



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Las tesis de Belgrano

Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Maestría en Desarrollo de Emprendimientos
Inmobiliarios

¿Cómo generar un negocio inmobiliario y
financiero, revalorizando una propiedad
mediante una reforma arquitectónica?

N° 95

Arq. Noelia Amighini

Tutor: Arq. Fernando Burone
Decana: Arq. Mónica Fernández

Departamento de Investigaciones
Fecha defensa de tesis: 17 de diciembre de 2015

Universidad de Belgrano
Zabala 1837 (C1426DQ6)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533
e-mail: invest@ub.edu.ar
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

Índice

I.	Agradecimientos	4
II.	Resumen ejecutivo	5
III.	Introducción	5
	o Algunos interrogantes	6
	o Planteamiento del caso	6
	o Hipótesis	6
IV.	Contexto - El Mercado inmobiliario en CABA y Gran Buenos Aires	7
	o Oferta y demanda	7
	o Alternativas de inversión dentro del segmento residencial	8
	o Algunos ejemplos de inmuebles aplicables al proyecto	9
V.	La solución al alcance de la mano: RECICLARQ	10
	o Desarrollo del modelo: Una valiosa adición a tu inmueble en venta	11
	o Plan operativo-financiero	13
	o Inversiones de revalorización	14
VI.	Disciplinas y agentes relacionados	15
	o Encuadre legal - contratos	15
	o Marketing y publicidad - inmobiliaria	16
	o Inversor externo	19
VII.	Implementación del modelo: Olleros esq. 11 de Septiembre	20
	o Presentación de la propiedad	20
	o Opciones de reciclajes	29
	o Análisis estático	30
	o Propuesta del negocio a los propietarios	30
VIII.	Conclusiones	32
IX.	Bibliografía	33
	o Libros	33
	o Revistas	33
	o Páginas web	33
X.	Anexos	34
	o Artículos - Páginas web	34



I. Agradecimientos

Primeramente doy gracias a Dios por permitirme tener una nueva y grata experiencia dentro de mi universidad, la misma que hace 10 años me brindó todas las herramientas para convertirme en la profesional que soy hoy, en la carrera que tanto me apasiona. Agradezco a cada profesor que fue parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado este grupo de graduados plagado de nuevos conocimientos, quienes lograron conectarse de una manera especial con lazos que traspasan el compañerismo y se acercan más al de una amistad.

Una especial mención al arquitecto Fernando Burone, quien me guió en la instrumentación del negocio que se plantea en el ejemplo del caso seleccionado en el capítulo VII. También al abogado Marcelo Giganti, a la abogada Mónica Simón y la licenciada en marketing Luz Giló (Mieres Propiedades), quienes gracias a sus pautas y recomendaciones fueron de gran ayuda para el desarrollo de esta tesis.

Finalmente agradezco a mi familia por el apoyo incondicional de siempre y por haberme brindado la posibilidad de estudiar una carrera universitaria.

II. Resumen ejecutivo

RECICLARQ es una empresa dedicada a refaccionar o refuncionalizar propiedades que por el transcurso del tiempo y/o de su baja mantención han quedado obsoletas; es por eso que a sus propietarios se le dificulta insertarlas en el mercado inmobiliario -del modo en que se encuentran-, siendo esto la causa de grandes gastos mensuales de mantenimiento.

La propuesta es fijar un monto con el propietario en el estado original de bien –con un ajuste mensual del valor–, para luego del estudio de mercado, -donde se detecta la demanda de la zona y luego analizar el código- plantear una reforma arquitectónica que garantice la inserción y competitividad de la propiedad en el mercado inmobiliario. Por consiguiente, se concretaría una rápida venta y la ganancia que se obtenga -por arriba del valor original pactado- quede para la empresa, quien luego se encargará de distribuir las ganancias, siempre que correspondiere.

III. Introducción

El crecimiento de la población y las ciudades, la renovación en los estilos de vida, el sobre-consumo y una cultura de cambios constantes, generan que la forma de vivir y sus costumbres vayan mutando. Desde La Revolución Industrial que marcó un punto de inflexión en la historia, modificando e influenciando todos los aspectos de la vida cotidiana de una u otra manera. La producción tanto agrícola como de la naciente industria se multiplicó, como consecuencia la población comenzó a centralizarse en las ciudades, y éstas comenzaron a crecer tanto horizontal como verticalmente, de este modo comienzan aparecer los nuevos edificios en altura que dan solución a las viviendas y a las oficinas que eran necesarias para que un individuo se pueda desarrollar dentro de la nueva ciudad. Con el correr de los años estas ciudades se transformaron en metrópolis, en donde se empiezan a hacer evidentes los problemas que éstas tienen, como por ejemplo el tránsito colapsado, pocos lugares de esparcimiento, el valor del metro cuadrado en aumento constante, como resultado dan lugar al puntapié inicial para una migración hacia las afueras en busca de mejores condiciones de vida.

Esta evolución en la forma de vivir, conlleva a una mutación de los inmuebles en cuanto a sus usos y funciones. Es aquí donde surge la idea de este proyecto, para dar una solución a este nuevo mercado que desde hace tiempo empezó surgir.

El proyecto consiste en investigar si se puede materializar la siguiente idea: la cual consiste en refaccionar inmuebles que en el estado de deterioro que se encuentran no son fáciles de vender o de alquilar; por ejemplo: departamentos, phs, locales y casas antiguas de grandes dimensiones, etc., que no estén en un estado crítico para una demolición total sino refacciones parciales o totales.

Mediante un estudio de mercado, donde se analice la zona donde esté ubicado el inmueble y lo que ésta requiera, se buscarán diferentes alternativas de reciclado, ya sea respetando la función que tenga o dándole una nueva, como por ejemplo: una casona antigua de 500 m² en el barrio de Palermo, refaccionarla y convertirla en departamentos, respetando su fisonomía exterior o no. Esto es uno de los aspectos a tener en cuenta al momento de definir una resolución arquitectónica que le da respuesta a la necesidad del mercado en la zona evaluada.

El otro aspecto a evaluar es el económico financiero, ya que lo que ocurre en general es que el dueño del inmueble a vender o alquilar este interesado en concretar la operación en un tiempo acotado, y en la mayoría de los casos analizados estos tiempos se dilatan por el estado deteriorado de la propiedad. Por lo tanto el período de espera hasta que aparezca el preciado comprador o inquilino puede llegar a ser en algunos casos muy prolongado, esto le genera al propietario un gasto mensual de mantenimiento, ya sea por las expensas y/o impuestos, sin dejar de lado el desgaste edilicio.

El otro factor que interviene es la inmobiliaria que trabaja ofreciendo la propiedad, hace publicidad, le genera un gasto de personal encargado en ir a mostrarlo para no encontrar un grado de aceptación efectivo durante un periodo extenso de tiempo.

Algunos interrogantes

Ante todo lo descrito surgen los siguientes interrogantes:

¿Cómo diseñar un contrato – o que figuras ya existentes utilizar - para que el dueño de la propiedad, al momento de la venta cobre lo estipulado y el resto el desarrollista?

¿Cómo evitar que imponderables como por ejemplo: el deceso del propietario y la consiguiente aparición de los posibles sucesores, intervengan en forma negativa en el negocio?

¿Cuáles serían las responsabilidades del profesional? ¿Hasta dónde llegarían?

¿De qué se encargaría la inmobiliaria? ¿Se le obligaría poner en el contrato un lapso máximo de tiempo de venta?

¿Se encargaría la inmobiliaria de hacer renders y publicar la propiedad?

¿El inversor tomaría decisiones de proyecto o sólo su rol sería el aporte de capital?

¿El dueño participaría de las decisiones del proyecto?

Por todo lo mencionado ut supra quería aprovechar esta tesis para investigar todos los aspectos necesarios para poder desarrollar un negocio inmobiliario y financiero donde los actores principales sean el dueño de la propiedad, el equipo desarrollador, la inmobiliaria a cargo y/o un inversionista.

Planteamiento del caso

Campo: Inmobiliario

Tema: Arquitectura – construcción

Eje: Análisis de factibilidad

Eje social: Solución destinada a todas las clases sociales que necesiten del servicio

Marco Temporal: Argentina 2015 / 2016

Proyecto: RECICLARQ – darle un giro a una propiedad desactualizada estéticamente y/o funcionalmente, en estado de deterioro, o no habitable, mediante una refacción o cambio de uso, para que tenga una rápida salida económica.

Objetivos Generales: Diseñar un negocio de poca inversión de capital y rápido recupero. Donde el dueño de la propiedad fije un valor (de acuerdo al estado en que se encuentre la misma), el desarrollista honorarios por su trabajo, la constructora se encargue de realizar la refacción, la inmobiliaria una tasación acorde al nuevo valor de la propiedad refaccionada y publicidad de la misma, por último un inversor que invierta el capital necesario para afrontar los gastos.

Objetivo Específico: Lograr una refacción que satisfaga a la demanda, en el menor tiempo posible y con la mayor ganancia para la empresa, manteniendo la expectativa original del propietario.

Materialización: Presentar el modelo de armado del negocio y su instrumentación, dentro de un marco legal que minimice los riesgos para la empresa.

Hipótesis

Las propiedades que estén desactualizadas, en estado de deterioro considerable y/o no habitables, van a tener una rápida inserción en el mercado inmobiliario mediante el sistema que proponemos con RECICLARQ; por lo tanto, se logrará concretar prontamente su venta.

IV. Contexto – El mercado inmobiliario en CABA y Gran Buenos Aires

Los últimos años han sido testigos de transformaciones políticas, sociales y económicas que marcan el final de una época y los umbrales de otra. La óptica con que se mire el porvenir puede ser optimista o pesimista, consecuencia incierta de los cambios abruptos que vivimos en apenas 30 meses. El negocio inmobiliario no es la excepción a la regla.

Mientras que muchos sufrieron grandes pérdidas económicas en la huída desenfrenada del sistema financiero y en la búsqueda de protección en la divisa extranjera, quienes buscaron protección en los “ladrillos” no salieron defraudados. En un contexto de incertidumbre, la inversión inmobiliaria aparece como una alternativa sólida de protección del poder adquisitivo y actúa como reserva de valor. Los inmuebles han sido tradicionalmente en economías inflacionarias un medio generalmente aceptado ya que mantienen su valor a lo largo del tiempo. La inmensa mayoría de los fondos utilizados en la compra de inmuebles provenían de cajas fuertes, “colchones” y cajas de seguridad. El tema es la capacidad de reacción. Algunos se “animaron” a comprar en el 2002, pero otros fueron tomando la decisión con posterioridad, a medida que veían que quedarse con la divisa norteamericana significaba poco a poco ir perdiendo poder adquisitivo en términos reales.

Los agentes económicos, se manejan con cautela, con expectativas racionales y es que han aprendido la lección de las sucesivas crisis que han afectado a la economía argentina en los últimos años. En este contexto de mayor aversión al riesgo y preferencia por rendimientos razonables, el mercado inmobiliario surge como una alternativa válida entre los inversores. Para inversores históricamente adversos al riesgo, el “ladrillo” sigue siendo la mejor inversión. Para los más propensos, aparece como una alternativa interesante en medio de la baja performance de los mercados financieros.

Oferta y demanda

Un mercado se crea por la interacción de la oferta y la demanda de un determinado bien. Obviamente, la intensidad del mercado inmobiliario depende de la magnitud de la oferta y la demanda. Dentro del mercado inmobiliario argentino, el de la Ciudad de Buenos Aires es el más maduro de la Argentina. No sólo por la inmensa masa de recursos que se generan en la ciudad, sino también porque Buenos Aires se consolida como el principal centro de inversiones inmobiliarias para la gente del interior. Junto a una demanda activa, se presenta una amplia oferta que incluye departamentos nuevos, usados, obras en proceso de ejecución con financiamiento de los desarrollistas, participaciones en obras al costo, fideicomisos y sociedades constituidas especialmente para emprendimientos inmobiliarios.

