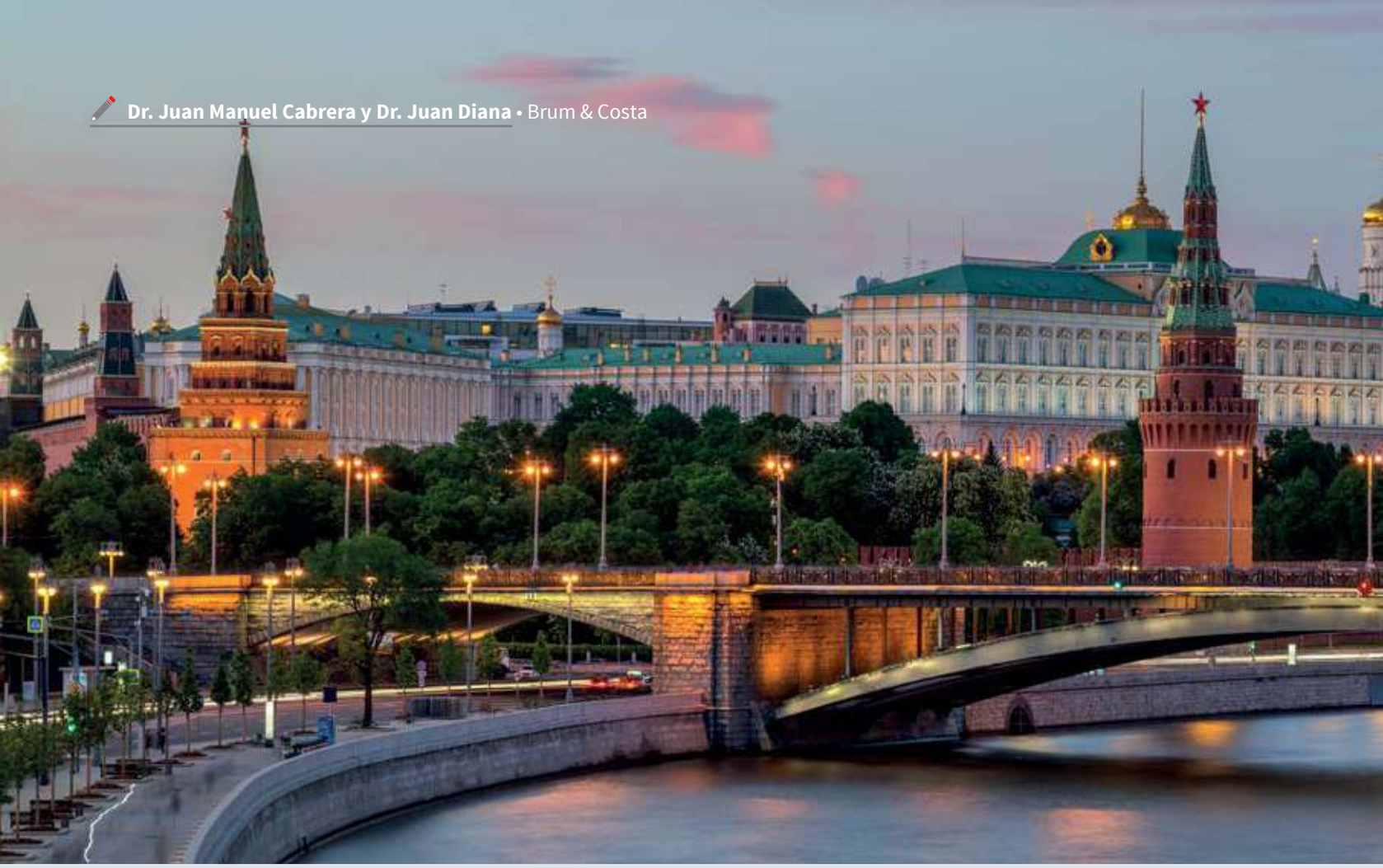
Luego, tampoco "hemos podido concretar alguna reunión con el resto de los funcionarios de la actual administración", enfatizó Pepe.

Además, el dirigente señaló la dificultad para reunirse con los funcionarios del Gobierno actual, lo que obstaculiza la posibilidad de avanzar en la implementación de esta estrategia para competir contra los alquileres temporarios.

La falta de diálogo y de interés por parte de los responsables políticos afecta negativamente a los ciudadanos que se encuentran en una situación desesperada debido a la escasez de viviendas disponibles.

(En base a Ámbito Financiero). ■

Dr. Juan Manuel Cabrera y Dr. Juan Diana • Brum & Costa



Rusia suspendido por el GAFI: impacto de la medida en controles antilavado de operaciones inmobiliarias locales

¿Qué implica la medida del GAFI?

El pasado 24 de febrero el Grupo de Acción Financiera Internacional ("GAFI"), el organismo encargado de establecer lineamientos internacionales en materia de prevención del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo (en adelante "PLAFT"), resolvió la suspensión de Rusia como país miembro. El GAFI fundamenta la decisión adoptada principalmente en "la invasión militar a gran escala, ilegal, no provocada e injustificada de Ucrania por parte de la Federación Rusa".

La suspensión impuesta supone una serie de consecuencias que afectan a Rusia tales como la exclusión en procesos de toma de decisión del GAFI y el acceso a documentos internos de este organismo. No obstante, es importante destacar que Rusia sigue formando parte del GAFI, manteniendo la obligación de aplicar los lineamientos internacionales en materia de PLAFT y encontrándose sometida a los procesos de revisión de su sistema nacional en lo referido al tema (lo que eventualmente podría implicar una futura inclusión de Rusia en las "Listas GAFI").

Asimismo, la declaración del organismo internacional aclara que el país suspendido sigue siendo un miembro activo del Grupo Euroasiático de Lucha contra el Lavado de Activos (organismo regional adherido a los estándares del GAFI, "GAE" por sus siglas en ingles) y conserva por tanto sus derechos como miembro.

Dr. Juan Manuel Cabrera

Dr. Juan Diana

Operaciones inmobiliarias vinculadas a ciudadanos rusos: ¿Alto Riesgo?

A primera vista la suspensión de Rusia podría tener consecuencias en las evaluaciones de riesgo que las inmobiliarias deben realizar para determinar la intensidad de los controles PLAFT que se debe de aplicar a clientes u operaciones relacionadas con este país.

A este respecto, es necesario analizar si la suspensión trae aparejado que necesariamente se deba calificar como "riesgo alto" a clientes u operaciones vinculadas con Rusia, sin tener en cuenta otros factores o, por el contrario, se debe hacer un análisis en base a una multiplicidad de factores que eventualmente podrían llevar a una calificación de "riesgo alto" o no.

El artículo 13 del Decreto N°379/018, reglamentario de las obligaciones PLAFT del sector no financiero, prevé que los sujetos obligados deben realizar controles intensificados en "Relaciones comerciales y operaciones con clientes no residentes que provengan de países que no son miembros del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) o de alguno de los grupos regionales de similar naturaleza tales como: Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica (Gafilat), Grupo de Acción Financiera del Caribe (Gafic), Grupo de prevención del blanqueo de capitales de África del Sur y del Este (Menafatf) y Grupo Asia/Pacífico en materia de Blanqueo de Capitales (APG); o de países que estén siendo objeto de medidas especiales por parte de estos grupos por no aplicar las recomendaciones del GAFI o no aplicarlas suficientemente".

Teniendo en cuenta lo previsto en la norma, se concluye que la situación de Rusia anteriormente descrita no encuadra en ninguno de los supuestos mencionados dentro de los cuales se debiera realizar la debida diligencia intensificada. Esto en tanto Rusia continúa siendo miembro de GAFI (aún encontrándose suspendido), es miembro activo del GAE, y asimismo no está siendo objeto de ninguna medida especial por no aplicar (o no aplicar lo suficiente) las recomendaciones del GAFI en materia de PLAFT.

Más allá de esto, y tomando en consideración el principio de "Enfoque Basado en Riesgos" la inmobiliaria podría igualmente calificar a clientes u operaciones vinculadas con Rusia como de "Riesgo Alto" dado la entidad de la sanción impuesta por el GAFI y, como consecuencia de esto, aplicar la debida diligencia intensificada. Lo mismo sucede en aquellos casos en que la operación a controlar presente otros factores de alto riesgo que no estén relacionados a aspectos geográficos, sean estos mencionados expresamente como tales en la normativa o en base al análisis de riesgo hecho por la inmobiliaria.

Conclusión

En conclusión, a nuestro entender el hecho de que Rusia se encuentre suspendido como país miembro de GAFI, por sí solo, no es un hecho suficiente para calificar como de "riesgo alto" de LA/FT a las operaciones con clientes provenientes o vinculados con este país.

Finalmente es importante destacar que esta es la situación que se presenta al día de hoy, ya que en el futuro podrían tomarse nuevas medidas por parte de GAFI que tengan un impacto efectivo en la evaluación del riesgo (ejemplo, inclusión de Rusia en la "Lista Gris" o "Lista Negra" del GAFI), en cuyo caso necesariamente debiera calificarse a las referidas operaciones como de "Riesgo Alto". ■

Carlos A. Mazalán • CEO de Mazalán Comunicaciones

La sociedad del conocimiento y el impacto en nuestra vida y negocios

Me encanta hablar de la sociedad del conocimiento porque considero que es la piedra fundamental de la era digital, donde está fundamentada esta era de cambios vertiginosos y constantes.

Hace tiempo, mi hijo mayor me pidió que le explicara el concepto de sociedad del conocimiento "en palabras coloquiales".

Le dije que no fuera vago y que se pusiera a leer. Aún así, le conté que se trata de ese mundo donde él nació e interactúa, se entretiene, se educa, compra, vende y hace trámites, encontrando todo lo que necesita a un clic de distancia.

Claro, para él es natural porque no conoció otra cosa. Pero para los inmigrantes digitales que provienen de una época anterior, se trata de un mundo sorprendente y lleno de posibilidades impensadas.

Vale aclarar, que a pesar de mi edad me autodenomino billennial, dado que no soy nativo digital, ¡pero casi!

Como he contado anteriormente, fui el primer administrador de Internet

Carlos A. Mazalán

CEO de Mazalán Comunicaciones y autor de Rockear Las comunicaciones. net.

cuando la red era académica y en mi universidad disfruté esa época que claramente marcó mi vida y abrió muchas puertas.

A mi entender, es la expresión más acabada de lo que Alvin Toffler describió en “La tercera ola”.

Y como describió Jan Figel en 2006, se trata de una sociedad que se caracteriza por un alto grado de creación, diseminación y aplicación del conocimiento, que se expande sobre una base digital y avanza conectada a una misma red global.

Esa red y las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) son la clave y la plataforma sobre la cual la Sociedad del Conocimiento crece y evoluciona.

Los instrumentos que, al igual que la imprenta de Gutenberg el teléfono de Graham Bell, nos potencian como seres humanos, revolucionan el mundo y lo transforman.

La aceleración de la transformación digital que estamos viviendo hoy genera disrupción en una enorme cantidad de sectores.

En algunos produce reconfiguración de industrias o su desaparición directa.

En otros, representa una gran oportunidad. Por ejemplo, para quienes se interesan en las comunicaciones, el marketing y los servicios basados en conocimiento, la digitalización representa un momento de refundación.

Para poder mirar con confianza y optimismo estos cambios de paradigma es fundamental entender de dónde venimos, hacia dónde vamos y –no menos importante– tener en claro dónde estamos parados.

Si vemos a nuestro alrededor es fácil distinguir a mucha gente navegando en esta ola versus mucha más que no ha abordado el barco de la tecnología.

El impacto de la pandemia del Covid-19 lo hizo más evidente y dramático.

Me conecté, ¿y ahora?

Gracias al desarrollo de las telecomunicaciones, hoy gran parte de la humanidad está conectada: se acortó la distancia de la brecha digital.

Pero en la medida en que más y más personas logran esa conexión, surge otra brecha, que es la del acceso digital.