...en la evaluación de proyectos de inversión inmobiliarios se suele decir que el éxito depende de tres factores: localización, localización y localización...¹

Cada tipo de inversor encuentra, en el mercado inmobiliario, el tipo de producto adecuado a sus necesidades: los que prefieren negocios de renta, los que priorizan la revalorización futura del inmueble y los que buscan intervenir en emprendimientos inmobiliarios desde los cuales desarrollar negocios, generar nuevos puestos de trabajo y obtener beneficios.

Dentro de la inversión de renta, podemos señalar las siguientes particularidades en el mercado de alquileres urbanos: Con la llegada de la devaluación la rentabilidad de los alquileres había caído a la mitad respecto al rendimiento habitual en este mercado (del 10-12 % anual al 5-6%), pero paulatinamente este rendimiento se fue recuperando por dos razones:

Primero: los inversores priorizaron aquellas localizaciones tradicionales en las cuales aún en los peores momentos del mercado la vacancia es mínima y el mercado está muy activo. Sigue creciente el interés por inmuebles capaces de generar demanda internacional (por ej: localizados en Recoleta) o susceptibles de ser utilizados en actividades que generan divisas (ciertos puntos vinculados al turismo, hotelería, etc.).

Segundo: la imposibilidad de los inquilinos de acceder a la vivienda propia, hace que el mercado de alquileres esté sobre valuado, lo que provoca una tendencia alcista en los valores de los alquileres. Es

¹ Gómez, Mario – Tisocco, David, “Evaluación de proyectos inmobiliarios”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006, Pág. 19.

de destacar que, mientras que en el 1 a 1 hacían falta cuarenta sueldos medios de la Capital Federal para acceder a un departamento de un dormitorio en Recoleta, hoy hacen falta 100 sueldos medios para acceder al mismo departamento. Esta es una barrera que afecta no sólo la posibilidad de acceder con ahorros genuinos, sino que limita sobremanera el acceso al crédito (no se puede como en el 1 a 1 reemplazar un alquiler por una cuota de crédito).

Una de las características del mercado es que existen alternativas de inversión para todos los bolsillos. Se da en nuestro mercado una clara dualidad entre los bolsillos de los inversores y de los consumidores finales. Si bien existe, el problema antes señalado de accesibilidad para los asalariados que quieren adquirir su primera vivienda, es usual encontrar inversores con disponibilidades en el rango de los u\$s 50.000 a los u\$s 100.000. Por otro lado, se da un fenómeno particular entre los inversores con mayor capacidad de compra y es que prefieren no colocar todo su capital en un único proyecto; es decir se viene observando una tendencia que consiste en la atomización de la cartera de inversiones (bgr.: comprar diez inmuebles de u\$s 100.000, en vez de uno de u\$s 1.000.000).

Alternativas de inversión dentro del segmento residencial

Surge un espacio para la inversión en desarrollo: existen numerosas oportunidades tanto participando en consorcios al costo o en pool de inversores para desarrollar una amplia gama de emprendimientos inmobiliarios. Existe una activa participación de inversores particulares que se encolumnan detrás de buenos proyectos, desarrollados por estudios con probada experiencia y solvencia, que cuentan con un comercializador de primera línea que ha analizado adecuadamente todos los aspectos a tener en cuenta.

Esta demanda activa que presenta por ejemplo el corredor Norte no ha pasado inadvertida por parte de desarrolladores, inversores y financistas que aúnan fuerzas en nuevos emprendimientos de distinto tamaño y perfil, pero con la particularidad de apostar a una excelente localización como factor clave en de éxito de su producto. No es de extrañar que se busque construir en las mejores localizaciones del mercado pues los costos de edificación son los mismos, ya sea que se invierta en un lugar donde luego se podrán vender con facilidad las unidades, como en otro donde no haya demanda que pague por ellas.

Resulta alentador, en el contexto actual, ver como día a día se inician nuevos proyectos de inversión inmobiliarios, motorizados por una demanda sostenida, poniendo en marcha un círculo virtuoso que tiene su eje en la construcción como industria motorizadora de la actividad económica. En este tipo de emprendimientos se pueden alcanzar rentabilidades punta a punta del 50%.

En el caso de nuestro proyecto, estamos interesados en las propiedades que estén en un estado deterioro o desactualización, en el cual sea imperiosamente necesario un reciclaje o cambio de función para que pueda ser un fuerte competidor a la hora de salir al mercado inmobiliario. A continuación vamos a mostrar algunas propiedades en las cuales se podría utilizar la modalidad que se quiere implementar.

Algunos ejemplos de inmuebles aplicables al proyecto



Belgrano, CABA.



Interiores de departamentos en centro, CABA.

El modelo de negocio a desarrollar también es aplicable a countries añosos del Gran Buenos Aires, para darle una solución a lo que habitualmente ocurre en los casos de venta de casas que quedaron desactualizadas o muy deterioradas, con propietarios que imponen un precio 'afectivo', el cual no es real, lo que conlleva que las mismas queden fuera de mercado. Esto tiene una consecuencia monetaria, ya que las expensas por lo general se calculan por la relación de la superficie del lote y la cantidad de metros cuadrados construidos, por lo tanto, se convierten en propiedades realmente caras de mantener. A todo lo mencionado anteriormente no hay que olvidarse de adicionarle los impuestos y servicios, aparte de un mantenimiento razonable que mínimo que incluye desde pintura, hasta jardinero, piletero, etc.



Country Highland Park, Pilar, Gran Bs. As.



County Tortugas, Pilar, Gran Bs. As.

V. La solución al alcance de la mano: RECICLARQ

RECICLARQ es un proyecto que consiste en darle una solución a propietarios que poseen inmuebles que, en virtud de su estado de deterioro actual o, simplemente, a causa de la considerable desactualización que han experimentado en razón de los cambios que se produjeron desde su construcción en lo atinente a funcionalidad y/o estilo, no son fáciles de vender.

Es aplicable a cualquier tipo de propiedad (por ejemplo: departamentos, phs, locales y casas antiguas de grandes dimensiones), que no estén en un estado crítico para una demolición total, sino que acepten refacciones parciales o totales.

Por lo general, estas propiedades tardan bastante tiempo en venderse, lo que genera grandes gastos a sus dueños ya sea por sus caras expensas, los impuestos municipales, los servicios, etc. Es por eso que se convierten en un egreso de dinero mensual considerable, sin mencionar el deterioro edilicio por el transcurrir del tiempo, con la consecuente pérdida de valor. En algunos casos la propiedad se alquila por un monto irrisorio, con el objeto de que al menos otro afronte el pago mensual de expensas, gastos y de hacer su mantenimiento; pero esto en modo alguno otorga una solución definitiva a la cuestión.

Los activos inmobiliarios tienen una enorme importancia en la microeconomía de cada familia. Por esta razón, tanto para los compradores como para los vendedores de inmuebles son importantes la búsqueda de información, la evaluación de alternativas y la consulta a terceros. La decisión de venta o compra será resultado de ese complejo proceso no exento de riesgo, ya que la posibilidad de error tendría consecuencias múltiples. Es por eso que damos una solución profesional e integral de asesoramiento para poder lograr insertar en el mercado esa propiedad mediante una reforma arquitectónica o un cambio de funcionalidad que la vuelva a ser un producto buscado.

“El sector inmobiliario involucra una vasta cantidad de actores que es necesario tener en cuenta. Además de los compradores y vendedores, los protagonistas que dan vida y razón de ser al sector, el negocio de los bienes raíces involucra un conjunto de personajes que motorizan la actividad: se trata de personas que, cumpliendo diferentes roles, constituyen el mercado inmobiliario. Son los inversores, desarrollado-

res, constructores emprendedores, planificadores, proyectistas, corredores, capacitadores, estudiantes, comercializadores, comunicadores, financiadores, investigadores, consultores, tasadores, etc. Personas que, desde distintas profesiones y por diferentes motivaciones, crean y recrean la industria inmobiliaria.²



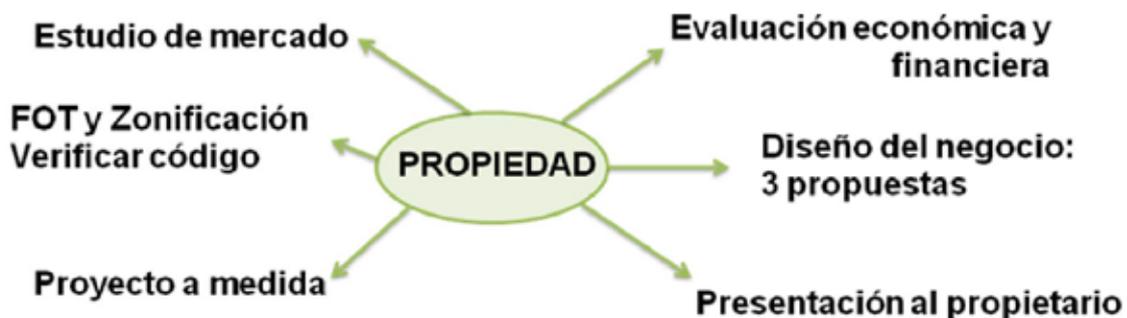
El trabajo interdisciplinario resulta fundamental para comprobar la factibilidad de cualquier proyecto como también establecer los parámetros bajo los cuales se programa su desarrollo y crecimiento. Es necesario considerar los diferentes factores económicos y sociales que le dan forma como así también, evaluar una a una las variables que determinan su éxito o fracaso.



Desarrollo del modelo: Una valiosa adición a tu inmueble en venta

Una vez que se capta la propiedad, comienzan una serie de procesos a describir:

1. Conocer las expectativas del cliente
2. Conocer el estado actual de la propiedad y su valor en consecuencia
3. Estudio y demanda del mercado
4. Factibilidad y proyección del mayor valor que se puede obtener con el proyecto a realizarse
5. Opciones de proyectos y financiación
6. Firma de los contratos
7. Ejecución de la obra
8. Publicidad
9. Venta



² Gómez, Mario, "Herramientas financieras para la valuación de inmuebles", Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2007, Pág. 19.

Todo análisis vinculado con la venta de inmuebles debe contener indefectiblemente el conocimiento del precio al que podrá cerrarse la operación. El establecer un acertado precio de estos activos es un aspecto clave en este negocio.

Una casa no es sólo parte del patrimonio de la gente, la calidad de vida de las personas está muy ligada a donde viven. Los inmuebles proporcionan un techo, una inversión, pero son mucho más que eso: un ámbito propicio en el cual desarrollar la vida familiar o empresarial.

Por lo mencionado anteriormente, es muy importante el estudio de mercado que se realice para poder identificar qué es lo que la demanda requiere en la zona donde se encuentra ubicado el inmueble; por ejemplo si el barrio se ha convertido en un área de oficinas, comercial o por el contrario, solamente residencial, etc.

En lo que hace concretamente al trabajo de RECICLARQ, se partirá de una acción en conjunto con la inmobiliaria seleccionada por la empresa, donde se establecerá el valor de mercado del inmueble en el estado en el que se encuentra, posibilidades de refacción y el mayor valor que podría alcanzar luego de ello.

Seguidamente, en base a toda esta información, y previa verificación del código y zonificación, se proyectarán entre tres y cuatro diferentes alternativas de reciclado, correspondientes a diferentes propuestas de valor de inversión y tiempos de obra.

La financiación total de esta actividad podrá provenir básicamente de tres fuentes: capitales propios de la empresa, inmobiliaria y/o terceros interesados. En estos dos últimos casos, se les asegurará un porcentual en la ganancia obtenida o metros cuadrados, dependiendo el negocio.

A esta altura, la empresa evaluará si es de su interés tomar el riesgo de la inversión o hacer uso de esas otras modalidades.

‘...hay que tener en claro que las buenas alternativas de inversión siempre hallarán inversores...’³

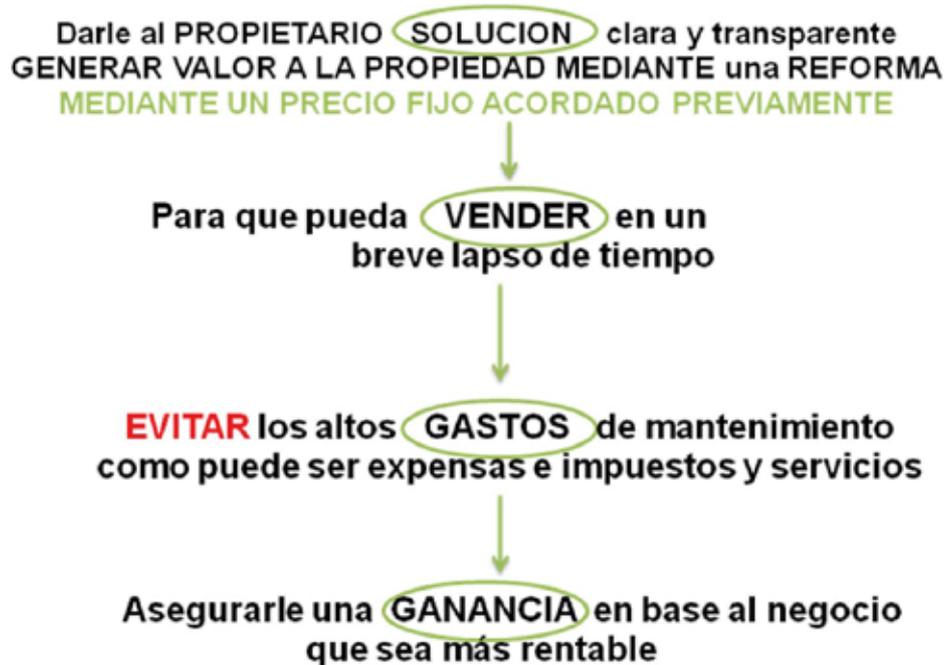
Efectuado ello, se firmará un contrato con el propietario, en el que se detalle el valor inicial del inmueble en dólares, al que se le adicionará un porcentaje mensual de ajuste en la misma moneda. Dicho valor provendrá del análisis del valor locativo del bien –en el estado en el que se encuentre, al momento de firmar el contrato– teniendo en cuenta los gastos de expensas, impuestos y servicios. Se acordará un monto mensual que el propietario percibirá al momento de venta del inmueble.

Finalizada la obra y concretada la venta, el antiguo propietario recibirá el valor original de la propiedad junto con el monto antes señalado, mientras que el mayor valor que se obtuvo gracias a los trabajos realizados será percibido por la empresa RECICLARQ, quien luego se encargará de distribuir las ganancias, siempre que correspondiere.

Por último, queda destacar otro de los papeles fundamentales de la inmobiliaria, la que también estará a cargo de realizar el marketing y la publicidad necesarios para que se pueda realizar rápidamente la operación de venta antes apuntada. En este contexto, se pactará con ella, dependiendo el caso, la modalidad en que aquellos se harán efectivos, pudiendo ser: venta directa a vecinos, publicaciones en suplementos de arquitectura, clasificados o revistas, brochures, etc.

A este punto, ha de resaltarse la característica más importante de este proyecto, ya que, a diferencia de lo que sucede en un caso tradicional de desarrollo inmobiliario, permite no tener que hacer la inversión inicial de compra del inmueble. El desembolso fuerte de capital se realizará recién al momento de comenzar la obra. Por otro lado, mediante este sistema se logrará captar una importante cantidad de propietarios deseosos de vender sus inmuebles, ya que se verán beneficiados al obtener en forma rápida el dinero que esperaban –más su correcta actualización–, sin necesidad de efectuar inversión adicional alguna.

³ Gómez, Mario, “Herramientas financieras para la valuación de inmuebles”, Ed. Benes Raíces, Argentina, 2007, Pág. 33.



Plan operativo y financiero

‘Un peso seguro vale más que uno de riesgo’⁴

El estudio económico-financiero de un proyecto de inversión atiende a contestar al interrogante sobre si conviene o no realizar determinada inversión productiva. Para llegar a una recomendación que sea idónea para la toma de decisiones, ésta deberá ser el resultado de haber considerado los elementos de juicio necesarios para evaluar todos los aspectos de sus posibles consecuencias. Llegamos al estudio económico-financiero luego de llevar a cabo una serie de estudios de factibilidad, sobre los aspectos de mercado, técnicos, legales, administrativos, organizacionales y ambientales, entre otros. La última etapa de la formulación de un proyecto de inversión es el estudio financiero. La importancia de este estudio reside no sólo en ayudar a ver la rentabilidad del proyecto, sino para discernir entre alternativas de acción para estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo de determinado proyecto.

Los estudios de factibilidad económica y financiera, establecen los principios para identificar, medir y valorar los costos y beneficios para toda la vida del proyecto, o para el horizonte de planeamiento adoptado. De esta forma, los resultados podrán ser evaluados aplicando criterios de decisión. Es necesario plantear escenarios probables, (optimista, real, pesimista) los cuales pueden referirse a cuestiones macroeconómicas y a partir de ellas, estudiar su influencia en el emprendimiento. Se ejemplificará en el capítulo VII.

Otras posibles variaciones que podemos tener son las políticas de venta; es decir, si el emprendimiento se realiza por completo y una vez terminado se lanza a la venta o, por el contrario, se hace una preventa, por lo tanto el desarrollo se apalanca con el flujo de dinero que ingresa por esas ventas, o por último, se pueden realizar ventas en etapas, dependiendo de cuándo el “cash flow” (flujo de fondos) así lo requiera. En cuanto a proyectos inmobiliarios que tienen un horizonte de pocos meses, resulta recomendable la desagregación del “cash flow” en períodos mensuales, a fin de ponderar en forma correcta el VAN, la TIR, la máxima exposición, el posible período de recupo –dependiendo de la venta– y la rentabilidad punta a punta. Es habitual en el mercado inmobiliario expresar el “cash flow” en dólares. Sugerimos utilizar dólares corrientes de cada período para facilitar el uso de tasas de descuento mensuales/nominales y calcular una fidedigna máxima exposición del proyecto. Dólares corrientes significa la cantidad de dólares

⁴ Tabakman, Damián, “Desarrollos inmobiliarios exitosos”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006, Pág. 167.

por cobrar o por pagar en cada período haciendo abstracción de criterios de desvalorización por efecto de la inflación americana.

En cuanto al inversionista y sus alternativas de participación en el negocio, se desarrollará en el capítulo siguiente.

Inversiones de revalorización

‘Un peso hoy vale más que uno de mañana’⁵

Dijimos antes que el desarrollador mira objetivos estratégicos, asociados con los resultados económicos del emprendimiento, para lo cual deberá poner el acento en transformar estos objetivos de índole estratégica en indicadores operativos, de fácil lectura, interpretación y cumplimiento por parte del equipo:

1. Captación de la propiedad
2. Capacidad constructiva
3. Precios y condiciones de venta del producto inmobiliario
4. Costos del desarrollo
5. Determinación de la rentabilidad del desarrollo
6. Puesta en marcha
7. Seguimiento y control del desarrollo
8. Marketing y publicidad para su venta

En el caso de evaluar inversiones de revalorización, hay ocasiones en las que el inversor se desprende del inmueble en unos pocos meses y en otras en las que éste permanece en su cartera de inversiones por años. RECICLARQ apunta a que el propietario pueda vender el bien en el menor tiempo posible, y cumpliendo sus expectativas originales.

⁵ Tabakman, Damián, “Desarrollos inmobiliarios exitosos”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006, Pág. 167.

En el cuadro que obra a continuación, se detallan las características esenciales de este negocio y su comparación con aquellos desarrollos inmobiliarios llamados 'tradicionales'.

	Desarrollo inmobiliario tradicional	RECICLARQ
Se busca	Propiedades o lotes para hacer un proyecto nuevo	Propiedades sólo y exclusivamente para RECICLAR y/o REFACCIONAR.
Una vez encontrada la propiedad	Se hace una oferta y se compra o se le oferta al dueño del terreno dinero y m2	Se firma un contrato con el propietario por el valor que tiene la propiedad en el estado que se encuentra, con un incremento porcentual mensual hasta el momento de venta
Factibilidad y proyecto	Se realiza un proyecto acorde al terreno	Se realizan 3 o 4 opciones de proyecto dependiendo el monto de la inversión
Inversionista	Se diseña el negocio económico y financiero	Se diseña el negocio económico y financiero
Inmobiliaria	Se encarga de lanzar el desarrollo inmobiliario y su publicidad	Se encarga de lanzar el desarrollo inmobiliario y su publicidad
Venta	Por lo general, se realizan ventas parciales donde cada actor recibe su porcentaje acordado y la inmobiliaria su comisión de venta	Se realiza la venta donde el propietario recibe lo pactado en el contrato, el inversionista si ganancia, el desarrollista sus honorarios y la inmobiliaria su comisión de venta

VI. Disciplinas y agentes relacionados

Encuadre legal – contratos

En este tipo de emprendimientos ha de tenerse en cuenta que se encuentran involucrados factores tanto de índole personal como real, por lo que deberá buscarse el marco jurídico legal necesario para dar respuesta a todos ellos. Es decir nos encontramos frente a distintas personas que ven comprometidos sus intereses y pretenden obtener una ganancia a través del negocio a llevar a cabo, y de la existencia de un bien inmueble el que se pretende acondicionar para su posterior venta.

Frente a esto, resulta imposible no materializar el desarrollo del emprendimiento sino a través de varios contratos por escrito. En la búsqueda de brindarle ese marco legal, pueden utilizarse figuras ya existentes y/o crear aquéllas que resulten especialmente funcionales al efecto.

En este sentido existirá relación contractual entre RECICLARQ y el propietario; RECICLARQ y la inmobiliaria; y RECICLARQ y el/los posible/s inversionista/s. Finalmente, se celebrará el contrato de venta del bien.

En todo este proceso deberán tenerse siempre presente los intereses de RECICLARQ a fin de evitar que cualquier arrepentimiento del dueño de la cosa o su fallecimiento pudieran ocasionarle pérdidas patrimoniales. Deberán también darse las garantías necesarias al propietario y a los posibles inversionistas para generar en ellos la confianza en el sistema necesaria para que entonces accedan a él.

Puntualmente, y yendo ya a las modalidades que en especial pudieran emplearse ha de partirse de la base que en el derecho privado todo aquello que no está expresamente prohibido está permitido, por lo que las herramientas a emplearse podrán tener como base contratos típicos –con las variaciones pertinentes– y/o atípicos. Dentro de dicho universo, pueden destacarse:

1. Entre el propietario y RECICLARQ

Contrato de locación de obra, cuyo cobro se postergará a la venta efectiva de la cosa, en el que específicamente deberán considerarse las siguientes pautas:

- A. Entrega de la cosa por el propietario a RECICLARQ en el estado en que se encuentra con un derecho retención en garantía del cobro.
- B. Asunción por parte de RECICLARQ –empresario– de la obra con materiales propios.
- C. Mantenimiento de la tenencia de la cosa en poder de RECICLARQ hasta su efectiva venta – en este mismo caso podrá usarse la figura de la venta de cosa ajena conociendo que es ajena -.
- D. Estipular el valor de la cosa al momento de su entrega y la cláusula de actualización de su valor mensual en función del estudio de mercado realizado previamente restándole los gastos de mantenimiento.
- E. Establecer que al momento de la venta del bien el importe del punto D será percibido por el propietario original, mientras que el resto será entregado a RECICLARQ en concepto de pago de los trabajos realizados.
- F. En caso de fallecimiento se establezca que las obligaciones sigan en cabeza de los herederos.
- G. Establecer que en caso que el propietario rescinda el contrato deberá abonar a RECICLARQ el valor total de las obras recicladas más la mejora que en ese bien hubiera provocado y un monto indemnizatorio.
- H. En caso que RECICLARQ no cumpla con las obras proyectadas dentro de un plazo estipulado de tiempo se genere a favor del propietario la posibilidad de rescindir el contrato más una indemnización.
- I. En caso de que no se logre vender la propiedad en un plazo de tiempo pactado, ejercer el derecho de arrendamiento (usufructo del inmueble) por parte de RECICLARQ acordando con el propietario la forma de distribución de esa renta.