Ahí la discusión pasa por entender qué hacemos y cómo nos diferenciamos cuando estamos todos en el mismo plano.

Hoy, la brecha no es estar o no conectado, sino qué hacer cuando estamos conectados...

La Sociedad del Conocimiento nos da herramientas, sí, pero ¿cómo tomamos esas ventajas para capitalizar las oportunidades de participación que provee el nuevo entorno económico y tecnológico?

En términos colectivos: ¿cómo se diferencia y mejora un país en áreas como educación, comercio, servi-

cios, entretenimiento, comunicaciones o gestión del Estado?

Lo que veremos a continuación es algo en permanente evolución que podremos analizar desde diferentes ángulos:

Como una realidad que ya está cambiando la vida de las personas, la forma de relacionarse y hacer negocios; una situación que no tenemos más remedio que aceptar y asimilar.

Como una visión aspiracional y optimista de todo lo que podría hacerse, los beneficios futuros de la automatización, las personas hiperconectadas, las ventajas de la robotización, etc.

Con una visión negativa de las consecuencias de la tecnología, tales como el desempleo, la falta de privacidad, el poder en manos de países más desarrollados en TICs, el aumento de la pobreza para quienes no están conectados y educados, etc.

La velocidad se acelera

Repasando brevemente las últimas décadas vemos que en los años 80 no había nadie conectado; a lo largo de la década del 90, con la masificación del uso del e-mail y de la web, comenzaron a conectarse las empresas; hacia el 2010 se conectan las personas; en 2015, los objetos; y desde 2020 se consolidan las Smart Cities o ciudades con sensores que las convierten en organismos conectados y nos permiten vislumbrar un futuro de autogestión.

Y como si todo esto no fuera suficiente, de repente y a una velocidad mayor que el nacimiento de las vacunas contra el COVID-19, salen cada día nuevas aplicaciones de Inteligencia Artificial (IA), lo que podría ser algo más disruptivo que el mismo nacimiento de la Web y los buscadores.

La curva de aceleración es evidente y nos incita a preguntarnos ¿qué nos espera en el futuro?, ¿humanos con implantes?, ¿una sociedad con mentes conectadas?

Los cambios van tan rápido que lo que hoy parece ciencia ficción, y en pocos años se transformó en algo real.

Piensen si no, en los vehículos autónomos que soñábamos en series de TV y que hoy funcionan como taxis -en viajes experimentales- en ciudades como Las Vegas.

Vivimos en un mundo impensado para nuestros padres, todos formando parte de una gran red informática neuronal, gracias a tres factores: 1) la gran cantidad de medios de acceso (PC, tablet, smartphone, smartwatch y también televisor, heladera, parlantes inteligentes, coches y otros dispositivos que empiezan a conectarse e interactuar), 2) el crecimiento del ancho de banda en todo el mundo y 3) la disminución de los costos de las telecomunicaciones.

Pero no todo es tecnología: las personas ocupamos el lugar central como los sujetos que mueven las máquinas y las dotan de contenido y acción. Lo hacemos en forma individual y colectiva, es decir, nos expresamos como individuos, pero también como parte de organizaciones, de Estados y, finalmente, como parte del mundo en general.

El ecosistema digital en la Sociedad del Conocimiento

Para comenzar veamos cuáles son los componentes del Ecosistema

de la Sociedad del Conocimiento y qué rol ocupa cada uno:

Individuos: nos referimos aquí a personas como nosotros, que ocupamos distintos roles en diversos planos. Somos ciudadanos pero también trabajadores o estudiantes, padres e hijos, etc.

En cada rol producimos un impacto diferente. De nuestra formación individual depende la evolución colectiva como una Sociedad del Conocimiento.

Internet nos ha dado la llave para un acceso a la información y la comunicación inimaginable en épocas pasadas y sobre esa base surgieron fenómenos de comunicación (blogs, redes sociales), colaboración (crowdsourcing) o política (movimientos de ciudadanos online) que nos abren a una nueva dimensión social.

Organizaciones: empresas, la escuela, la universidad, entidades de voluntarios y profesionales, el barrio y la ciudad. Las organizaciones son también componentes del ecosistema y sujetos del cambio. En un mundo cada vez más competitivo se vuelve crítico expandir los mercados (venta online), crear nuevos productos (productos digitales), optimizar los procesos (automatización), diferenciarse de la competencia (servicios online a clientes) y bajar costos (mejor supervisión, cambios en la forma de trabajo, etc.).

La adopción de tecnología facilita estos cambios y se vuelve un ingrediente clave del desarrollo económico de un país: no existe industria ni organización que pueda darse el lujo de trabajar hoy en día sin la ayuda de computadoras e Internet. Y veremos cómo la adopción de tecnología por parte de las organizaciones determina también el modelo de Sociedad de Conocimiento que puede crearse.

Estado: el Estado en todos los niveles, desde el nacional pasando por el provincial hasta llegar al local.

No existe ninguna posibilidad de crear una Sociedad del Conocimiento sin que el Estado en todos los estratos se involucre y cambie.

Más allá de su rol en el establecer políticas públicas destinadas a impulsar la economía digital y asegurar la equidad social de su implementación, el Estado puede también hacer uso de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) para mejorar sus procesos, lograr una relación más directa con los ciudadanos, reducir los tiempos de respuesta e incrementar la eficacia.

Esto suele ser parte de la llamada "Modernización del Estado".

El Mundo entero: la suma de todos los Estados, todas las organizaciones, todos los individuos. El mundo también está cambiando debido a nuestra evolución hacia la Sociedad del Conocimiento.

Organismos como UNESCO y Naciones Unidas participan de los intentos de coordinar acciones.

Las fronteras físicas se desdibujan, los conflictos legales aumentan, la información fluye inmediatamente y la censura se vuelve difícil.

Algunos de los temas candentes son la gestión de Internet y sus recursos comunes para que funcione, la preservación de las lenguas y las culturas locales, la competencia y el equilibrio de poder entre los diversos países y el asegurarse que las Sociedades de Conocimiento nos lleven a un futuro mejor, de igualdad, paz e inclusión.

Los cambios que trae la Sociedad del Conocimiento

Como hemos descripto, estamos participando como individuos, miembros de organizaciones y ciudadanos en Sociedades que se encuentran en plena evolución hacia Sociedades del Conocimiento.

Los cambios ocurren gradualmente y como estamos inmersos en ellos muchas veces ni nos damos cuenta. Por eso vamos a reflexionar acerca de cómo nos afectan algunos de estos cambios:

1. En la forma de comunicar entre los diversos componentes
2. De hacer negocios
3. En la gestión de gobierno en todos los niveles de los Estados
4. En el equilibrio internacional

A. Cambios en la comunicación

En pocos años Internet y sus tecnologías nos ofrecieron nuevos medios de comunicación con ventajas críticas sobre los medios anteriores.

Multiplicidad de medios de acceso: como mencionamos antes, ya no sólo nos conectamos a través de la computadora o los dispositivos móviles; con las tecnologías IoT (Internet de las Cosas) heladeras, lavarropas, luces, coches y muchos aparatos más se convierten en dispositivos de conexión.

Nos conectan con otras personas, empresas o directamente se conectan las máquinas entre sí e interactúan de manera independiente.

Velocidad: cualquier mensaje cruza el globo en pocos segundos, sin importar su origen ni destino.

Costo: hoy es posible comunicarse con Japón al mismo costo que con Córdoba y con un valor mínimo. El email reemplazó al correo postal y la voz-sobre-IP revolucionó y sacudió la telefonía tradicional.

Desde todo lugar: gracias a la gran cantidad de conexiones inalámbricas y móviles ya no importa desde dónde nos conectamos. Además, con dispositivos que incluyen ubicación geográfica a través de tecnología GPS ya casi no hay lugar en la tierra donde perderse.

Comunicación uno-a-muchos: Hasta hace pocos años había muy pocas formas de comunicarnos masivamente con otros. Tal vez publicando un libro o haciendo un programa de radio. Pero eran medios de comunicación en un solo sentido y accesibles a muy pocos.

Internet convirtió a los individuos en prosumidores: productores y consumidores de contenido a la vez. Entre los medios de comunicación masivos al alcance todos podemos citar blogs, canales de YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, Facebook y las comunidades virtuales en general.

También podríamos incluir los sistemas de mensajería instantánea como WhatsApp, que si bien limitan los mensajes a un individuo o un grupo reducido de personas, tienen un funcionamiento viral que termina funcionando como un multiplicador masivo de ciertos contenidos.

Ahora analicemos brevemente: ¿cómo afectaron estos nuevos medios de comunicación a nuestro Ecosistema de individuos, organizaciones, Estados y el mundo?

Como individuos, podemos comunicarnos desde casi cualquier lugar y en cualquier momento, con un destinatario individual o masivo que puede estar en cualquier parte del planeta.

Todos nos convertimos en potenciales productores de información, y por lo tanto la información de todo el mundo "de primera mano" está accesible en forma inmediata y económica.

Podemos conocer las opiniones de individuos desde las redes, servicios de chat, sitios, etc. Algunos de los desafíos de esta nueva era incluyen cómo gestionar el volumen de información que nos rodea, cómo filtrarlo y cómo proteger nuestra privacidad e intimidad eligiendo quién tiene acceso a qué.

Desde el punto de vista de organizaciones y las empresas, los nuevos medios de comunicación permitieron optimizar los canales con clientes, socios de negocio y proveedores.

Los sitios web hacen visibles globalmente los productos y servicios de cualquier empresa, convirtiendo a todo el mundo en potencial cliente. Las comunidades virtuales expanden los límites del marketing y los negocios online.

Desde el punto de vista de los Estados, hay nuevos canales que conectan al ciudadano con los diversos estratos de gobierno.

El e-government se abre paso, aprovechado al máximo por algunos Estados para mejorar su servicio y temido por otros, que pretenden ejercer la censura de contenidos.

Es importante recordar que los gobiernos por muchos siglos han trabajado en secreto y que ahora, por el acceso directo de los ciudadanos a los datos, éstos aumentan su poder y se desbalancea el equilibrio existente.

¿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

En el mundo, el acceso a la comunicación directa con los habitantes del otro lado del globo presenta un valor increíble y a la vez desafiante para las reglas establecidas.

Algunos de los temas críticos en el debate universal son la libertad de expresión, el acceso libre a la información, la ética de la información -jaqueada por las fake news- y la preservación de las diversas lenguas y culturas.

¿Cómo podemos lograr un mundo conectado y globalizado, pero que respete y resalte las culturas locales? Esa es una de las cuestiones más delicadas.

B. Cambios en la forma de hacer negocios -¡y la de ganar dinero!-

El acceso potencial al mercado global, a través de canales de comunicación digital económicos y eficientes, está revolucionando la forma de hacer negocios, trabajar, comprar y vender.

Para los individuos: se vuelve más fácil informarse antes de comprar y es cada día más simple el acto de la compra en sí mismo.

El e-commerce se desarrolla y se convierte en un nuevo medio de venta masivo.

La red se vuelve una fuente de información para el soporte postventa y toma la forma de instrucciones de uso online, consejos de otros usuarios y videos tutoriales.

Podemos educarnos mediante cursos digitales que se ajustan a nuestros horarios y ocupaciones.

Surgen nuevas profesiones y otras expanden sus horizontes a un mercado potencial de todo el mundo. El teletrabajo gana adeptos y el desafío es adecuarse a esta nueva modalidad y naturalizarla.

Se desarrollan nuevas oportunidades de trabajo personal uniendo oferta y demanda en distintos puntos del globo.

Para las empresas: La comunicación instantánea y sin barreras abre las fronteras para los negocios.

Surgen nuevas oportunidades comerciales: la venta de contenidos, plataformas de series y películas, marketplaces comerciales, servicios on line, educación a distancia y muchísimos más.

Mientras tanto, lo digital provoca cambios profundos en muchos sectores tradicionales como el turismo y el sector inmobiliario, por sólo mencionar un par.