2. Entre la inmobiliaria y RECICLARQ

En este caso tendríamos que tener en cuenta si la inmobiliaria actuara solo en la etapa de publicidad y venta del bien (contrato de compraventa) o también como inversionista.

En el primero de los casos se actuara de la forma tradicional.

En el caso de ser inversionista también deberá instrumentarse de que manera entregará el dinero a RECICLARQ y la manera que esta empresa se lo reembolsará y con qué ganancia.

3. Entre inversionista y RECICLARQ

Este caso se asemeja al anterior, pudiendo partirse desde un contrato de mutuo oneroso hasta figuras más complejas.

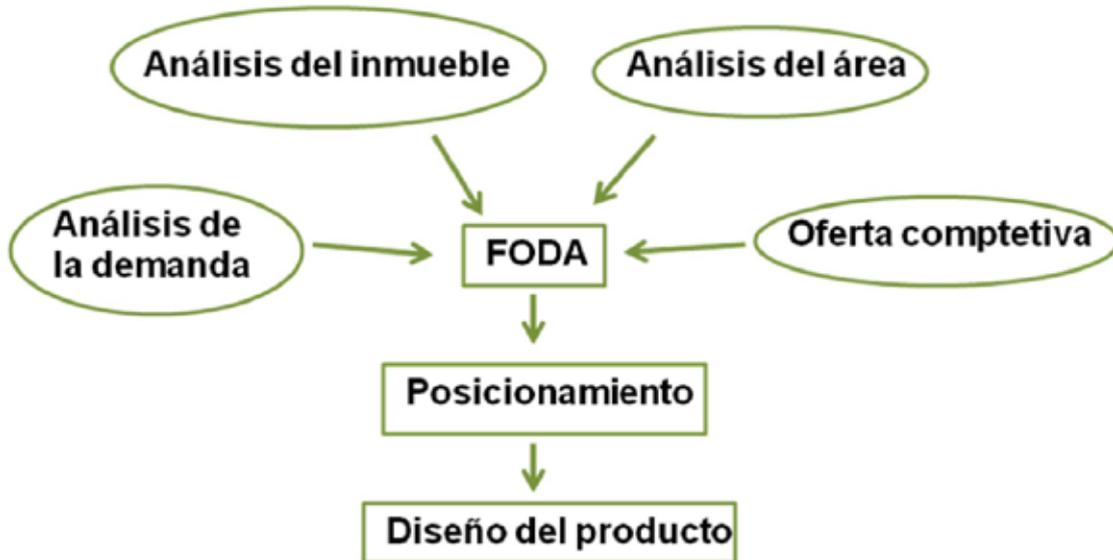
Se creará una forma estándar de cada uno de estos tipos contractuales para ser usados por RECICLARQ para ser usados según cada caso en particular.

Marketing y publicidad - inmobiliaria

La inmobiliaria juega un papel casi fundamental, ya que es la que va a determinar lo que la demanda requiere en la zona a desarrollar, y eso pautará los lineamientos de la refacción a realizar. El objetivo será, entonces brindar una especie de hoja de ruta del contenido que necesariamente debería ser cubierto desde la perspectiva del desarrollador como usuario de tal estudio, así como ofrecer de una manera organizada y coordinada una explicación de las tareas a realizar para poder efectuar un adecuado estudio de factibilidad del proyecto que se plantea llevar adelante.

La primera fase del estudio de mercado debe concentrarse en el análisis de tres aspectos: el análisis del área de influencia en donde se inserta el proyecto, el análisis de las características de la demanda previsible y el estudio de la oferta competitiva para el proyecto.

Si bien se plantean como tres temas conceptualmente diferentes, están muy relacionados entre sí, de hecho, la detección de oportunidades de negocio y la construcción de un mapa competitivo dependerán del mix de información que se haya conseguido a partir del análisis de esos tres factores. También es necesario formular un FODA, donde todas estas características se ven de forma clara y precisa en forma de punteo.



En cuanto corresponde al marketing creemos que es estos casos donde el posible comprador ya fue analizado previamente, se debe utilizar un marketing dirigido utilizando diversos canales de comunicación como por ejemplo revistas inmobiliarias de la zona, avisos en diarios en la sección clasificados o arquitectura, mediante mails, etc. En algunos casos, cuando el usuario es casi puntual se le puede realizar una visita de venta directa (se ejemplificará en el capítulo VII).

En cuanto a la marca que se está tratando de instalar: RECICLARQ, el objetivo sería lograr que en la mente del potencial consumidor, los mensajes publicitarios de los diferentes medios y los diversos enfoques promocionales se conviertan en parte de un mensaje único acerca de la compañía. Si hay conflicto entre los mensajes de las distintas fuentes, el resultado puede ser una imagen confusa de la empresa o de sus posiciones de marca.

‘Las comunicaciones integradas de marketing implican identificar al público meta y desarrollar un programa promocional bien coordinado para despertar en él la respuesta deseada.’⁶

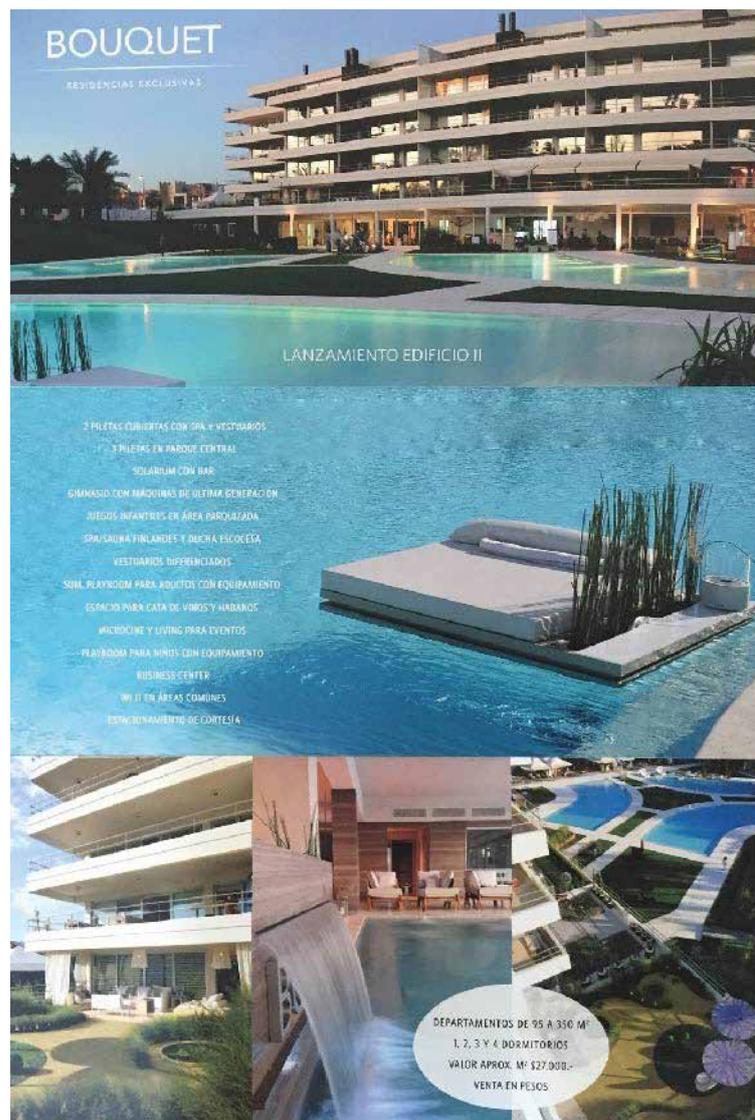
Los mensajes deben ser congruentes claros y atractivos de la compañía y del producto.



⁶ Kotler, Philip – Armstrong, Gary, “Fundamentos del Marketing”, Ed. Pearson Education, México, 2005, Pág. 474.

En cuanto a la publicidad y cuando el proyecto lo amerite, se pueden diseñar brochures para que el potencial comprador pueda entender de forma clara y precisa lo que se le está ofreciendo. El mismo puede contener desde renders, hasta planos con una breve reseña donde se expliquen las características del desarrollo, donde le simplifique comprender al posible comprador lo que se le está ofreciendo. Se le podrá incluir una descripción de cómo opera la empresa desarrollista, información que al interesado pueda captarle su atención y así poder transformarlo en un nuevo cliente, ya sea porque esté interesado en la compra del inmueble a promocionar o quizá sea el dueño de una propiedad que necesite de los servicios ofrecidos por RECICLARQ. De una manera u otra es fundamental, como se ha mencionado en párrafos anteriores, que el mensaje de la empresa sea claro, explícito y en todo momento coherente.

Se citará de ejemplo un brochure de Ooppel Inmobiliaria y arquitectura de un proyecto ubicado en Pilar:



Resulta esencial dentro de las funciones de la inmobiliaria en su accionar que al momento de la venta de la propiedad reúna a todos los actores involucrados –en especial a los representantes de RECICLARQ y las partes compradoras y vendedoras del inmueble– en un mismo lugar y ocasión para evitar que al percibir el pago de la venta el propietario original intente evadir el pago a RECICLARQ de lo que le correspondiere.

Inversor externo

En el modelo que planteamos la inversión de capital para la refacción puede provenir de varios actores: de mismo dueño del inmueble, de la inmobiliaria que lo promociona y vende, del grupo desarrollista o de un tercero o socio capitalista.

Como mencionamos anteriormente, la tendencia marca que los inversores capitalistas se están volcando cada vez más hacia el mercado inmobiliario, incentivando de manera significativa este rubro. Este hecho nos lleva necesariamente a otorgarles la relevancia que se merecen en tanto agentes que posibilitan la concreción de proyectos en este negocio. En efecto, en la Argentina, a diferencia de lo que sucede en el resto del mundo, el sector inmobiliario es financiado y motorizado por los inversores, que sustituyen en gran medida el crédito bancario. Sin ellos, la actividad no sería posible, o bien deberíamos recurrir al sistema financiero como sustituto.

‘Cuidemos a nuestros inversores que son la base y el sentido de nuestra actividad.’⁷

De acuerdo con el proceso que normalmente siguen los desarrollos inmobiliarios, los primeros emprendimientos se financian generalmente con fondos propios y luego se recurre al círculo cercano de inversores, que en la jerga se denomina ‘F&F’ (family and friends) de la expresión inglesa, familia y amigos. Luego, como consecuencia de la difusión boca-oído entre los inversores que tuvieron experiencia exitosa y sus conocidos, se amplían la provisión de fondeo. A toda red asociativa hay que darle cobertura jurídica. Sobre todo a medida que se va profesionalizando el negocio y se aspira a formalizar las estructuras para estar preparados a un mayor acceso al mercado de capitales.

En el caso de inversión de capitales en RECICLARQ se podrán instaurar dos maneras:

- A. El capital se tomará como si fuera un préstamo privado tradicional donde se pautará una tasa de interés, que rondará desde un 8% hasta un 12% anual en dólares. Se firmará un contrato de mutuo como es de costumbre pero con la diferencia que, como mencionamos en los párrafos anteriores, el inversionista tendrá que provenir de ese círculo íntimo, ya que en el caso del modelo que estamos presentando, no hay posibilidad de garantía de hipoteca –ya que el inmueble en cuestión está a nombre de otra persona– sólo quedaría una garantía el crédito emergente a obtener con la venta del inmueble.
- B. El inversionista recibirá un porcentaje previamente estipulado de la ganancia del negocio global que estará entre un 15% a un 20% -valores más altos que el de la opción anterior- ya que se considera un negocio de riesgo en cuanto al tiempo de venta, donde el socio capitalista pueda volver reunirse nuevamente con su inversión más su ganancia.
También se le puede ofrecer la alternativa que su ganancia se materialice en metros cuadrados dependiendo de que el proyecto así lo permita, por ejemplo en el caso que vamos a presentar a continuación esto sería aplicable, ya que se dividirá una casona de 570 m² en el barrio de Belgrano en 4, 6 u 8 departamentos, dependiendo el modelo que sea conveniente.

⁷ Tabakman, Damián, “Desarrollos inmobiliarios exitosos”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006, Pág. 132.

VII. Implementación del modelo - ejemplo: Olleros esq. 11 de septiembre



En este ejemplo vamos a poder ver con más claridad todo lo explicado ut supra. En este caso se ha seleccionado es un caso real de una casona en el preciado barrio de Belgrano, en la esquina de Olleros y 11 de Septiembre, una ubicación Premium dentro del área. Las añosas arboledas, lo pintoresco de su paisaje, su arquitectura, sus cafecitos “coquetos”, hacen de esta zona una inmejorable opción de inversión.

La casa pertenece a una familia de mi amistad, en la cual vivieron por muchos años, hasta que los propietarios originales por diversas razones se tuvieron que mudar, dejando la casa vacía. Por lo tanto, sus tres herederas se encontraron con 546 m2 construidos, para los cuales tienen que afrontar gastos en cuanto a impuestos y servicios, sin dejar de mencionar el mantenimiento que requiere una casa de esta antigüedad. Por otro lado, cabe destacar que la casa se encuentra en una zona residencial de Belgrano, donde el código de construcción no permite demoler la fachada, ni agregar un m2 más de lo que está construido existente. Es por esto, que por más que es una propiedad valiosísima, ya sea por su ubicación y su arquitectura, es difícil encontrar un usuario comprador, ya que el cliente que busca este tipo de comodidades no va a desembolsar la cantidad de dinero que está valuado este inmueble para no tener comodidades básicas para el target de estas características, por ejemplo no tener ni jardín, ni piscina.

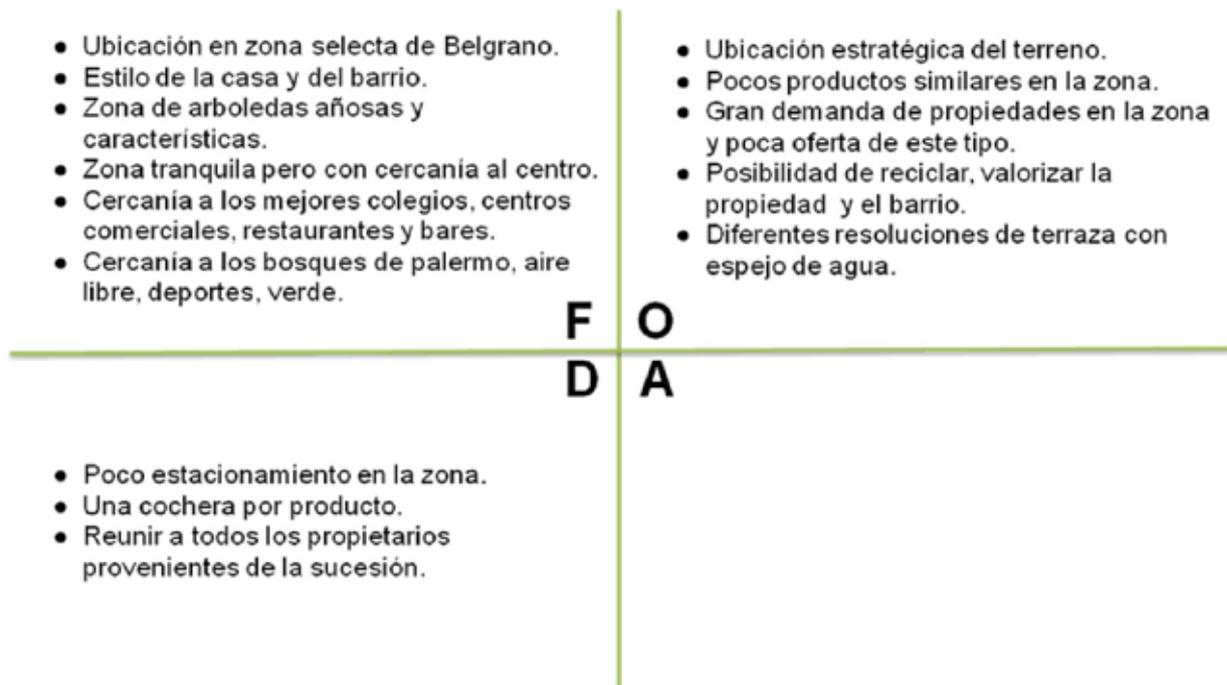
Es ahí donde surge el negocio, proponerles a los propietarios un cambio de usos mediante una refacción para que pueda transformarse departamentos o dúplex con un pequeño jardín, cocheras y aprovechar la gran terraza para incluir piscina, livings y un SUM. Todo esto sin cambiar la estética de la fachada. Es decir actualizarle su función para cumpla con lo que requiere la demanda del mercado inmobiliario hoy.

Esto le permitirá a los propietarios reunirse con el valor de su propiedad en un rápido lapso de tiempo.

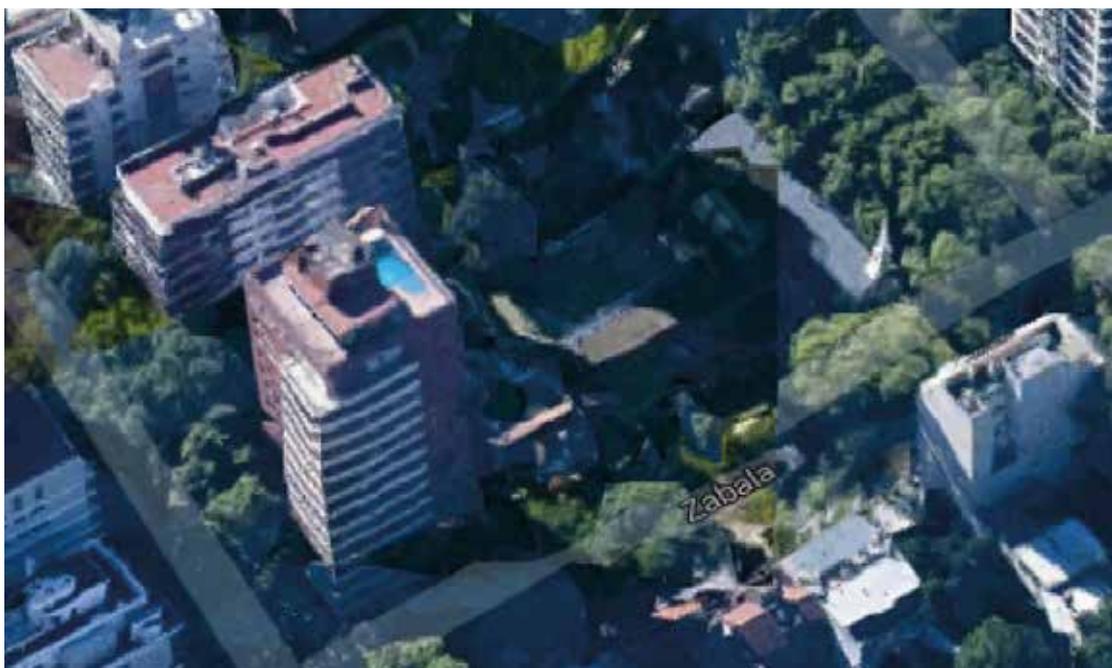


La casa, Olleros y 11 de septiembre, Belgrano, CABA.

Para poder analizar el negocio, como se mencionó en los capítulos anteriores, es necesario realizar un estudio del FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).



En el caso de este producto tan específico, nos volcamos a pensar, quienes podrían ser nuestros posibles compradores, y nos inclinamos por realizar un producto para un target de usuario específico. Por ejemplo podría ser el vecino del barrio de Belgrano de toda la vida, quien quiere vivir con las mismas comodidades que en su casa o departamento donde transcurrió el mayor tiempo de su historia; que dadas las circunstancias de la vida, quizá al día de hoy, sus hijos se fueron a vivir solos y le quedan esos metros cuadrados de más –no aprovechables– en su vivienda. Se considera ésta una opción ideal para este clase de posibles clientes, quienes quieren vivir en el mismo área pero con metros cuadrados exclusivos y diseñados a medida.



Edificios de categoría ubicados en la zona – posible usuario y comprador del proyecto

Análisis del entorno inmediato

Se analizaron las opciones similares en un entorno cercano a la ubicación del inmueble.

- Arribeños y Zabala
Edificio Premium en Belgrano, único compuesto de solo 3 departamentos loft de 176 m2 cubiertos y 193 m2 totales. Cada unidad en alquiler cuenta con un gran living/comedor integrado y terraza privada con parrilla. Cocina equipada. Dos baños, uno con Jacuzzi, gran suite con vestidor. Todos tienen vista a las copas de los árboles de Arribeños. Living en doble altura (duplex) dormitorio, baño completo y vestidor. Amoblados modernos, 2 cocheras (cubierta y descubierta.) Servicio de mucama una vez por semana. También cuentan con Internet Wi fi, Direct tv. Pantalla LCD. Home Theater. DVD. Estilo moderno de vanguardia.



Fotos de Arribeños y Zabala

- 11 de septiembre y Teodoro García
Dúplex en venta o alquiler a estrenar con terraza propia y jardín. Superficie cubierta 90 m2, superficie total 270 m2. Precio por m2 u\$s 5.500 venta.



Fotos de 11 de septiembre y Teodoro García.

- Figueroa Alcorta y Manuel Obarrio – frente a estación de servicio Shell
Casona antigua convertida en departamentos, similar a caso que se está presentando.



Fotos de Alcorta y Obarrio.