También cambian y evolucionan las plataformas de pago y transacciones.

Puertas adentro, el teletrabajo presenta desafíos y grandes oportunidades al poder aprovechar talentos más allá de las fronteras.

Para el Estado: surgen nuevas oportunidades de comprar y vender a todo el mundo desafiando a los países a medirse en un mercado global con barreras más bajas que nunca antes.

Los gobiernos deben estar atentos a proveer infraestructura y un marco legal que facilite la incorporación tecnológica por parte de las empresas.

Los países pioneros como Japón, Finlandia y Estados Unidos impulsan la industria digital (software, hardware, innovación y servicios) logrando destacarse de los demás y consolidándose o emergiendo como nuevas potencias.

El Mundo: nuevos negocios alteran los equilibrios comerciales del mundo, encabezados por empresas como Amazon, Facebook, Microsoft, Google o Apple que pueden llegar a concentrar más presupuesto y poder que muchos países.

Surgen desafíos globales para coordinar leyes transnacionales para los negocios electrónicos, garantizar los derechos del consumidor online, proteger la propiedad intelectual y la identidad y privacidad de las personas, controlar la seguridad de los pagos virtuales, entre otros temas clave.

C. Cambios en la forma de gestionar el Estado

Es crítico el rol del Estado en impulsar el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento.

Su influencia se manifiesta especialmente a través de políticas públicas (leyes, decretos, planes) destinados a beneficiar a sectores clave.

Pero también el Estado debe cambiar su forma de comunicarse e interactuar en el nuevo ecosistema digital:

Individuos (Estado/Ciudadano): Los ciudadanos y los gobiernos tienen ahora un canal de comunicación abierto.

El e-government comienza a permitir que diversos procesos, como aquellos del registro civil, impuestos, automotores, patente de conducir o denuncias, puedan iniciarse o hasta llevarse a cabo completamente online.

Los gobiernos implementan la llamada “ventanilla única”, portales de Internet donde los ciudadanos pueden informarse acerca de los procesos que deben iniciar.

Respecto al control de la gestión, el flujo de información aumenta la transparencia y los ciudadanos pueden conocer mejor cómo se gasta su dinero. Como consecuencia de libertad de acceso a la publicación de sus opiniones, los ciudadanos convierten los canales de comunicación en medios para reclamar, exigir y protestar.

Surgen los movimientos ciudadanos online (ciberactivistas) y los gobernantes comienzan a darse cuenta de la enorme fuerza de los ciudadanos digitales, que están informados, conectados y activos.

Organizaciones (Estado/empresas): Las empresas pueden participar de licitaciones o informarse acerca de procesos que deben cumplir (impuestos, pagos, beneficios fiscales, etc.).

La facilidad de realizar procesos online aumenta la eficiencia de las empresas y reduce costos, aumentando las utilidades.

Los gobiernos desarrollan políticas específicas para impulsar la industria del software, servicios digitales y la innovación.

Gobiernos (Estado/Estado): Los gobiernos pueden establecer parte de sus procesos online y de este modo mejorar sus servicios a los ciudadanos a la vez que aumentan la eficiencia.

Un ejemplo es la conexión online entre oficinas públicas que intercambian datos sobre los ciudadanos, los registros de propiedad y el pago de impuestos de manera relativamente simple y en tiempo real.

La informatización de otros procesos, por ejemplo los judiciales, demanda más tiempo por su complejidad.

En general la informatización del Estado es un camino lento que requiere muchos cambios de la cultura social.

Para lograr un avance efectivo del e–government no solamente tiene que darse que el Estado haga uso intensivo de las TICs y de acceso digital a información de gestión fomentando la transparencia, sino también que los ciudadanos tengamos una inmersión en dichas tecnologías.

Mundo: la gestión de Internet y sus recursos compartidos (llamada Internet governance) se vuelve un tema clave de debate actual. Diversas organizaciones mundiales como la ONU, UIT, UNESCO, ICANN, etc. tratan de organizar la gestión de la Red, y se establecen batallas entre los diversos jugadores.

La gestión de los recursos comunes de los que dependemos es un tema que no está resuelto y en el que la diplomacia internacional continúa trabajando.

D. Cambio en las relaciones entre los países

El mayor flujo de información y el crecimiento de los negocios digitales también cambian las relaciones internacionales.

Los diversos países promueven acciones –no libres de intereses particulares, por supuesto– en temas de coordinación y gestión de Internet, ética de la información y transparencia, legislación, protección de minorías, preservación del lenguaje y la cultura, y temas de discriminación y acceso a recursos, entre otros.

Es decir, a las áreas tradicionales de trabajo de los organismos pre-existentes, se suma ahora el espacio digital.

Uno de los temas más críticos es el de los cambios en los sistemas legales internacionales, porque originalmente las leyes estaban diseñadas para funcionar dentro de fronteras físicas muy concretas.

Conclusión

Para avanzar en la Era del Conocimiento se requiere que continuemos maximizando el uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (como individuos, en nuestras organizaciones, en el Estado) en un profundo proceso de transformación cultural.

Como individuos y organizaciones, debemos asumir que tenemos la opción de participar activamente, comprender el funcionamiento de las TIC y sacar el máximo provecho. O de lo contrario, podemos dejarnos llevar en una ola que de todas formas nos va a incluir -o nos va a arrastrar-.

Quienes tomen el camino de la acción verán abrirse nuevos horizontes.

Para los Estados, el nivel de actualización de sus legislaciones es un gran desafío, no sólo por no quedarse afuera de la evolución, sino por equilibrar los intereses contrapuestos que muchas veces esta misma evolución genera.

Las nuevas tecnologías cambian las reglas y las empresas líderes mundiales que las desarrollan se convierten en las dueñas del as en la manga, desafiando permanentemente el status quo de los países y los mercados.

Quienes navegamos las aguas de la comunicación, el marketing y el mundo de los negocios digitales tenemos un camino muy largo por recorrer.

Es fundamental estar siempre actualizados y entender que el conocimiento ya no es propio de uno, sino de la humanidad.

> Hemos ingresado en una era donde deberemos crear, compartir y aplicar los conocimientos, que están en permanente movimiento.

De aquí en más, investigar, probar, hacer, equivocarse y seguir son las reglas del juego de un mundo donde... Lo único constante es el cambio. ■

nai

El más completo CRM Inmobiliario.

Desarrollado en Uruguay, para profesionalizar tu gestión.

Publicá tus propiedades en tu sitio web y en los principales portales inmobiliarios, gestionando las consultas y pedidos que se ingresan desde éstos de manera centralizada, logrando un mayor control y eficiencia en el seguimiento de los clientes potenciales.

Te alertará sobre oportunidades de negocios entre todas las consultas y pedidos recibidos.

Tendrás la posibilidad de compartir tus propiedades con otras inmobiliarias, permitiéndote expandir tu oferta y red de contactos.

Contarás con un soporte constante y una respuesta rápida a cualquier duda que te pueda surgir.

Una herramienta completa que te permitirá aumentar tus oportunidades de negocios y expandir tu empresa.

nai.uy

info@nai.uy

2614 0614

sodio

Gerard Duelo Ferrer • Presidente del Consejo General de los COAPIS de España

Cayendo en una trampa

He pensado mucho si escribir este artículo, siendo como soy presidente o vicepresidente de varias importantes instituciones inmobiliarias.

Pero, inspirado por la fascinante lectura del libro de Carissa Véliz, autora de "Privacidad es Poder", me he animado a hacerlo, firmando exclusivamente como Gerard Duelo, evitando así, darle forma de opinión institucional.

Amigas y amigos, compañeras y compañeros, como argumenta Véliz: NOS VIGILAN.

Puede que algunos ya sepan que estoy escribiendo estas palabras. Quizás, también, que las estás leyendo. Docenas de empresas internacionales nos espían a ti, a mí y a todos nuestros conocidos.

Algunas empresas en particular pueden centrarse en nuestros compañeros de profesión.

Rastrean y registran todo lo que pueden: nuestra ubicación, nuestras comunicaciones, nuestras búsquedas en Internet (incluyendo las consultas a portales), nuestra información biométrica, nuestras relaciones profesionales y sociales, nuestras compras y mucho más.

Quieren saber quiénes somos, que buscamos, qué pensamos, donde queremos ir.

Quieren predecir nuestro comportamiento e influir en él. Nos han pillado desprevenidos y ya tienen demasiado poder.

Las compañías tecnológicas de la información y la comunicación por Internet no informaron a los usuarios de cómo utilizarían nuestros datos ni, menos aún, nos pidieron permiso para utilizarlos.

Al inicio no había leyes que regulasen el rastro de los datos que día a día les confiábamos y les dejábamos hacer, mientras nos ocupábamos de nuestras cosas y preocupaciones profesionales, en un entorno cada vez más digitalizado.

Cuando nos hemos empezado a dar

Gerard Duelo Ferrer

Presidente del Consejo General de los COAPIS de España
Presidente de la Asociación de Inmobiliarios de Cataluña
Presidente del COAPI de Barcelona y del Consell Català de COAPIS
Presidente de la Federación Nacional de Agentes Profesionales Inmobiliarios
Vicepresidente de la Federación Internacional FIABCI SPAIN

cuenta de todo esto, buena parte de nuestra privacidad personal y profesional ha desaparecido.

Creo que va siendo hora de que reflexionemos. Un mundo personal sin privacidad es horroroso, un mundo profesional es peligroso.

La privacidad consiste en no compartir ciertas cuestiones íntimas, como nuestros pensamientos, nuestras experiencias, nuestras conversaciones, nuestros planes. Necesitamos privacidad para aislarnos y pensar.

También en el entorno profesional, donde exponer datos de lo que ofrecemos, como lo ofrecemos, donde lo ofrecemos, a que precios lo ofrecemos, cuanto tiempo tardamos en venderlo, cuánta gente se interesa por cada tipo de producto que ofrecemos, cuánta gente lo desestima, qué tipo de gente lo mira, lo rechaza, lo consulta, lo compra.

Desde donde lo mira, a qué hora, qué pregunta, qué respondemos, etcétera.

Nuestra vida personal o profesional, traducida en datos, son la materia prima del negocio de otros.

Todo sirve para alimentar los hambrientos de datos que recopilan todo, para fines que a veces, aún ni imaginan.

Dice Véliz que la "sociedad de la vigilancia" está transformando a los individuos en usuarios y en sujetos de datos.

Tokenizan toda nuestra información para usarla o venderla. Hemos de saber decir basta a quienes están violando nuestro derecho a la privacidad, haciéndonos creer que con ello nos dan un servicio.

Y aún peor a aquellos que, además, nos cobran por la leche de nuestras vacas, con la que fabrican quesos para revendérnoslos caros o muy caros.

Reconozco que ya es muy tarde para impedir que se desarrolle la economía de datos, pero no es demasiado tarde para recuperar nuestra privacidad, personal y profesional.

Nuestros derechos y una buena parte de nuestro futuro están en juego. Las decisiones que empecemos a tomar hoy sobre la privacidad moldearán nuestro futuro sin vuelta atrás.

No sé cómo poner fin al comercio de datos, pero sé que existe y que va a más.

Internet se financia principalmente mediante la recopilación, el análisis y el comercio de datos, muchos de

ellos son personales sobre ti. Sobre como actúas y lo que haces y cómo lo haces.

La compraventa de esos datos como modelo de negocio se está exportando cada vez más a otras empresas, a veces hermanas, que los aplican para otros fines.

Si estás leyendo estás líneas u otras, en dispositivo con Kindle, Google Books, por ejemplo, alguien está midiendo cuánto tardas en leer cada palabra, dónde te detienes, para hacer una pausa y qué resaltas.

Si este texto formase parte de un libro que lo hubieras adquirido en una librería, el teléfono inteligente que tal vez llevas en el bolsillo se encargará de registrar tu trayecto hasta allí, y cuánto tiempo estará en la tienda.