Planilla comparativa de referencia de precios

UNIDADES EN VENTA

A ESTRENAR

DIRECCIÓN	Nº Coch	m²	U\$D	\$/m²	Baños	ANTIG.	Tipo
R.Arabe Siria 3000	1	90	\$440.000	\$4.889	2	0	Palacio Bellini
Olleros 1700	1	106	\$430.000	\$4.057	3	0	Proy MRA+A
Salguero 2900	1	90	\$360.000	\$4.000	3	0	Palacio Bonaire
J. Hernández 1400	1	101	\$303.000	\$3.000	2	0	Zona Parque al N
O. y Gasset 1900	1	110	\$625.000	\$5.682	3	0	Quartier Polo
PROMEDIO	1	99	\$431.600	\$4.325		0	

USADAS

DIRECCIÓN	Nº Coch	m²	U\$D	\$/m²	Baños	ANTIG.	Tipo
S.M. de Tour	2	91	\$510.000	\$5.604	1	8	Condominio
T.García 1900	1	111	\$340.000	\$3.063	2	35	Torre-Reciclado
Miguelotes 1100	1	110	\$320.000	\$2.909	2	40	BconTza-Reciclado
11 de Sept. 1800	1	109	\$320.000	\$2.936	3	20	Reciclado
Maure 1500	1	129	\$430.000	\$3.333	2	6	Piso
PROMEDIO	1	110	\$384.000	\$3.569	2	22	

UNIDADES EN ALQUILER Dólar a \$15

A ESTRENAR

DIRECCIÓN	Nº Coch	m²	U\$D	\$/m²/mes	Baños	ANTIG.	Tipo
Paraguay 4700	1	110	\$2.550	\$23	3	0	Balcon Terraza
Miguelotes 600	1	200	\$1.450	\$15	3	0	Cañitas-Amenities
La Pampa 800	1	110	\$1.500	\$14	3	0	Frente al Parque
Oy Gasset 1900	1	76	\$1.150	\$15	2	0	Quartier Polo
PROMEDIO	1	99	\$1.663	\$17	3	0	

USADAS

DIRECCIÓN	Nº Coch	m²	U\$D	\$/m²/mes	Baños	ANTIG.	Tipo
Gorostiaga 2000	2	139	\$3.500	\$25	3	4	Zona Embajadas
Huergo 300	1	120	\$1.800	\$15	3	8	Amoblado
Olleros 2300	1	90	\$1.000	\$11	2	30	Torre - Alto
PROMEDIO	1	116	\$2.100	\$17	3	14	

Opciones de reforma

Con toda la información recaudada se realizan cuatro croquis preliminares de las diferentes opciones de reforma, se detallarán en cada una de ellas sus características principales y sus metrajés.

En todos los casos se respetarán los metros cuadrados existentes ya que el FOT es 1:1 y su fachada original.

- Opción 1
4 dúplex de 136 m²
Jardín y terraza privada
Circulación vertical dentro de cada unidad
Planta libre para equipar por el nuevo propietario (baños y cocinas a elección)
Cocheras en Planta Baja



PB
414 m² de terreno
546 m² de construídas



PA

PT

- Opción 2
4 departamentos de 91 m²
Jardín en PB, terraza de 182 m², SUM y pileta de uso compartido
Ascensor y escalera de uso común
Cocheras y laundry en subsuelo



PB
414 m² de terreno
546 m² de construídos



PA



PT

- Opción 3
6 departamentos de 61 m²
Jardín en PB, terraza de 182 m², SUM y pileta de uso compartido
Ascensor y escalera de uso común
Cocheras y laundry en subsuelo



- Opción 4
8 departamentos de 46 m² con posibilidad de unificar dos unidades
Jardín en PB, terraza de 182 m², SUM y pileta de uso compartido
Ascensor y escalera de uso común
Cocheras y laundry en subsuelo



PA

PT

Opciones de reciclajes

Teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Edificio de Patrimonio histórico en el barrio de Belgrano reciclado para vivir en el presente tecnológico.
- Exclusivos departamentos de 61/120 metros cuadrados con terrazas propias o comunes y espejo/s de agua.
- Habitaciones en suite, cocina, comedor, living room, toilette de recepción, garaje, entre otras características.
- Salón de usos múltiples con parrilla.
- Alta calidad constructiva.
- Utilización de materiales nobles como la madera, el mármol y porcelanato.
- Máximo equipamiento tecnológico pensado para el confort, el servicio, la seguridad y entretenimiento.



Análisis estático

ANALISIS ESTATICO	OPCION 1	OPCION 2	OPCION 3	OPCION 4
Dimension del terreno	20,31 x 20,39	20,31 x 20,39	20,31 x 20,39	20,31 x 20,39
Superficie	414	414	414	414
FOT	1,0	1,0	1,0	1,0
Altura max	9	9	9	9
Incidencia (USD/m ²)	\$1.932	\$1.932	\$1.932	\$1.932
Precio Terreno (USD)	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000
METRAJE DEL EDIFICIO				
Metros vendibles	546	546	546	546
Metros a reciclar viviendas	546	546	546	546
Metros Amenities		182	182	182
Metros unidades	546	364	364	364
Metros jardines privados	85	85	85	85
Metros comunes	146	146	146	146
Cantidad de unidades	4	4	6	8
Cantidad de cocheras	4	4	4	4
Cocheras en subsuelo metros a construir		180	180	180
COSTOS				
Precio reciclaje viviendas (USD/m ²)	\$ 700	\$ 1.200	\$ 1.300	\$ 1.400
Precio cocheras en subsuelo		\$ 750	\$ 750	\$ 750
Costo total obra	\$ 382.200	\$ 790.200	\$ 844.800	\$ 899.400
COSTO TOTAL INVERSIÓN	\$ 1.182.200	\$ 1.590.200	\$ 1.644.800	\$ 1.699.400

RENTABILIDAD POR VENTA	OPCION 1	OPCION 2	OPCION 3	OPCION 4
Rentabilidades posibles	30%	30%	30%	30%
Rentabilidad	\$ 354.660	\$ 477.060	\$ 493.440	\$ 509.820
Precio venta total bloque entero	\$ 1.536.860	\$ 2.067.260	\$ 2.138.240	\$ 2.209.220
Precio venta total por unidad	\$ 384.215	\$ 516.815	\$ 356.373	\$ 276.153
PRECIO VENTA POR METRO	\$ 2.815	\$ 3.706	\$ 3.916	\$ 4.046

RENDA EN BLOQUE Y UNIDAD	OPCION 1	OPCION 2	OPCION 3	OPCION 4
Rentabilidades posibles	4%	4%	4%	4%
ANUAL BLOQUE ENTERO USD	\$61.474	\$82.690	\$85.530	\$88.369
ANUAL POR UNIDAD USD	\$15.368.60	\$20.672.60	\$14.254.93	\$11.046.10
RENDA MENSUAL USD	\$1.280.72	\$1.722.72	\$1.187.91	\$920.51
RENDA MENSUAL PESOS	\$19.210,75	\$25.840,75	\$17.818,67	\$13.807,63

Propuesta del negocio a los propietarios

- **REICLADA EN DEPARTAMENTOS A MEDIDA CON AMENITIES:**
 - Piscina
 - SUM
 - Terrazas verdes comunes y privadas
 - Cocheras
 - Patios diseñados comunes y privados
- **OBRA:**
 - Se realiza con la preventa
 - Capital externo
 - Opción completa
 - Opción m2 económicos (diseño a medida)
- **DESARROLLISTAS:**
 - Se cobra honorarios por proyecto, administración y coordinación
 - 15% por reciclaje
 - 2% por venta
 - 10% desarrollo

DATOS:

- Costo cochera u\$s 750 m2
- Venta u\$s 30.000
- Costo remodelación total u\$s 1.300 m2
- Venta u\$s 4.500 m2
- Costo remodelación parcial u\$s 600 m2
- Venta u\$s 2.800 m2

Como se puede observar en el análisis del negocio hay diferentes propuestas que puedan captar la atención del propietario o posible cliente. Le ofrecemos 4 diferentes alternativas de refacción de la propiedad con sus 4 posibles escenarios económicos.

Se considera que la opción número 4 es la mas conveniente, aparte de ser de la que mayor ganancia se obtiene (u\$s 1.700.000) con un valor de precio metro cuadrado de (u\$s 4.050), el cual es altamente competitivo, como se pudo comparar en *la planilla comparativa de referencia de precios en la zona*, es la que resulta más accesible a cualquier persona interesada. Al ser departamentos de 50 m2 aproximadamente, el "ticket" resulta de menor valor que en los casos anteriores, (u\$s 210.000 aprox.) mas la compra de las cocheras opcionales. Por otro lado a esta alternativa se le puede agregar 4 cocheras mas en planta baja, por lo tanto quedarían 8 cocheras vendibles.

Según el estudio de mercado realizado en la zona, los departamentos de estos acotados metrajes son una muy buena opción a la hora de alquilarlos temporalmente a extranjeros, dejan una gran ganancia en un período corto de tiempo.

Por otro lado es una área donde mucha gente del interior busca departamentos bien ubicados para alquilar o comprar, donde luego se alojaran sus hijos para estudiar sus carreras universitarias.

Por todos estos motivos mencionados se tratará de persuadir al propietario que contratar a RECICLARQ es la mejor opción y solución que puede tener para volver a encontrarse con el dinero deseado por su propiedad en un lapso corto de tiempo.

VIII. Conclusiones

Según el análisis realizado en el desarrollo de esta tesis, es factible que se hayan omitido, inconscientemente o por desconocimiento, muchos elementos de análisis, tanto operativos como financieros que puedan modificar los resultados presentados.

Lo que refleja la investigación realizada, es que existe y existirá una gran cantidad de personas con necesidad o posibilidad de contratar el servicio que brinda RECICLARQ. Lo que les facilitará vender su propiedad en estado de deterioro o desactualizada de una manera rápida, sin la necesidad de hacer un desembolso de dinero adicional.

Este trabajo tiene como finalidad última y principal, a través del desarrollo de un plan de negocios, darle al lector la información real, confiable y específica para que pueda entender cómo se desarrolla el modelo que se plantea.

RECICLARQ trabajará para que el cliente pueda vender su propiedad a un precio pactado, con una actualización del valor mensual, en el menor tiempo posible, y sobre todo, convencido de que esa fue la mejor elección que pudo haber realizado y que nadie más pudo habérsela ofrecido.

Dos puntos a tener en cuenta:

- A. Los temas que pudieron ser investigados más profundamente
Uno de los puntos que pudo haberse ampliado un poco más en esta tesis es el marco legal para vincular los diferentes actores. Como hemos visto en el capítulo VI es fundamental encontrar un marco legal apropiado para este tipo de negocios. Se formulará un contrato “no tradicional” con cláusulas específicas para poder respaldar tanto al propietario como a la empresa.
- B. Los caminos que se exploraron pero fueron desechados
Se evaluó en un momento, realizar el mismo negocio pero que la propiedad tuviese como destino su alquiler pero se llegó a la conclusión que eso no era el negocio principal que se estaba tratando de plantear. Así también que la inversión sea del propietario original en estos casos, el cual descartamos ya que eso sería mediante un contrato ordinario de locación de obra para refacción y cualquier estudio de arquitectura podría encargarse de esa clase de obra.

En relación con el proyecto presentado puede decirse que encausamos todos los posibles caminos, para concretar un solo modelo de negocio, claro y conciso; donde las pautas a seguir sean convenientes para todos los actores intervinientes.

En cuanto a la hipótesis formulada en la introducción, se podría decir que mediante el desarrollo de la tesis queda comprobada la factibilidad de la misma, más allá que se irá verificando y reafirmando cada vez que se realice un proyecto de estas características con su satisfactoria venta posterior.

Es de mi interés personal redondear las ideas presentadas haciendo referencia a lo que, en mi opinión, son las claves del éxito y nunca pueden faltar en un emprendimiento profesional, sea el que fuere, pero en este caso en particular lo aplicaré a RECICLARQ:

- Trabajo duro, focalización y dedicación
- Atender a la demanda del mercado para la producción y/o servicios ofrecidos
- Gerencia competente
- Fuertes sistemas de control
- Capitalización suficiente
- Suerte

IX. Bibliografía

Libros

- Abath, Enrique L – Rocca, Ivan “Contratos inmobiliarios del nuevo código civil”, Ed. Abacacía, Argentina, 2015.
- Abatti, Rocca, “1.500 modelos de contratos, clausulas e instrumentos V”, Ed. Abacacía, Argentina 1994.
- Abatti, Rocca, “1.500 modelos de contratos, clausulas e instrumentos I”, Ed. Abacacía, Argentina 1992.
- Gómez, Mario, “Herramientas financieras para la evaluación de inmuebles”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2007.
- Guinn Thomas, Chris T. Allen, “Publicidad y comunicación integral de la marca”, Ed. Iberoamericana, Colombia, 2003.
- Kotler, Philip - Armstrong, Gary, “Fundamentos del marketing 6e”, Ed. Pearson Education, México, 2005.
- Lambin, Jean Jacques, “Marketing estratégico”, Ed. Mc Graw Hill, Madrid, 2005.
- Mc Daniel, Lamb, Hair, “Marketing”, Ed. International Thomson, México, 2013.
- Rapp, Stan , Collins Thomas L., ‘El Nuevo maxi-marketing’, Ed. Interamericana, México, 1996.
- Tabakman, Damián, “Desarrollos inmobiliarios exitosos”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006.
- Tabakman, Damián, “De arquitecto a desarrollista”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2009.
- Tisocco David, Gómez Mario, “Evaluación de proyectos inmobiliarios”, Bienes Raíces, Ed. Bre, Argentina, 2006.

Revistas

- Arquitectos Argentinos, “92 Fachadas para elegir”, Ed. Tomkinson y Asociados SRL, Argentina, 2014.
- Arquitectura Clarín, “Arquitectura Siglo XXI”, Ed. Clarín, Argentina, 2003.
- Living, “Reciclados & renovaciones”, Ed. La Nación, Argentina, 2015.
- Para ti Deco, “Metros rendidores”, Ed. Televisa SA., Argentina, 2010.
- Para ti Deco, “16 cocinas con charme”, Ed. Televisa SA., Argentina, 2010.

Bibliografía de Internet

- www.argenprop.com
- www.arquitectura.com
- www.cnnexpasion.com
- www.soloduenos.com
- www.summamas.com
- www.zonaprop.com

X. Anexos

- **Artículo - CNN en español**

<http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2011/09/16/conviene-comprar-casa-para-remodelar>

¿Conviene comprar casa para remodelarla?

Si gastas más del 30% del valor de la propiedad corres el riesgo de enfrentar pérdidas al venderla; cuando realizas cambios en la estructura es necesario que profesionales te asesoren.

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión) — En la búsqueda de tu casa ideal puedes encontrar alguna propiedad que, si bien no está en mal estado, requiere ajustes para convertirte en lo que siempre quisiste que fuera tu hogar, sin embargo, antes de tomar la decisión de comprar una casa o departamento para remodelarlo es necesario que tengas en mente los siguientes consejos de los expertos.

1. Haz cuentas. Si una remodelación implicará un gasto de más de 30% del valor de la propiedad, cometerás un grave error financiero. De acuerdo con los cálculos de Coldwell Banker, invertir más de un tercio de lo que te costará la propiedad elevará el valor y la sacará de mercado, esto es un riesgo grande porque si quieres venderla el proceso será largo o deberás bajar el precio, lo cual implica pérdidas.

“La gente no compra una casa pensando en venderla pronto pero es un activo del que se puede echar mano. Si hay la necesidad de venderla, el haber invertido demasiado en remodelación puede implicar una pérdida considerable”, señala Sandra Hendrix, directora comercial de la consultoría inmobiliaria.

2. Asegúrate de poder hacer los cambios. En algunos condominios y edificios antiguos existe una disposición conocida como Restricción de Fachada, es decir, debes respetar la apariencia exterior de la propiedad y algunos detalles como herrajes y puertas originales de madera. Esto puede convertirse en un problema si alguna puerta o ventana presenta podreduras, pues el proceso para cambiarla será muy complicado.

3. No te lances a ciegas. Aún si la casa te gusta mucho, es necesario realizar un avalúo para determinar el costo de la remodelación, este presupuesto debe quedar delimitado antes de que hagas la compra.

De acuerdo con el portal Finanzas Prácticas de Visa, debes incluir una partida de entre 5 y 10% del total del costo de la remodelación para posibles imprevistos como: material adicional o algún accidente al perforar muros. Una vez que tengas una idea de cuánto costará dejar la casa como tú la quieres, será más fácil tomar una decisión acertada de compra.

4. Pide ayuda. Si sólo vas a pintar y a cambiar azulejos del baño o la cocina es probable que no tengas problemas al contratar a una persona que pueda hacerlo; sin embargo, si tu remodelación implica construir otra habitación o echar abajo un muro, el no contar con asesoría profesional puede causar incluso un daño estructural a la propiedad.

“Hay muros que sostienen una parte considerable del peso de la casa, se llaman muros de carga y no pueden tirarse por ningún motivo, si no tienes la opinión de un arquitecto, corres el riesgo de causar un daño irreparable o de que te cancelen la obra si no sabes los requerimientos, para (por ejemplo) construir una habitación en la parte superior”, advierte Sandra Hendrix.

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) recomienda que cuando ocupes los servicios de una firma contratista solicites un calendario de las obras que realizarán en tu casa; el cuál especifique los materiales que utilizarán y para qué sirve cada uno.

Además, recuerda solicitar facturas y garantías de los aditamentos que puedan tener algún defecto, eso te dará una protección en caso de que surjan problemas.

5. Evalúa los financiamientos. Si ya vives en tu nueva casa y no utilizaste tu crédito Infonavit y recuerda que el Instituto puede otorgarte un financiamiento para remodelaciones hasta por 43,280 pesos como parte del programa ‘Renueva tu hogar’. Puedes consultar la información particular para tu cuenta en el sitio web del organismo.

- **Artículo – Rankia Argentina**

<http://www.rankia.com.ar/blog/subastas-judiciales/548268-consejos-para-vender-casas>

Consejos para vender casas

Hace un par de semanas Idealista publicó sus 10 consejos para vender una casa y me ha parecido una buena idea aportar yo mis propios consejos, alguno del los cuales coinciden con los suyos. Merece la pena tenerlos en cuenta si los malos pronósticos se cumplen. Cualquier ayuda nos puede venir bien para vender mejor.

1- Tener el precio más barato de la zona

Se supone que soy subastero y que, por tanto, he comprado a un buen precio. Si quiero vender rápido mi precio debe ser al menos un 5% más barato que el siguiente precio más barato. Así me garantizo que todos los potenciales compradores me llamarán a mí primero. Además no es bueno ponerse “dead lines” en la negociación del precio, para evitar vender al cabo de uno o dos años a un precio que ya te habían ofrecido desde el principio.

2- Poner la vivienda en portales inmobiliarios

Tal como dicen los de Idealista, el desplome del mercado ha provocado una migración masiva de la demanda a la red. Es importante anunciarse en todos los sitios en que nos lo permitan hacerlo gratis y dar todos los detalles (imágenes, planos, vídeos, etc.) que nos permita el portal.

3- Contactar con varias agencias inmobiliarias

Principalmente de la zona, pero también es interesante contactar con agencias más generales. Yo gestiono la venta de mis propiedades por mi cuenta, pero no por ello me permito el lujo de rechazar la ayuda externa. A veces soy yo quien consigue la venta y me ahorro pagar la comisión y a veces la consigue la inmobiliaria y les pago la comisión de mil amores. No hay dinero que pague con mayor felicidad que ese.

Y otra cosa, lejos de mi intención el dejar de pagar una comisión a la inmobiliaria que se la ha ganado legítimamente con su esfuerzo y su saber hacer. Nunca me ha importado perder ventas por rechazar al típico comprador listillo que pretende saltarse a la inmobiliaria que le ha enseñado el piso antes que yo. En una ocasión incluso le tuve que afear la conducta a un cura que quiso pasarse de listo sin darse cuenta (o dándose la) que saltarse una comisión es lo mismo que robarla.

4- Evitar a toda costa la guerra de carteles

En las casas que tengo a la venta el único cartel expuesto es el mío. Eso sí, las inmobiliarias tienen mi permiso para quitarlo antes de visitar la casa con sus clientes y luego volverlo a poner. Un caso extremo de guerra de carteles sería el de la imagen que adorna este post, cuya venta no transmite seriedad. Otra cosa curiosa son esos carteles en los que el propietario ha escrito el típico “se vende” y su teléfono con un rotulador o a brochazos y luego ha colgado el cartel en un cuarto piso de forma que hay que usar prismáticos para verlo. Yo siempre denosté esos carteles y me preguntaba si los paletos que los usaban conseguirían vender algo, pero el pasado julio me tomé unas cervezas con Fran del blog Propietarios de terrenos y con McFioso del blog Mafia Inmobiliaria y me explicaron que muy al contrario de lo que yo pensaba, esos carteles cutres son un prodigio del marketing inmobiliario. Algo así como cuando el gitano que vende fruta al pie de las carreteras pone en su cartel “ai melone i sandias” y todo el mundo para y le compra pensando que la calidad y los precios van a ser un chollo. Pienso probarlo en cuanto pueda.

5- Pequeñas reparaciones y pintura

No es necesario realizar una gran inversión. Por ejemplo un suelo nuevo de madera o una cocina de última generación gustarán a los potenciales compradores, pero no querrán ni oír hablar de que eso les suponga pagar un precio más alto. La inversión debe ir dirigida exclusivamente a reparar pequeños desperfectos como humedades, goteras, baldosas rotas o parquet deteriorado.

Además, pintar la casa (naturalmente de blanco que da mayor sensación de amplitud y de limpieza) no es caro y da muy buena impresión.

6- Preparar la casa para ser enseñada

Una casa entra por los ojos. Hay que hacer una limpieza a fondo, profundizando en los baños y en la cocina, que son los espacios más delicados. A la hora de enseñarla hay que haber abierto las ventanas para que esté bien ventilada y para que entre la luz del día. Si ya hay poca luz o si la casa es oscura hay que tener encendidas todas las luces. Los espacios encerrados, oscuros y poco ventilados no son nada atractivos.

Si la casa está siendo habitada es importante que no haya ruidos en el momento de enseñarla (televisiones o radios), que no haya mascotas molestando entre las piernas del visitante y que haya el máximo de espacios libres, habiendo retirado el exceso de muebles que convierten las visitas a la casa en un verdadero martirio. En general las casas demasiosas recargadas agobian a los potenciales compradores y parecen menos espaciosas. Lo ideal sería que los habitantes de la casa no estuvieran presentes para evitar que los visitantes sientan que les están invadiendo la intimidad.

7- No hay que enseñar una casa antes de que esté lista

Nunca se tiene una segunda oportunidad de causar una buena primera impresión. A este respecto suelo ser muy tajante y doy largas sin contemplaciones a los clientes ansiosos que quieren ver la casa simultáneamente a mi obtención de las llaves. No sería el primero a quien se le viene abajo una venta casi segura porque el cliente superinteresado la vé recién obtenidas las llaves, cuando aún está sucia y con las huellas frescas del anterior ocupante. La casa se puede ver cuando se pueda ver y no antes.

8- Evitar siempre mezclar churras con merinas

Las casas se enseñan de uno en uno. No está mal que los potenciales clientes se vean de lejos para que sientan que la casa también es deseada por otras personas, pero hay que impedir a toda costa que la vean a la vez porque cuatro ojos ven más que dos y los defectos que no vea uno los verá el otro y viceversa, y se los contarán uno al otro de manera que al final de la visita no habrá quedado defecto sin ser señalado y conocido por ambos.

9- Preparar una carpeta de venta

Esta idea la he copiado directamente de idealista porque me ha parecido muy interesante. La carpeta debe incluir todos los documentos importantes como una nota simple del Registro que acredite que la vivienda es nuestra y que no tiene cargas, el último recibo de IBI, un certificado de que estamos al día con la Comunidad de Propietarios, planos y todo lo que pueda ser interesante.

10- No aceptar señales ridículas

Antes que aceptar una señal de solo dos mil euros prefiero dejarlo correr. El argumento es muy sencillo: *“Muy bien, entiendo que no te quieras arriesgar a que el banco no te conceda la hipoteca y tengas que perder el dinero, pero entonces yo, aunque acepto el acuerdo de venta contigo, prefiero continuar ofreciéndolo, no vaya a ser que en este par de meses que vas a tardar en decirme que el banco te ha dicho que no, resulte que me aparece el verdadero comprador de la casa y sin problemas de financiación. Si te parece tú ve pidiéndole el dinero al banco y si te lo da antes de que yo encuentre otro comprador, estupendo, nos vamos directamente al notario y listo”.*

Sobre cómo vender pisos seguro que vosotros también tenéis vuestros truquitos y estoy deseando conocerlos.