Incluso, puede que la música que oigas en la tienda esté enviando balizas ultrasónicas a tu teléfono para identificarlo como "tu" dispositivo y rastrear así lo que interesa y lo que compras.

Si utilizas una tarjeta de crédito o débito para comprar el libro, probablemente alguien puede vender esos datos a un bróker de datos que luego los revenden a compañías aseguradoras, a determinadas empresas o a otros a quien pudiera interesarles.

¿Crees que todo esto es ciencia ficción? Pues no, eso está ocurriendo y son ya muchas las empresas que invierten en aplicaciones de software para venderlo a grandes empresas de servicios Internet y sacar más y mejores datos.

Entrando en uno de los temas que posiblemente se esconden en este mundo oscuro, inconcreto, nublado, y puede que sospechoso por parte de muchos, están los portales, inmobiliarios y de otros servicios.

Muchos agentes inmobiliarios pagan elevadas cantidades para comercializar sus ofertas en la red.

Cada vez son más los servicios extra que a resultas de nuestra propia información, nos revenden.

Cada vez, nuestro propio negocio está en sus manos, pues con nuestro dinero se han hecho grandes y poderosos y dominan la mente y las costumbres del consumidor, cada vez más acostumbrado a ir a sus portales que a nuestras tiendas.

Y nosotros seguimos pagando por la leche que damos (los datos), y luego por los quesos que hace con nuestra leche.

Nuestro, casi obligado comportamiento, tras entrar en forzada adicción, no solo es mala porque genera y potencia unas simetrías de poder nada halagüeñas para el futuro de nuestros negocios, sino también porque estamos todos comerciando con una sustancia toxica para nuestro futuro.

¿Quién no puede prever que algunos de estos portales ya muy poderosos, gracias a las nuevas y novedosas tecnologías de marketing y comercialización directa no se conviertan en el gran Agente Inmobiliario en la nube entre vendedores y compradores, ofreciendo digitalmente valores añadidos que muy pronto la innovación les va a proporcionar y nosotros aun estaremos pensando en nuestros problemas de hoy?

Creo que estamos cayendo en una trampa. El tema es cómo podemos desenchufar el cable con el que alimentamos a ese gigante antes no se despierte, y quizás no nos necesite tanto. O también, ¿qué podemos hacer cada uno y los que disfrutamos de la confianza de muchos profesionales para presidir o dirigir asociaciones profesionales o empresariales?

Personalmente, creo que hay demasiado en juego para no ser capaces de pensar unidos como salir de la trampa. Como iniciar el camino para asumir de nuevo el mando de nuestro sector.

Es nuestro sector, no el de informáticos que dominan técnicas innovadoras, pero con potencial sustitutivo disfrazado de servicio.

Ya no hablamos solo de privacidad, sino de perder el control de nuestro propio negocio y quedar esclavos de los grandes patrones informáticos, a los que seguir sirviendo y pagando, porque no somos capaces de revelarnos.

¿Y cuál puede ser la solución? Obviamente, ni es fácil, ni voy a proponerla hoy aquí. ■

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

El precio de los campos

El precio de los campos sigue en Uruguay con un rezago de unos 8 meses, en comparación al precio de las commodities. Esto es así porque el precio de cualquier activo (bono, oficina o campo) se rige por la formula Precio igual a Renta dividido por tasa de Interés. De esta forma una oficina que se arrienda a 1000 dólares por mes debe valer cerca de 400.000 dólares (12.000 dividido por 0.03, si la tasa de interés a usar fuera del 3 por ciento).

Ing. Luis R. Álvarez

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

Cual tasa de interés conviene aplicar en estos negocios, es otro análisis diferente que escapa al alcance de este artículo.

Al subir el valor de las commodities (y bien que subieron fuerte), el precio de los campos debe subir con el rezago comentado.

Esto no ha sucedido en la realidad del mercado uruguayo y se ve muy lánguido al mercado de campos.

En primer lugar, la cantidad de transacciones es todavía muy baja: en los buenos tiempos, en Uruguay se venden entre 700.000 y 800.000 hectáreas por año; en los últimos dos trimestres no se llegaron a las 40.000 hectáreas vendidas por trimestre, o sea menos de 200.000 por año. Esto refleja el desencuentro entre vendedores y compradores debido al tema de los precios.

Los vendedores piden según la evolución de las commodities y con razón (la soja subió de US$ 300 a US$ 550 y no puede ser que los campos valgan casi lo mismo) pero los compradores miran la tasa de interés (si sube la tasa de interés, a igual renta baja el valor de los campos o a mayor renta se mantiene el valor que es lo que ha sucedido).

La tasa de interés ha subido en el mundo entero de la mano de los bancos centrales que antes la habían bajado y habían inundado los mercados de dinero fresco para evitar grandes colapsos económicos relacionados con las crisis del 2008 y del Covid.

La consecuencia de esos esfuerzos exitosos para ese fin, fue el despertar de la inflación.

Para abatir la inflación fue menester subir rápido la tasa de interés, al costo de impactos negativos en las bolsas y de problemas en el sistema financiero que son conocidos.

La inflación está cediendo frente a estas medidas, pero el crecimiento de las economías está lento en todas partes así que hay fuertes incentivos para bajar las tasas de nuevo en cuanto la inflación deje de asustar.

En cuanto ese proceso arranque los precios de los campos se elevarán rápido y fuerte, porque los mercados siempre descuentan el futuro, actuando antes de ver los hechos consumados.

Así que es razonable esperar que los precios de los campos suban en el corto plazo, ahora que ya pasaron la prueba de la suba violenta de las tasas de interés. ■

Ecosistema de emprendedores inmobiliarios

En Uruguay se estima según el monitor del Instituto Nacional de Estadística que hay 148.500 microempresas, 21.000 empresas pequeñas, casi 5.000 medianas y 850 empresas grandes.

Según esta clasificación, en Uruguay el 97% de las empresas son micro o pequeñas empresas.

Cuando comencé a analizar el tema me vino a la mente múltiples charlas con diferentes personas vinculadas y no vinculadas al sector inmobiliario, los cuales son un insumo importante para abordar este tema.

Suele ser visto como que emprender esta de "moda", porque hoy hay determinada predisposición a ser "libre", "autónomo" fomentado por la comunicación digital masiva y el avance tecnológico.

El tema tiene múltiples aristas que si todo individuo desea ser un Operador Inmobiliario profesional, las debería de tener en cuenta para contar con un porcentaje elevado de resultados favorables en su profesión.

Antes de ir directamente a lo medular e interesante del tema, voy a realizar un pequeño relato de lo que sucedía en el mercado inmobiliario local.

Hace muchos años atrás el mercado inmobiliario uruguayo era exclusivamente gestionado por empresas inmobiliarias gran trayectoria profesional y antigüedad, en la actualidad continúan vigentes y conviven con los nuevos Operadores Inmobiliarios que ejercen la actividad de forma profesional a la par de dichas empresas.

Hay un concepto que suele ser dicho en diferentes podcasts de empresarios que indica "la tecnología democratizó el mercado", pero es algo muy genérico y lo tomaría con pinzas ya que la tecnología es un actor sumamente necesario, pero atrás debe haber una formación académica que pueda potenciar la herramienta.

¿Por qué de que sirve una herramienta tan masiva y efectiva si no hay contenido atrás que la respalde?

El llamado "periodo de adaptación" entre empresas con mayor trayectoria y nuevas desde mi punto de vista duró varios años; trabajo en equipo, generar nuevos negocios en conjunto, objetivos profesionales en común e incluso trabajar de forma conjunta en proyectos entre diferentes empresas dejó de ser un obstáculo.

Dentro de un mercado sumamente competitivo, día a día el compartir información, conocimiento y trabajar en equipo hace que los resultados a corto y mediano plazo sean favorables.

Este aspecto es fomentado desde la Cámara Inmobiliaria Uruguaya que tiene un rol activo, metas y objetivos claros ayornados a las necesidades actuales de sus socios y del mercado con una fuerte proyección a futuro buscando buenas prácticas e ideas innovadoras que aporten a la sociedad en su conjunto.

Matías Medina López

Operador Inmobiliario
Rematador Público - Tasador Mat 6478
Técnico y Analista en Seguros
Procurador
Máster Internacional en Catastro Multipropósito y Avalúos
Director de Macari Negocios Inmobiliarios y Rurales

Las empresas de la industria del software es un ejemplo a monitorear, dialogando con Ingenieros me indican que la única forma de progresar es compartir el conocimiento. Si trasladamos esta idea a nuestro sector, día a día la tendencia es ir en ese sentido; pero a diferencia de ellos contamos con un grave PROBLEMA. FALTA DE PROFESIONALISMO Y FORMACIÓN DE MUCHAS PERSONAS QUE EJERCEN LA ACTIVIDAD EN LA ACTUALIDAD.

En este punto no me gustaría generalizar y ser injusto con ningún colega, pero si la tecnología, pandemia y la falta de un marco legal regulatorio ayudó a que personas que no cuentan con la formación académica necesitaría, visualizaran con buenos ojos el ingreso al sector aprovechando sus debilidades normativas. En su mayoría no cuenta con el título a nivel terciario de Operador Inmobiliario dictado por UTU con una carga horario de 1.664 horas de formación, distribuidas en 4 semestres.

Pero lo más preocupante es que gran parte de dichos individuos realizan “tasaciones”, “valoraciones”, “asesoran”, (sin ningún tipo de conocimiento técnico) generando importantes problemas patrimoniales a sus actuales y futuros clientes entre otras mala prácticas profesionales que son notificadas por terceros damnificados por su mal accionar.

Si nos comparamos con países vecinos (Brasil y Argentina) no solo tienen una matriculación obligatoria por ley; sino que cuentan con una Licenciatura a nivel Universitario lo que abre un abanico de fuentes laborales especializadas que potencia de forma radical a la industria.

Si volvemos al razonamiento inicial y pensando de forma positiva el nuevo Operador Inmobiliario tiene una OPORTUNIDAD ÚNICA; la cual no existía años atrás.

Hoy tiene a disposición una carrera específica de formación dentro de un mundo lleno de oportunidades digitales para poder captar su nicho de mercado y ser competitivo.

Pero si subestima los primeros pasos y no tienen en cuenta: el cumplimiento de un código de ética, arancel, formación permanente, legislación en materia de lavado de activos, tributaria, legal y se quiere ir al paso final sin realizar dicho camino, sucede que no solo va a ser un fracaso rotundo; sino que el ECOSISTEMA DE EMPRENDEDORES INMOBILARIOS Y COLEGAS no lo verá con buenos ojos comentando en la opinión pública sus malas prácticas para prever daños a los consumidores finales.

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya -la MAYOS COMUNIDAD INMOBILIARIA DEL PAIS- tiene como objetivo principal al trabajo en equipo para potenciar a nivel humano a sus miembros, fomentando ideas y articulando un gremio unido, las metas no tienen límites.

En esta línea el proyecto de ley del Operador Inmobiliario presentado a nivel de la comisión interinstitucional integrada por la Cámara Inmobiliaria Uruguaya, Cámara Inmobiliaria de Maldonado y Punta del Este, Asociación de Agentes Inmobiliario del Uruguay y Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal, proponen la formación de un Observatorio Inmobiliario, tema sumamente interesante que da para escribir ríos de tinta.

La creación del Observatorio viene a solucionar problemas actuales y futuros la cual legisladores y autoridades buscaron subsanar sin éxito.

El objetivo del Observatorio Inmobiliario será brindar información real obtenida desde el Registro de la Propiedad Inmueble, Instituto Nacional de Estadística, Instituto Nacional de Colonización, Ministerios, Intendencias, Dirección Nacional de Catastro, Agencia Nacional de Vivienda, Cámara de la construcción, Cámara Inmobiliaria entre otras instituciones que conforman un “TODO” para que luego sea procesado por un grupo multidisciplinario de profesionales que elabore informes mensuales detallados que serán públicos para toda la población.

Los criterios deben ser fijados por los profesionales intervinientes, pero juega un rol trascendente el desarrollo tecnológico que será divido en dos etapas: en primer lugar el cruzamiento con todos los organismos públicos y privados, y en una segunda etapa la depuración de los mismos realizada por analistas expertos en la materia.

Las dos etapas realizadas de forma correcta brindará datos reales descartando información no desea y que no es representativa de la realidad.

Cuando nos referimos a “información no desea”, es el caso que sucede con ventas simuladas o ficticias que puede ocurrir, lo que influye en los resultados finales y que deben ser descartadas por los analistas en datos.

PROBLEMÁTICA: coloquialmente podríamos definir a este punto como “mercados sobrevalorados” o “especulativos”.

Pero me gustaría utilizar un término más gráfico y no tan diplomático: lo definiría como “CARENTE DE TRANSPARENCIA”.

En el mercado uruguayo la oferta Inmobiliaria cuenta con difusión la cual se divide en su mayoría en portales y páginas propias de las empresas inmobiliarias.

Los profesionales Inmobiliarios ofrecen todos sus inmuebles allí al igual que los propietarios particulares que por sus medios desean comercializar su propiedad.

Como complemento a los avisos tradicionales hacen acciones de marketing en: televisión, radio, redes sociales, Google etc.

El problema es que las paramétricas brindadas por los portales son meros valores de publicación muy distantes de los precios finales en los cuales se concretan las operaciones.

Este punto genera una distorsión a nivel nacional e internacional. En lo que respecta a los profesionales inmobiliarios han emitido por medio de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya notas de prensa en donde detallan que la oferta inmobiliaria es solamente uno de los tantos aspectos que debe tener en cuenta un Operador Inmobiliario, Tasador profesional para poder realizar un informe profesional de valuación.

De todas formas, se brindan informes mensuales los cuales no reflejan la realidad del mercado inmobiliario por no contar con el valor de cierre de operaciones, los Operadores Inmobiliarios quienes son los principales actores del mercado, constatan que es contraproducente que se realice un informe que no coincide con la realidad.

Solamente podrían elaborar “tendencias” obtenidas por patrones de búsqueda según tráfico de consultas de oferta inmobiliaria, pero no se pueden determinar valores promedios en determinadas zonas por no contar con la información certera.

Como cierre y mirando el vaso medio lleno y no medio vacío; Benjamín Franklin manifestó “invertir en conocimiento siempre produce los mejores resultados”. Creo que ese es el único camino posible. ■

Damián Tabakman • Presidente de la Cámara Empresaria de Desarrolladores Urbanos

No es tan grave como parece

Hace mucho tiempo que voy varias veces por año a Miami, acompañando a grupos de desarrolladores e inversores latinoamericanos interesados en ese mercado.

Es una actividad que llamamos "study tour", dado que tiene por objetivo evaluar el mercado y sus oportunidades con criterio profesional. En abril de este año estuve por última vez.

Viajé con la información que venía recibiendo a través de la prensa sobre los problemas que afectan a la economía estadounidense: inflación, altas tasas de interés y amenaza de recesión. Sin embargo al llegar a Miami me encontré con una particularidad local que no había previsto.

El mercado inmobiliario local reco-

noce una desaceleración, pero no presenta síntomas de crisis.

Hay varias razones que lo explican, entre las que se destaca la afluencia migratoria del resto de los EEUU hacia esa ciudad, que se inició con la post pandemia y que no se detiene.

Son empresas y familias que no dejan de llegar y que presionan sobre la demanda de bienes raíces.

Claro que sacar préstamos es más caro y más difícil, y como el americano vive endeudado, esta cuestión afecta al mercado.

En el resto del país impacta sobre los precios. En Miami eso no se ve. Por lo demás, hay que decir que los estadounidenses no están aún acostumbrados a vivir con inflación y no terminan de digerir el concepto de tasa de interés real.

Miran y se quejan de las altas tasas hipotecarias nominales, que netas de la inflación, incluso pueden llegar a ser negativas.

En resumen, Miami sigue siendo un mercado súper pujante que para quienes buscan entrar, presenta en la actualidad una ventana de oportunidad emergente del debilitamiento de la demanda inversora.

Probablemente no dure mucho y quienes lo hayan aprovechado, habrán hecho un buen negocio.

Como se sabe, en real estate el timing es todo. ■

Damián Tabakman

Presidente de la Cámara Empresaria de Desarrolladores Urbanos (Cedu), que agrupa a los principales desarrolladores inmobiliarios de Argentina.
Fundador y primer presidente de la Asociación Argentina de Profesores y Consultores de Real Estate (APPI).
Autor de seis libros sobre negocios inmobiliarios (editorial BRE y editorial CP67).
Director de los postgrados de Real Estate de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad Torcuato Di Tella.
Rector en Real Estate.
Director independiente de empresas públicas con cotización bursátil en Buenos Aires y en Wall Street.
Director académico de Expo Real Estate, el evento más importante del sector.

Leticia Achard • Diseñadora & Directora www.estudio1601.com

Nueva tendencia que aumenta el rendimiento de los inmuebles premium en Uruguay

Los alquileres amoblados manejados profesionalmente son una nueva oportunidad para aquellos que tienen inversiones en inmuebles premium y ultra premium", explicó la diseñadora Leticia Achard directora de Estudio 1601.

Estudio 1601 diseña y se posiciona como precursor del diseño de inmuebles con finalidad de alquiler temporario, 100% amoblados y equipado bajo grandes estándares estéticos y funcionales.

Conocemos así, ZenHaus, una de las primeras empresas en ofrecer estos servicios en la plaza local.

"El objetivo es generar productos inmobiliarios de alto atractivo visual y funcional, que atraen a inquilinos, tanto del exterior como del país, que necesitan tener una estadía flexible en un lugar moderno y práctico y al que puedan llamar casa por un tiempo determinado", indicó.

Es considerada casi una regla por los inversores experimentados en inmuebles premium que los rendimientos en concepto de rentas, suelen ser más bajos que aquellos generados por propiedades en zonas menos atractivas de la ciudad.

En general este tipo de inmuebles no cuenta con exoneraciones para su construcción ni sobre la renta generada en concepto de alquileres.

La jugada suele ser defensiva, buscando preservar el valor del capital invertido, junto con una mayor posibilidad de apreciación a largo plazo.

La tendencia de los alquileres temporales, que empieza a pegar fuerte en Uruguay, representa la oportunidad para propietarios de este tipo de inmuebles de obtener rendimientos netos aproximadamente 50% mayores a los de una renta tradicional.

El rol de una empresa de manejo de alquileres temporales es permitir que estos ingresos continúen siendo totalmente pasivos para el propietario del inmueble y este es el rol que ocupa Zenhouse.

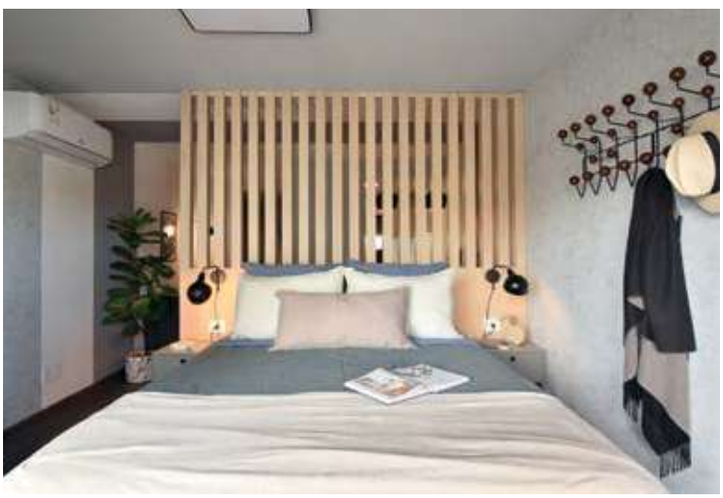
Quien tenga un inmueble que quiera sumar a esta plataforma, puede hacerlo siempre que cumpla con los estándares establecidos.

Zenhouse se ocupará de conseguir inquilinos temporales o permanentes, mantener y cuidar el inmueble en todos sus aspectos y proporcionar una forma clara y sencilla para que los propietarios vean la conformación de sus ingresos.

Los diseños serán únicos para cada inmueble y estarán a cargo del Estudio 1601 con varios años de experiencia en el rubro.

Leticia Achard

Diseñadora & Directora
www.estudio1601.com



Prof. Jorge Aurelio Alonso • Argentina

Los beneficios actuales del marketing de servicios

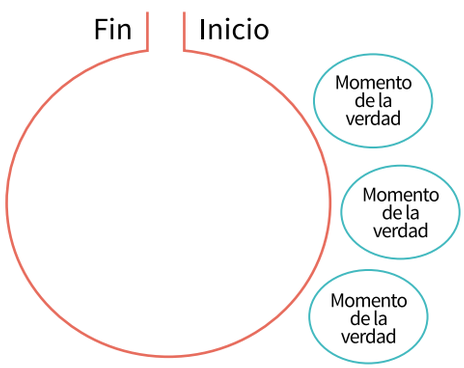
Con este sencillo cuadro creado por un especialista en el tema, invito a que el inmobiliario diagrame sus tareas específicas y cotidianas requeridas por sus clientes y las evalúe con espíritu crítico.

Serán todas analizadas como "momentos de la verdad" – es lo que siente el cliente– y calificadas del 1 al 5.

Las calificadas desde 1 a 3, serán inmediatamente puestas en estado de mejoramiento dentro de un plazo de tiempo adecuado, corrigiendo las debilidades o faltantes de acciones advertidas.

Toda la empresa entrará en régimen.

CICLO DE CALIDAD DEL SERVICIO



El ciclo del servicio muestra el servicio como el cliente lo experimenta

Marketing aplicado

Es sabido que Marketing es una disciplina dedicada a analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores/usuarios.

Analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de satisfacer sus necesidades, en muchos casos ocultas.

Se erige en una herramienta estrictamente necesaria para conseguir el éxito en los mercados.

Prof. Jorge Aurelio Alonso

Asesor Académico del Instituto de Capacitación de la Cámara Inmobiliaria Argentina. Profesor Emérito del Instituto de Capacitación de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Aplicado en la actividad inmobiliaria, contempla conocer la evolución del mercado en general y en la zona, barrio o sector de su influencia (características de sus habitantes; NSEC de los mismos; centros educativos instalados; nodos comerciales disponibles; medios de transporte y rutas o avenidas para acceso).

¿Qué beneficios brinda?

- Saber definir el mercado meta. Aplicando marketing permitirá orientar la actividad a potenciales clientes, unificando esfuerzos y energías en ellos, sin que se desgasten en quienes no podrán serlo.

- Lograr posicionar los servicios ofrecidos.

- El posicionamiento es cómo trasciende la marca, el servicio o el producto en la mente de los posibles clientes. Por lo tanto, la comunicación de los servicios ofrecidos debe ser uniforme y respetando la imagen que se defina para ser percibida por el mercado meta.

- Saber invertir adecuadamente el presupuesto de comunicación.Tener definido el mercado meta favorecerá la aplicación de la estrategia de comunicación para difundir la empresa.

El poder de los servicios

Como la actividad inmobiliaria involucra a “servicios”, conviene tener en cuenta que además de las características especiales de los servicios, (intangibilidad) ha habido también otros factores que han contribuido al desarrollo reciente del marketing de servicios y han sido muy variados, refiriéndose tanto a aspectos económicos como de mercado.

El sector servicios se ha desarrollado de manera creciente en la actividad económica de la mayoría de las naciones y Argentina particularmente es un reflejo de ello. Tanto en volumen de actividad como en cifras de empleo, es el más importante y el más dinámico de los sectores

En la gestión inmobiliaria. el poder de los servicios prevalecerá en la clientela, fidelizando a quienes lo reciben y creando de ese modo una mayor difusión de la organización que se los brinda. Brindándolos en general para lograr la “diferenciación competitiva” que alcance el éxito comercial aspirado.