- **Artículo – Reporte inmobiliario**

<http://www.reporteinmobiliario.com/nuke/article476-claves-para-tasar-y-determinar-el-valor-de-una-propiedad.html>

Claves para tasar y determinar el valor de una propiedad

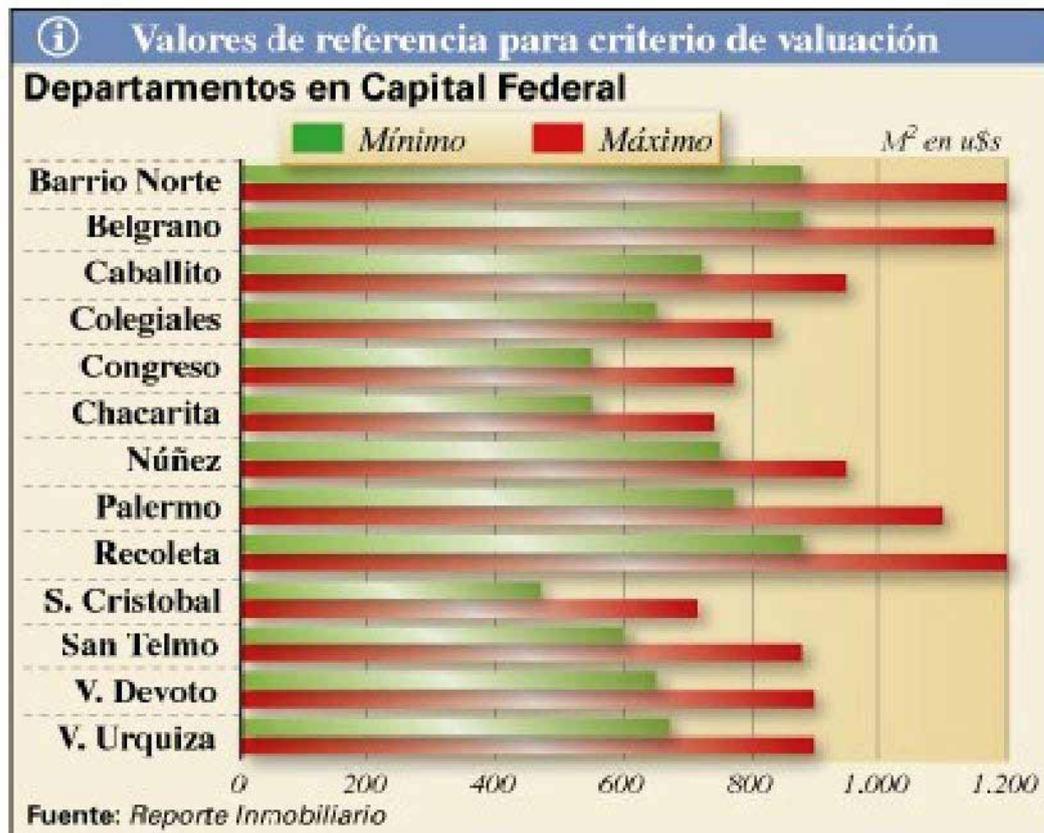
A la hora de vender una propiedad y fijar su justo valor aparecen las contradicciones: qué criterios emplear para evaluar una propiedad. La polarización en los precios vigentes complica la operación. Los criterios y métodos de evaluación, consejos de expertos.

Informe publicado en InfoBAE.com e InfoBAE profesional el Sábado 26 de Marzo, colaboración ReporteInmobiliario.com.

Cómo saber si un inmueble ha sido valuado correctamente es una pregunta inevitable para todo comprador o vendedor. El dilema resulta particularmente fuerte en un mercado que sale de una profunda crisis y donde los precios pueden variar fuertemente según la ubicación y el tipo de propiedad.

En Capital, en barrios ABC1 se alcanzó una revaluación tal de los precios de venta que, en algunos casos, no sólo se lograron los niveles en dólares que tenían las propiedades antes de la devaluación, sino que los superaron en puntos exclusivos como ocurrió con varios proyectos inmobiliarios en Puerto Madero.

En otras ubicaciones, en cambio, la revaluación quedó a mitad de camino, y los valores todavía se encuentran hasta 30% por debajo del nivel que tenían en dólares en el 1 a 1 (p.ej. Boedo o San Cristóbal).



¿Cómo saber entonces cuánto cuesta una propiedad?

“Lo que tiene que hacer un buen tasador, en principio, es interpretar qué es lo que está pasando en el mercado, y luego analizar cuál es el criterio de tasación que le conviene aplicar”, aconsejó a INFOBAE-profesional, José Rozados, de **Reporte Inmobiliario**.

Entre esos criterios se utilizan hoy:

Criterio de Referentes Directos

Está basado en la comparación de propiedades para determinar el valor del inmueble en cuestión.

En principio, debe realizarse una tarea descriptiva: individualizar la propiedad –ubicación, metraje, piso, consorcio, expensas, deudas, problemas legales, estado, entre otras cualidades- y, luego, buscar antecedentes de venta.

Finalizada esta etapa descriptiva, recurrir a los valores de referencia por barrio. El valor del metro cuadrado sirve para “promediar” con el valor de venta final de una propiedad similar (puede buscarse en una inmobiliaria de la zona).

Valor de Reposición

Es un método que se utiliza cuando se pierden los valores de referencia del mercado (como ocurrió tras la crisis de 2001, o para bienes inmuebles que no tienen equivalente). Para suplir este faltante, se utiliza el Costo de Reposición Depreciado. Esto es, se calcula el precio de construcción del inmueble según valores actuales y, luego, según la antigüedad del inmueble, se calcula su amortización.

Capitalización de Ingresos

Esta metodología se relaciona con el valor del alquiler.

El precio de un inmueble puede calcularse a través de la rentabilidad mensual que deje un alquiler. En la actualidad, el nivel de rentabilidad mensual se ubica entre el 0,5 y 0,7%, por tanto, una propiedad que se alquila en \$1.000, cuesta aproximadamente entre \$150 mil y \$170 mil.

Es un criterio que se utiliza también para valorar oficinas. “Además, a la hora de tasar debe considerarse el contexto y la contraoferta. En el primer caso, una importante falta de oferta puede ocasionar una suba de precio, como ocurre ahora con los terrenos. En cuanto a la contraoferta, debe saberse que de ella depende el precio final y que está relacionada con lo que el propietario esté dispuesto a aceptar”, recalcó José Rozados, de **ReporteInmobiliario.com**.

“Lo importante, como propietario, es saber por qué el tasador llegó a determinado valor y qué criterio utilizó”, agregó.

Según Horacio Bielli, vicepresidente segundo de la Cámara de la Propiedad Horizontal y Actividades Inmobiliarias, “el mercado tiene la verdad finalmente. Cuando hay un comercio bien ubicado, no importa qué criterio se aplique, aunque para todo el resto, el método comparativo sea uno de los mejores”.

Un caso aparte: tasaciones de inmuebles hipotecados

“No hay que olvidarse que la modalidad de tasación de las propiedades, que son objeto de un crédito hipotecario, son diferentes de las tasaciones comunes”, explicó Juan Carlos Franceschini, director de la consultora CDI, asociada a la Cámara de Empresas Tasadoras de la República Argentina (CETRA).

El criterio que aplican estas empresas para tasar un inmueble hipotecado, depende de la finalidad del bien.

Si el inmueble está destinado a vivienda única, entonces se registrá por la circular del BCRA (A2563) que está basada en el criterio de referentes directos. De otra forma, seguirá no exclusivamente el método referencial, sino los otros dos, según figura en las Normas Aplicables a la Valuación de Inmuebles Hipotecarios (NAVIH).

OPINIONES DE EXPERTOS

HORACIO BIELLI -Vicepresidente 2do. de la Cámara Argentina de la Propiedad Horizontal y Actividades Inmobiliarias (CAPHAI).

¿Cómo saber que por un departamento se está pagando el precio justo?

En este tema, pienso que hubo un gran aprendizaje de la gente. Antes de tomar una decisión, primero compara, luego busca información del mercado, en diarios, internet, sitios especializados y, por último, analizan. El precio que pagan es el resultado de una racionalización.

¿Cómo saber si un inmueble que se quiere vender está correctamente tasado?

En general, un propietario no decide la tasa con la consulta a una inmobiliaria, sino a 2 o 3. A veces, inclusive, pide una cuarta tasación y, finalmente, el inmueble lo coloca a la venta con gente de confianza, porque el asesoramiento no tiene costo. Lo que se privilegia en la tasación es la ubicación.

¿Qué va a pasar con los precios de los inmuebles?

Se van a mantener en este momento. Con la reciente aparición de créditos a 20 años, opino que va a ayudar para que la gente que necesita comprar lo pueda hacer. Esto puede producir un aumento de la demanda de departamentos de bajo valor y si ocurre, puede descomprimir la situación de los alquileres.

Para los propietarios de los inmuebles comerciales, ¿es un buen momento para repactar contratos comerciales?

Se da esta situación: todo el que alquila hoy, paga valores más altos que el que pactó un año o dos atrás, o bien, en la convertibilidad. Por lo tanto, estos contratos del 1 a 1 están, si se quiere, "desactualizados". Por otra parte, desapareció la gran oferta de locales desocupados en 2004. Hoy por hoy, bien ubicado, no es fácil encontrar un local con el cartel de "se alquila". El mercado, tanto de oficinas como de locales, mejoró los precios. Entonces, lo que ocurre es que se renegocia para corregir desfasajes, porque el inquilino no quiere perder el punto comercial y sabe que hay muy poca oferta de alquileres y, por otra parte, el propietario se da cuenta de que por su local en el mercado, se ofrecen valores más altos.

¿Hay muchos conflictos entre las partes?

De 10 casos, 9 llegan a un acuerdo. Con la libre negociación, el mercado se va ajustando razonablemente y los conflictos se evitan.

JUAN BADINO - Presidente del SOM (Servicio de Ofertas Múltiples)

¿En 2005 va a haber revaluación en los valores de los inmuebles?

Lo que ocurra en el futuro con los precios dependerá de la oferta de crédito, que ya está dando algunas señales de aparición.

La situación actual puede modificarse con nuevas líneas de crédito que la demanda va a aprovechar en el corto plazo. Esto va a descomprimir a los alquileres, en especial si la cuota crediticia se iguala medianamente a lo que se paga mensualmente por un alquiler. Si ocurre esta mejora crediticia, esto puede elevar algún precio para arriba.

¿Se utiliza el CER para ajustar locaciones?

La realidad es que los valores de los alquileres que se firmaron en el 1 a 1, en un primer período, un 90% se pesificó sin ajuste, para las viviendas, y el resto con indexación por CER. Esto último ocurrió con los alquileres comerciales. En 2004, que empezó a haber más actividad y a medida que los contratos fueron venciendo, se fueron utilizando otros criterios de actualización de los valores por la existencia de la ley 25.561 (desde enero de 2002), como el acuerdo entre partes de establecer una negociación periódica del valor de la locación.

En la renegociación de contratos de locación comercial puede optarse por prorrogar o renovar, pero yo considero que el CER no va a reflejar los valores del mercado.

¿Qué va a ocurrir con el mercado de locaciones este año?

Este es un momento muy especial. El alquiler en viviendas es un bien escaso. De la segunda mitad de 2004 a hoy, los alquileres en niveles medios y altos subieron entre 15% y 20%. En niveles más bajos, no subió de esta forma, sino entre 5% y 7%. Creo que lo mejor que puede ocurrir en este país es que empiece a aparecer el crédito.