Servicio esperado vs. Servicio recibido

La expectativa del cliente (esa caja negra que cuesta conocer y comprender y que posee todo ser humano) es la que se erige como juez implacable para aprobar o sancionar a un servicio recibido. Entre lo que espera recibir y lo recibido realmente existe la calidad del servicio “según él lo perciba”. Y esto ocurre desde lo que se espera de un servicio gastronómico, un teléfono celular, una consulta médica, la compra de una vestimenta, como del alquiler de un automóvil o un salón de fiestas. Mucho más de un servicio inmobiliario, sea en alquileres como en la compraventa.

El especialista Karl Albretch cita 5 categorías de “activos invisibles” de cualquier empresa, a saber:

1) El cliente fiel.
2) La imagen y atracción de lo que ofrece.
3) Los empleados leales y comprometidos.
4) La cultura de servicio de la Empresa.
5) La calidad de su gerenciamiento.

¿Cómo lograr satisfacer al cliente siempre insatisfecho?

En primer lugar, escuchando la voz del cliente. Sabiendo escuchar y comprender sus necesidades, deseos y hasta caprichos. Y como herramienta efectiva para saber cómo nos perciben, (recomiendo una encuesta de satisfacción que deberá hacerse por escrito, con no más de 6 preguntas y gratificarla de algún modo por el tiempo que nos dedican).

En todos los casos, clientes o posibles, deberían cubrir esta encuesta para evaluar luego sus declaraciones y actuar en consecuencia: posibles modificaciones o correcciones a implementar.

Escuchar la voz del cliente, actuar en consecuencia, asegurará el éxito de la gestión. ■

Lic. Alfredo López Salteri • Director de ALS Consultants

La visión como determinante de su futuro

Una visión de futuro sin acción es simplemente un sueño.
Una acción sin visión de futuro carece de sentido.
Una visión de futuro puesta en práctica puede cambiar el mundo.

Joel Arthur Barker

Desde mi temprana adolescencia recuerdo que mis padres nos hablaban con frecuencia a mis hermanos y a mí sobre la importancia de que pensáramos en nuestro futuro.

Ellos nos ayudaron -con sus orientaciones y sus ejemplos- a que imagináramos nuestro desarrollo

como personas y como profesionales.

Debo reconocer que estas orientaciones tuvieron un marcado significado en mi vida, me orientaron al desarrollo y por ello debo estarles profundamente agradecido.

En el momento de pensar en tiempo venidero resulta fundamental referirnos a la importancia de contar con una visión de futuro.

Una visión se define como la comprensión en tiempo presente de un objetivo futuro.

La visión siempre se ocupa del futuro.

De hecho, es el punto a partida de aquello que una persona desea crear o lograr.

Algunos definen la visión como una meta significativa, valiosa y ambiciosa claramente descripta como un estado deseable alcanzado en un momento particular en el tiempo.

Una visión es un sueño.

¿Cuáles son sus sueños de cara al futuro? Tenga presente estas dos premisas:

Tanto a las personas como a las empresas exitosas los motiva una visión de futuro.

Visión es el resultado de nuestros sueños en acción.

Alguna vez se ha escuchado decir que es importante pensar en el futuro dado que es allí donde los vamos a pasar el resto de nuestras vidas.

Muchas personas piensan que éstas no son más que palabras y simplemente viven el presente; o llegan a soñar con el futuro pero no llevan a cabo plan alguno y sus sueños entonces quedan, en el mejor de los casos, como un manojo de aspiraciones y, en otras ocasiones, como proyectos difíciles de alcanzar.

> Es necesario inventar el futuro para redefinir el presente.
>
> ***Lair Ribeiro***

El futuro se modela desde el presente a través de una visión que le permitirá conformar y definir su porvenir.

Ello implica el tener la capacidad de imaginar aquello que en el presente no existe y demanda ampliar los propios límites que nos imponen los propios paradigmas.

En esa visión uno tiene que darse permiso para imaginar lo que podría llegar a ser desafiante o lo que podemos considerar como imposible.

En la vida uno sabe de dónde viene, pero resulta esencial saber hacia dónde va.

Usted no puede modificar el pasado, pero si puede construir el futuro a partir de lo que es el presente.

Piense:

¿Dónde quiere estar como inmobiliario dentro de uno, dos o cinco años?

¿Qué imagen desea que tenga su inmobiliaria en el mercado? e inclusive más allá de lo que desea lograr

¿Qué clase de persona desea llegar

a ser como resultado de lo que hace?

Las personas que han tenido o tienen grandes logros en sus vidas son aquellas que teniendo claridad sobre lo que son y lo que desean, alcanzar encauzan sus acciones -con convicción y no de manera accidental- para convertirse en personas excepcionales.

Son personas que tienen como propósito en sus vidas dejar una huella. En relación con el tema de la visión mi experiencia de vida me demuestra que existe una gran mayoría de personas que frente al futuro tienen buenos deseos y hasta una mirada positiva, esperanzadora.

Con frecuencia cuando un año ya finaliza y uno le pregunta al otro – se trate del agente o del vendedor inmobiliario sobre sus objetivos y expectativas para el nuevo año las respuestas o comentarios que recibe son del siguiente tipo:

Bueno, para el año que viene... "Crecer", "Desarrollarme", "Estar mejor", "Prosperar"; o en el mejor de los casos: "Incrementar las ventas", "Expandir el negocio", "Especializarme en materia de tasaciones" o en "Marketing inmobiliario", etc., etc.

¿Qué sucede cuando ya han transcurrido algunos meses del nuevo año y uno vuelve a reencontrarse con dichas personas?

Les preguntamos cómo van sus acciones y objetivos y llegamos a sorprendernos al escuchar expresiones como:

"Todavía no he podido dedicarme a ello; estoy tan ocupado con las cosas del día a día".

¿Por qué sucede esto?

Es muy simple: por la falta de tiempo y por la ausencia de metas claramente definidas. Con los buenos deseos no alcanza.

Además de los deseos es necesario tener un plan y ese plan tiene que estar puesto por escrito. Veremos más adelante estos aspectos.

> Solamente la convicción y el compromiso te impulsaran a convertir en realidad tus proyectos
>
> ***Miguel Ángel Cornejo***

Con frecuencia muchos de estos sueños, buenas intenciones o deseos no se hacen realidad.

Hay una frase que dice: "El infierno está lleno de personas con buenas intenciones".

¿Buenas intenciones? Con ello no alcanza, se necesita convicción y compromiso.

La convicción que tengamos en algo nos llevará a comprometernos con eso.

Nadie se compromete si primero no se está convencido de lo que se hace. Y el compromiso producirá carácter en nosotros para permanecer y realizar nuestras convicciones.

Kenneth Blanchard establece que hay una gran diferencia entre interés y compromiso.

Si usted está interesado en hacer algo, lo hace solo si es conveniente.

Si está comprometido con algo, lo acepta sin excusas.

No puede haber éxito sin compromiso. ■

--

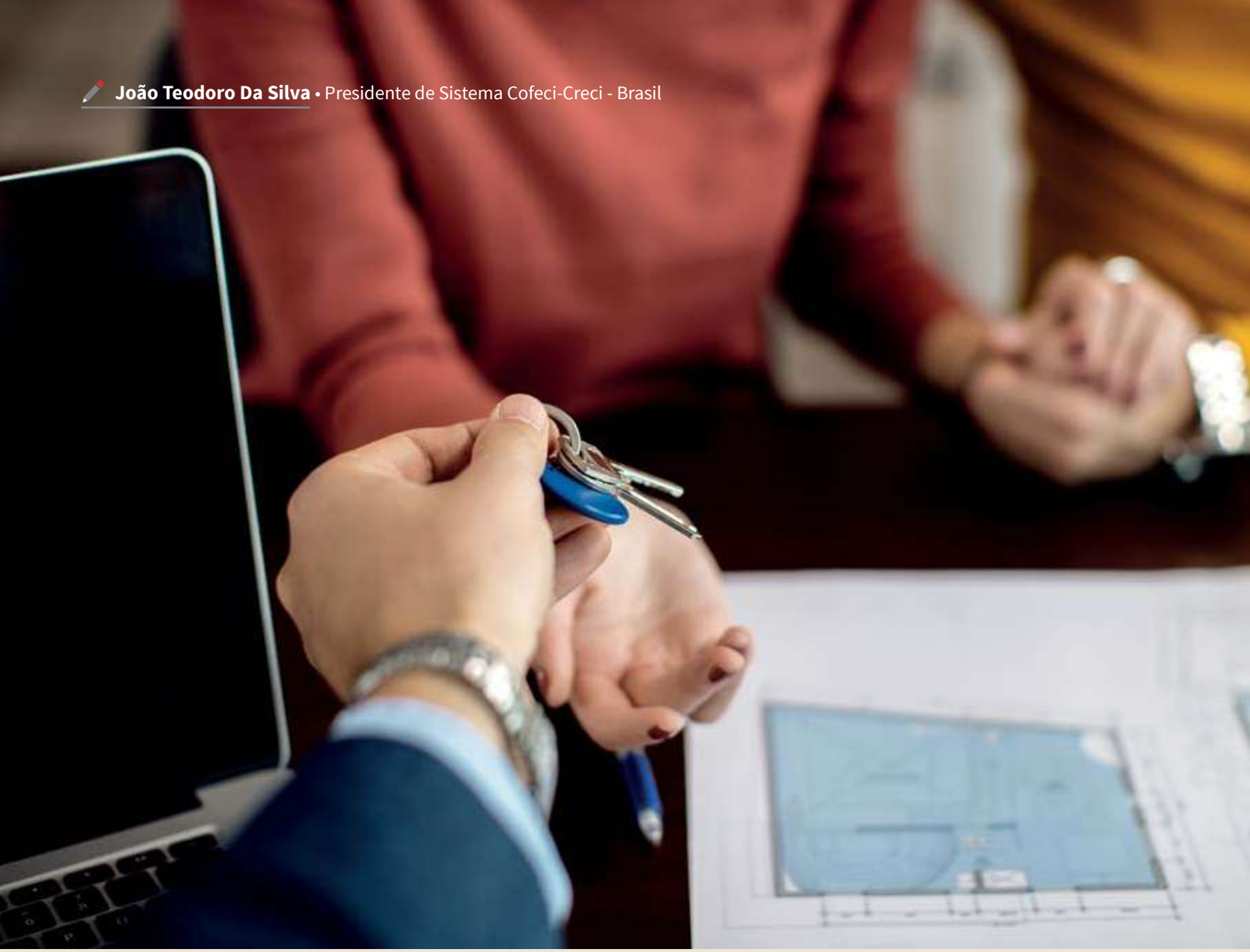
Conceptos desarrollados por el autor en su obra "EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA", Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires 2006.

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

Lic. Alfredo López Salteri

Licenciado en Relaciones Humanas en la Empresa. Director de ALS Consultants. Desarrollo para la Transformación. adlsalteri@gmail.com . Autor del libro "El Servicio al cliente en la actividad inmobiliaria" – Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires 2006. Autor del capítulo 1 "Acciones Proactivas para la Captación de Propiedades y Clientes" del libro Captación de Propiedades y Clientes de Darío Sokolowski – Ediciones Bienes Raíces. Buenos Aires 2009.

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



Préstamos inmobiliarios y Producto Bruto Interno

Comienzo este artículo recordando una pequeña historia de la Internet.

Una fábrica de calzado pretendía fabricar zapatos para venterlos en la India.

Dos analistas de mercado, que no se conocían y ni siquiera sabían uno del otro, fueron enviados allí para conocer mejor el mercado indiano.

Días después, el primero de ellos envió a su informe: Favor cancelar el proyecto. ¡Aquí nadie usa zapatos!

Luego, reciben el informe del segundo analista: Ampliar el proyecto. ¡Aquí, por ahora, nadie usa zapatos!

¡Así es! ¡Algunos solo ven obstáculos, pero hay quienes ven oportunidades!

Datos de 2014, expuestos en el sitio “web Click Habitação”, revelan la participación del crédito inmobiliario en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países más desarrollados.

En primer lugar, aparece Reino Unido, con 75%. Le siguen Estados Unidos, con 67,6%; Canadá, 64,5%; Portugal, 59,2%; España, con 55,45%; Francia, 43,3%; Alemania, 42,4%.

De aquí por adelante, el porcentaje bajó al 22,5% en Sudáfrica; 22,2% en Italia; 18,7% en Chile, hasta llegar a Brasil, el puesto nº 13, con participación de 9,6%.

Brasil es realmente un fracaso. ¡Siempre está en la cola! ¡¿Será verdad?!

Bueno, de todos los países del mundo, Brasil fue el de mayor crecimiento en la relación crédito inmobiliario x PIB, en los últimos 15 años.

En 2007, nuestra participación fue de 1,8%. Solo ocho años después (2015) alcanzamos el pico con el porcentaje de 9,6%.

Hoy, debido a la recesión que se instaló durante el gobierno de Dilma Roussef, añadido a los efectos nocivos del coronavirus, nos hemos estabilizado en torno de 9,5%.

Sin embargo, al menos cinco de los países más desarrollados cuentan con crédito inmobiliario equivalente a más de 50% del PIB, hasta 75%.

¿Brasil está mal? ¡No! Es solo una cuestión de ángulo de visión. La población crece y se reconfigura cada día, provocando nuevas demandas.

Tenemos un déficit habitacional creciente, de alrededor de 7,2 millones de unidades; abundancia de crédito inmobiliario.

Sin mencionar la demanda reprimida de aquellos que esperan pacientes por un tiempo más estable.

En 2021, según la Cámara Brasileña de la Industria de la Construcción (CBIC) el comercio de bienes inmuebles nuevos creció en torno de 12,8% en comparación con 2020, a pesar de la crisis del coronavirus. Asimismo, los lanzamientos crecieron 25,9% en eso año.

Con todo, a pesar del bache económico vivido en el momento, el volumen de ofertas cerró 3,8% más que en 2021.

En 2022, ya casi libre de la pandemia, el mercado inmobiliario se mantuvo en los mismos niveles que el año anterior.

No creció mucho, pero tampoco retrocedió, aunque frente a una reducción innegable del poder adquisitivo de las familias.

Las nuevas tendencias, motivadas por el aislamiento social obligatorio, siguen en el radar.

¡Pero crecer siempre ha sido innegablemente un desafío!

Es necesario implementar la sostenibilidad ecológica, las nuevas energías, las soluciones inteligentes, las innovaciones tecnológicas y las demandas de los consumidores.

Las soluciones abundan.

Construtechs y proptechs, enfocadas en soluciones y activos inmobiliarios, están en pleno apogeo. Pero el optimismo es esencial.

Los países desarrollados tienen una alta tasa de crédito inmobiliario x PIB. Mas de 50%.

¡Quizás ya están en el límite! ¡Brasil, no! Con solo 9,5%, lo que tenemos es mucha oportunidad para crecer.

¡Solo tenemos que trabajar y creer!

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.

Dr. Alfredo Tortorella • Socio FUNDADOR Nº 160 de la CIU y Socio HONORARIO

¿En cuánto comenzamos ofreciendo este inmueble al mercado?

Criterios objetivos y técnicos para determinar cuál es el porcentaje adecuado (correcto) para agregarle al precio de piso (mínimo) producto de nuestra tasación realista.

Con este PRECIO comienza nuestra GESTIÓN de VENTA (o arrendamiento, en su caso).

Por lo tanto, la "SUERTE" que tengamos proviene de la adecuada cifra de partida o "PRECIO DE LISTA" que logremos pactar con el propietario comitente de nuestros servicios.

Para ello, como vimos en el número anterior de esta Revista, que es imprescindible que el Propietario (parte vendedora o arrendadora) confíe en nuestra TASACIÓN, como IDÓNEA, SERIA, TÉCNICA y REALISTA.

Y si no logramos convencerlo en esta primera y clave instancia, tampoco podremos tener argumentos de fuerza, que sean capaces de convencer a los interesados que vayan apareciendo para su compra (o arriendo).

En mis dos últimos libros, traté en profundidad esta importante cuestión, analizando las múltiples opciones que nos queda por asumir, según el caso… A su lectura, obviamente, me remito.

Pero, luego de editado el último libro (2016), fui construyendo el CRITERIO OBJETIVO Y TÉCNICO, para resolver adecuadamente y con sentido PRAGMÁTICO (o sea, de alta conveniencia, tanto para la parte propietaria, como para mejorar la eficacia de nuestra ges-

tión) la cuestión planteada en el acápite de esta nota, arribando a las siguientes CONCLUSIONES:

1ª. PREMISA: ES DESPROLIJO E INACEPTABLE PARA NOSOTROS (POR NO SER NADA PROFESIONAL Y LESIONAR NUESTRA DIGNIDAD) ACEPTAR EL ARGUMENTO DE LOS PROPIETARIOS, QUE SE RESUME EN LA TRISTE Y PATÉTICA FRASE : "PEDÍ MUCHO… TOTAL, PARA BAJAR HAY TIEMPO…!!"

Y además, es una ofensa, porque el propietario, pretende jugar con nuestro tiempo… Parecería que él tiene tiempo que perder, pero nosotros, que vivimos de nuestro trabajo, no podemos entrar en ese juego sucio.

Por eso, repito por última vez: lo más importante es lograr granjearse la CONFIANZA de la parte propietaria (vendedora o arrendadora), desde el inicio de la relación, lo que incrementa, lógicamente, la CREDIBILIDAD en los consejos y asesoramientos técnicos que le brindemos… ya que el idóneo y Profesional, en esta cuestión debo ser yo y no el lego propietario…!!

2da. PREMISA: "GILES (TONTOS) CON PLATA, YA NO HAY…!!"
Esto significa que, quienes vienen a interesarse por un inmueble que nosotros ofertamos (sea para comprarlo o para alquilarlo), ya conoce muy bien esa FRANJA o TARGET de PRECIOS del MERCADO, porque es casi seguro que viene estudiando y comparando las múltiples OFERTAS que aparecen en él… Por lo tanto, nunca es un desprevenido o distraído.

Por lo tanto, nuestro inmueble si tiene un precio muy por encima de la realidad promedio del Mercado de ofertas, nos perjudica en varios aspectos, no sólo por la inevitable y anunciada pérdida de tiempo, sino por el desprestigio que significa nuestra deteriorada imagen como débiles Profesionales, sin el rigor técnico necesario, en este caso: REALISMO EN LA TASACIÓN…!

CRITERIOS TÉCNICOS Y OBJETIVOS A APLICAR:

SOBRE LA CIFRA "PISO" QUE NOS ARROJÓ NUESTRA TASACIÓN REALISTA, SÓLO PODREMOS PEDIR UN PEQUEÑO QUÁNTUM POR ENCIMA, PARA ESTAR A CUBIERTO DE LOS REGATEOS TAN HABITUALES DE LOS COMPRADORES (cosa que no sucede con frecuencia con los candidatos a arrendatarios).

SI PEDIMOS MUCHO MÁS, ESTAREMOS AHUYENTANDO DE ANTEMANO A LOS POSIBLES CANDIDATOS, QUIENES, NI SIQUIERA SE INTERESARÁN POR VER LAS FOTOS QUE ESTÉN SUBIDAS A LA WEB EN ALGUNA PLATAFORMA O EN NUESTRA PÁGINA. Y COMO CONTRAPARTIDA, ESTAREMOS HACIÉNDOLE EL "CALDO GORDO" A LAS DEMÁS OFERTAS POR INMUEBLES SIMILARES O ASIMILABLES QUE ESTÉN EN OFERTA POR CIFRAS, UN POCO MÁS BAJAS…

O SEA: ESTAREMOS TRABAJANDO PARA OTROS, COSA QUE DEBEREMOS HACÉRSELO COMPRENDER BIEN A NUESTRO PROPIETARIO, SOBRE TODO CUANDO ASUME UNA ACTITUD TOZUDA.

1er. CRITERIO: NO SE PUEDE (NI DEBE) ARRIBAR A UNA CIFRA QUE SEA PERJUDICIAL PARA LOS INTERESES DE NUESTRO PRIMER CLIENTE (PARTE VENDEDORA). NI TAMPOCO QUE, A SU VEZ, AHUYENTE EL INTERÉS DE LOS POSIBLES CANDIDATOS… TODO LO CONTRARIO: DEBE SEDUCIRLO Y ESTIMULAR SU APETENCIA Y CURIOSIDAD.

2do. CRITERIO: NO PUEDE SER UN PORCENTAJE FIJO, SIMPLEMENTE PROPORCIONAL AL PRECIO.

3er. CRITERIO: NO PUEDE SER UN PORCENTAJE CAPRICHOSO QUE SE NOS OCURRA (NI A NOSOTROS, NI AL PROPIETARIO). Y COMO MÍNIMO, DEBE SER DEL 5 % POR ENCIMA DE NUESTRA TASACIÓN REALISTA, YA QUE ESE PORCENTAJE ES EL QUE SE TOLERA COMO MARGEN DE ERROR ACEPTABLE EN TODA TASACIÓN. RECORDEMOS QUE LA TASACIÓN NO ES UNA "MEDICIÓN" (COMO PRETENDE AFIRMAR EL PROFESOR ARGENTINO MAGNOU Y SUS SEGUIDORES DEL CRITERIO "METROLÓGICO"), SINO UN "PRONÓSTICO", POR LO QUE SIEMPRE SERÁ APROXIMADO, TAL COMO LO ES EL METEOROLÓGICO, POR EJEMPLO…!!

4to. CRITERIO: DEBE SER UN PORCENTAJE PONDERADO, PRODUCTO DE EVALUAR "CUALITATI-

VAMENTE" ALGUNAS VARIABLES DE ALTA SIGNIFICACIÓN Y TRASCENDENCIA, TALES COMO:

A. SI EL INMUEBLE ES ESTÁNDAR Y DE BAJO VALOR Y ADEMÁS, HAY MÚLTIPLES OFERTAS SIMILARES: ejemplo, un apartamento en alguna zona suburbana, de menos de U$S 100.000 / EN ESTE PRIMER ESCALÓN, EL PORCENTAJE DEL PLUS ADICIONAL, SÓLO PUEDE OSCILAR ENTRE EL 5 % (PISO YA PREANUNCIADO) Y UN 7 %.

B. SI EL INMUEBLE ES DE MEDIANA CATEGORÍA, EN UNA ZONA INTERMEDIA, PERO APETECIBLE, DIGAMOS ENTRE US$ 100.000 Y US$ 500.000 Y HAY UNA BUENA OFERTA VARIADA (AUNQUE NO SEA MÚLTIPLE) EN EL MERCADO: EN ESTE SEGUNDO ESCALÓN, EL PLUS PODRÁ UBICARSE ENTRE EL 8 % Y UN 12 %.

C. SI EL INMUEBLE ES DE ALTA CATEGORÍA Y PRECIO SUPERIOR A LOS U$S 500.000 ADEMÁS, PRESENTA CARACTERÍSTICAS DE ORIGINALIDAD O ESPECIALIDAD (LUJO, ESTILO, FIRMA DEL ARQUITECTO, GRAN TAMAÑO, EXCELENTE UBICACIÓN, ETC.) QUE LO CONVIERTAN EN "ESCASO" Y DIFÍCIL DE COMPARAR CON OTRAS OFERTAS. EN ESTE CASO "SUPERIOR", EL PLUS PODRÍA UBICARSE EN EL ENTORNO DEL 15 % POR ENCIMA DE NUESTRA TASACIÓN REALISTA. Y EN ALGÚN CASO EXCEPCIONAL, ACERCARSE AL 20 % COMO SE VE, ES UN CÓCTEL DE CRITERIOS PONDERADOS, QUE EL HÁBIL Y EXPERIMENTADO TASADOR, DEBERÁ HACER COMPRENDER AL PROPIETARIO, PARA QUE ENTRE EN RAZONES, EN BENEFICIO DE AMBAS PARTES Y EN PRO DE AFIRMAR NUESTRA IMAGEN GENUINAMENTE PROFESIONAL...

ES HORA DE DESBARATAR DE UNA VEZ, EL HASTA AHORA DESFLECADO PROCESO PATÉTICO (QUE ACEPTAN MUCHOS COLEGAS), DE ACATAR EL PRECIO DE PARTIDA, QUE SE LE ANTOJA AL PROPIETARIO COMITENTE…!!

Y BASTA DE APLICAR LAS GASTADAS HERRAMIENTAS EMPÍRICAS "CRIOLLAS", TALES COMO: "OJÍMETRO" o "MÁS-O-MENÓ-METRO"…!!!

NO DEBEMOS ARRODILLARNOS MÁS … DEBEMOS MANTENER EN ALTO LA DIGNIDAD PROFESIONAL… PERO, ANTES, DEBEMOS CULTIVARLA, PARA SER MERECEDORES DE UN MEJOR FUTURO Y DESTINO…!!!

ESO, ES LO QUE SIEMPRE HE LLAMADO: "PROFESIONALISMO GENUINO"! ■

Dr. Alfredo TORTORELLA †

Socio FUNDADOR (1987) y HONORARIO (2018) de la C.I.U. Fundador, Director y Docente del Instituto de Capacitación inmobiliaria de la C.I.U. (2000 a 2016). En 2012 fue galardonado con la Medalla al "Profesor Emérito C.I.U." Redactor Responsable de Revista CIUdades (2001 a 2016) y columnista permanente. Gestor (años 1997 y 98, como delegado por la CIU) de la Carrera Oficial de OPERADOR INMOBILIARIO en U.T.U., y Docente Titular de "Venta Inmobiliaria" (1999 a 2020), dictando además múltiples Seminarios en todo el País, varias Provincias argentinas y Asunción del Paraguay. Autor de 3 LIBROS de temática inmobiliaria, los dos primeros agotados (2005, 2011 y 2016). Conferencista y panelista en diversos Congresos internacionales del Sector Inmobiliario, desde 1995. Y en Universidades argentinas.

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.

In memoriam

Dr. Alfredo Tortorella

Cuando este número de CIUDADES ya estaba en plena edición, llegó a esta Mesa de Redacción la infausta noticia de la desaparición física del Doctor Alfredo Tortorella, quien supo ser puntal de la profesión y por años, pilar de esta publicación.

No es tarea sencilla redactar el obituario de quien acompañara tantos años y con intensidad, este esfuerzo editorial que siempre tomó con la pasión que él sabía poner en las cosas con las que le tocaba en suerte lidiar.

En la cocina de esta publicación se sabía de antemano, que en cada número el primer artículo de la revista que se entregaría por cuenta de los colaboradores que generosamente acompañan este esfuerzo número a número, sería el de Alfredo Tortorella.

Esa puntualidad recurrente y consecuente, no sólo derivaba de una prolífica actividad con el teclado, sino de una indomable vocación pedagógica.

Con el ánimo del profeta, en cada artículo reiteraba una insobornable exigencia de poner primero el alto la deontología inmobiliaria y segundo de transmitir a los más bisoños de la profesión, la sabiduría que había acumulado en el tiempo.

Si una línea de coherencia se marcó en todas sus notas publicadas en CIUDADES y en libros que publicó, fue el recurrente reclamo de exigir en cada párrafo respeto por una forma de entender la actividad inmobiliaria.

Su prosa era coloquial y usaba -y hasta abusaba- de giros poco ortodoxos para la escritura acartonada de una revista institucional, pero en definitiva no era otra cosa que un desesperado grito de advertencia de sus preocupaciones constantes por enaltecer a la profesión.

Le conocí en la vieja sede de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU) ubicada en el edificio de Rincón y Misiones, ataviado de traje clásico, camisa con pañuelo dispuesto "a lo tanguero", y hablando en un tono que ineludiblemente evocaba un talante gardeliano.

Era un romántico de la profesión, inspirado en un modo de actuar como operador inmobiliario lleno de los usos y tradiciones de los tiempos heroicos de la misma.

Quizás la peripecia de Tortorella fue la de muchos profesionales del planeta inmobiliario que debieron asumir a marcha forzada las transformaciones de los nuevos tiempos, poniendo al servicio de esa causa inteligencia y voluntad para intentar estar todos los días, al día.

La metamorfosis de la profesión, profundizada en el siglo que corre, pautada por la intrusión de la tecnología digital, fue un recurrente desafio para un hombre que hasta el final predicó que esta actividad más que una técnica comercial, es un "arte".

Su insistencia en ello llegaba a la reiteración, pero sabía que el ejercicio de su actividad sufría una carrera permanente para no quedar atrás, sin que el "adelante" avasallara las viejas tradiciones de la profesión.

"Torto", como le llamábamos de modo familiar para su íntimo solaz, entonces era el responsable institucional de editar CIUDADES y con él debí abordar los desafíos de aquella época.

Fiel a una personalidad que muchos podrían considerar como antigua y casi "de salida", siempre defendió sus convicciones con la pasión de un predicador y las sostuvo con su pluma.

Autor de varios textos de uso en los círculos de formación de profesionales inmobiliarios, fue un autor de fronda y trinchera en las cuestiones atinentes al operador inmobiliario.

Inspirador y docente del ICIU, abogó por la formación técnica y profesional de los que ejercen está noble actividad.

Se marchó, pero su legado en este mundo cambiante y dinámico, permanecerá como sustento ineludible de cualquier innovación que llegue a un negocio que radica en esa vieja intuición que Torto defendió con furia y fuego.

El Editor.

Prof. Jorge Alonso,
Ex Presidente
Sr. Wilder Ananikian,
Dr. Alfredo Tortorella

Algunos mensajes de despedida

Eterno descanso

Profundo en sus ideas; constante en sus gestiones; cultivador de relaciones; sus convicciones lo hacían un verdadero luchador que volcaba en su labor educativa y dejó plasmada en su obra bibliográfica. Se nos fue un amigo.

Queda en mí su figura entusiasta y el recuerdo de innumerables encuentros amenos, positivos, sinceros. Tal su personalidad. Elevo una oración para que Dios le otorgue eterno descanso.

Jorge Aurelio Alonso

Despedida

Querido Alfredo, tu partida no será ausencia, pues supiste dejar huella en quienes tuvimos la dicha de conocerte y compartir largas charlas contigo.

Apasionado por tu actividad, recorrías todo el espinel de la misma buscando la forma apropiada para mejorarla, para sumar, para profesionalizarla, por su trascendencia social. Llegaste a dejar tus conceptos en textos que, en un mundo cambiante como éste, tal vez mañana perderán vigencia, y sin embargo serán el fiel referente de una época, esa que te tocó transitar y compartir con todos nosotros, los que supimos conocerte y apreciarte.

Hombre afable, sereno, reflexivo, siempre tratando de lograr acuerdos con el otro. Tu franca sonrisa, estará siempre presente. Así te recordaremos, como el hombre de paz que fuiste.

¡¡¡Hasta la vista amigo!!!!

Arq. Estela Reca
Ex Rectora del ICI – CIA (Argentina)

Homenaje

En 1987 tuve la ocasión de conocer a Alfredo, ambos nos dedicábamos a la capacitación.

Era mi primer curso que dictaba en Montevideo -donde él asistía como participante- y en ese momento se inició una hermosa relación que nos llevó a un encuentro en el análisis e intercambio de ideas sobre la formación en la actividad inmobiliaria.

A lo largo de muchos años tuve la ocasión de encontrarme con Alfredo en actividades de capacitación, tanto en Uruguay como en Argentina.

Siempre tuve la grata sensación de estar con una persona que tenía un alto concepto sobre la profesión inmobiliaria y con una clara orientación hacia el servicio.

Fueron muchas las ocasiones en que disfrutamos de Alfredo por su particular forma de abordar los temas en la formación, su sentido del humor y el claro valor que le asignaba a la “autorización en exclusividad” para la captación de propiedades.

Recuerdo con gran emoción el día en que recibí de sus manos la distinción de profesor emérito que me fuera otorgada por la Cámara Inmobiliaria Uruguaya.

Alfredo, mi tocayo como él solía llamarme, me brindó siempre su amistad y afecto.

Hasta siempre querido Alfredo.

Alfredo López Salteri

CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

ACTUALIZACIONES ECONÓMICAS

ÍNDICES - MONEDAS • 2021 - 2022 - 2023

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			
2023							
JULIO	1.0598	–	–	–	1.597,15	5.8230	–
JUNIO	1.0710	103.22	-0.46	5.98	1.596,82	5.8164	37.408
MAYO	1.0761	103.70	-0.01	7.10	1.586,04	5.7714	38.779
ABRIL	1.0733	103.71	0.75	7.61	1.584,25	5.7193	38.783
MARZO	1.0755	102.94	0.90	7.33	1.579,57	5.6562	38.648
FEBRERO	1.0805	102.02	1.00	7.55	1.502,25	5.5876	38.893
ENERO	1.0829	101.01	1.55	8.05	1.501,26	5.6023	38.681
2022							
DICIEMBRE	1.0846	99.47	– 0.26	8.29	1.498,67	5.6135	40.071
NOVIEMBRE	1.0905	99.72	– 0.28	8.46	1.496,69	5.5961	39.392
OCTUBRE	1.0900	261.10	0.21	9.05	1.494,32	5.5494	40.608
SETIEMBRE	1.0840	260.55	0.84	9.95	1.487,30	5.5045	41.736
AGOSTO	1.0763	258.38	0.83	9.53	1.446,76	5.4640	40.960
JULIO	1.0749	256.26	0.77	9.56	1.445,81	5.4329	40.934
JUNIO	1.0710	254.30	0.59	9.29	1.444,39	5.4079	39.863
MAYO	1.0696	252.82	0.46	9.37	1.434,88	5.3759	39.902
ABRIL	1.0669	251.65	0.49	9.37	1.431,52	5.3141	40.827
MARZO	1.0638	250.42	1.11	9.38	1.428,01	5.2330	41.115
FEBRERO	1.0598	247.68	1.47	8.85	1.373,03	5.1586	42.533
ENERO	1.0576	244.09	1.78	8.15	1.369,70	5.1608	44.154
2021							
DICIEMBRE	1.0560	239.81	-0.10	7.96	1.364,33	5.1411	44.695
NOVIEMBRE	1.0566	240.05	0.25	7.86	1.362,06	5.0933	44.100
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	42.940
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	1.338,34	4.8875	43.802
MARZO	1.0726	228.95	0.62	8.34	1.336,92	4.8404	44.187
FEBRERO	1.0775	227.55	0.82	9.12	1.291,96	4.7792	43.145
ENERO	1.0775	225.69	1.60	8.89	1.291,77	4.7846	42.278

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

Nota: el coeficiente de ajuste que se tomará para los alquileres que reajustan en el mes de JULIO 2023 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)**

- Número de índice: 99.72 Nov 2022 – Dado que a partir de octubre 2022 se comienza un nuevo análisis de I PC por un período de 12 años, se toma como mes base octubre 2022. El mes de inicio siempre se le asigna un índice 100.

Ogilvy

Scotia®

Tu casa habla de vos. Tu banco también.

Accedé hasta el 90% del valor del inmueble y además tenés el crédito aprobado durante 6 meses para buscar tu casa.

Préstamo inmobiliario

DESDE **3,9%** T.E.A. en U.I.

Tasación y seguro de incendio sin costo.

Pedilo en scotiabank.com.uy

Sujeto a aprobación crediticia por Scotiabank Uruguay S.A. Términos y condiciones en scotiabank.com.uy