

MARCELA AGUSTINA IBÁÑEZ

# MANUAL DEL CORREDOR PÚBLICO INMOBILIARIO

*Intermediación de bienes muebles, inmuebles y  
semovientes. Administración de propiedades.  
Comunicación social del profesional. Proyectos de  
inversión. Fideicomiso*

**Alveroni**  
Ediciones

# Índice

Dedicatoria .....	7
Prólogo .....	9
A modo de presentación .....	11

## Primera parte EL CORREDOR PÚBLICO

<b>CAPÍTULO PRIMERO. Regulación de la profesión .....</b>	<b>19</b>
I. Antecedentes históricos y referenciales del corredor .....	19
II. El contrato de corretaje. Concepto .....	26
III. Obligaciones y derechos del corredor y comitente .....	31
IV. Caracteres, modalidades y extinción del corretaje .....	34
V. Desarrollo del ordenamiento legal de la profesión. Ley N° 23.282/85 (modifica art. 88, CC) y Ley N° 20.266 (su modificatoria Ley N° 25.028/99) .....	38
VI. Legislación en la provincia de Córdoba. Leyes 7191 y 9445. (Funciones, derechos y obligaciones, sanciones) .....	43
VII. Actuación profesional e institucional en la Región Centro —Argentina— .....	51
VIII. El desarrollo del corretaje en el Mercosur .....	56
1. Aspectos generales del Mercado Común del Sur .....	56
2. Ámbito profesional e institucional .....	57
IX. Aspectos de una visión latinoamericana sobre el corretaje inmobiliario .....	64
X. La conducta humana .....	70
1. Moral y ética .....	72
2. Ética profesional y comercial .....	74

3. Valores morales. Decálogo del corredor .....	78
4. El secreto profesional .....	82

### Segunda parte CORRETAJE DE BIENES MUEBLES Y SEMOVIENTES

<b>CAPÍTULO SEGUNDO. Procedimientos de la actividad .....</b>	<b>89</b>
I. El comercio .....	89
1. Aspectos generales .....	89
2. Evolución comercial y la civilización .....	90
II. Comercialización de bienes muebles .....	92
1. "Res corporales": Conceptos jurídicos .....	92
2. Aspectos a considerar: jurídico, económico y técnico .....	97
3. La autorización (modelo) .....	109
III. Tasación mobiliaria .....	112
IV. Comercialización de semovientes .....	122
1. Consideraciones comunes .....	122
2. Aspectos de influencia .....	125
a) Jurídico. Propiedad y sanidad .....	125
b) Contenidos normativos para tener presente .....	133
c) Ámbitos económico y técnico .....	135

### Tercera parte CORRETAJE DE BIENES INMUEBLES

<b>CAPÍTULO TERCERO. La intermediación inmobiliaria .....</b>	<b>147</b>
I. El corredor público inmobiliario .....	147
1. Concepto. Características de la función .....	147
2. Inmueble. Motivo de la intermediación .....	150
3. Autorización para la gestión inmobiliaria .....	156
II. Perfil profesional del corredor .....	168
1. El diseño de un estilo profesional .....	168
2. "Brokers", modo de presentación para hacer corretaje .....	172
3. Herramientas en el ejercicio del rol: marketing, management y la marca (logotipo-slogan) .....	173

4. Relaciones públicas en el ámbito profesional. Efectos .....	180
5. Actitud de un competente corredor inmobiliario o profesional de real estate .....	184
III. La oficina inmobiliaria .....	187
1. Propuestas de organización .....	187
2. Modelo de presentación profesional .....	195
3. Plan de marketing inmobiliario .....	198
4. Publicidad inmobiliaria .....	201
IV. La tasación inmobiliaria .....	206
1. Antecedentes históricos sobre el origen de la tasación .....	206
2. Doctrinas de la tasación .....	209
3. Efectos: variabilidad del precio .....	213
4. La tasación como especialidad .....	215
5. Aspectos de la tasación .....	216
a) Clasificación: jurídico, económico y técnico .....	218
6. Contenido de un informe de valuación .....	224
7. Modelo propuesto .....	227
a) Para la estimación del valor (planilla) .....	227
b) Para la tasación/valuación particular .....	230
<b>CAPÍTULO CUARTO. Contratos en la gestión profesional .....</b>	<b>243</b>
I. Contratos usuales .....	243
1. Características generales .....	243
II. Historia del contrato de compra y venta .....	246
III. Contrato de compra y venta inmobiliaria .....	251
1. Aspectos legales .....	251
2. Boleto de compraventa .....	254
3. Contenido del contrato .....	257
4. Otros contratos de empleo en la intermediación .....	264
IV. Ley 14.005 Venta de inmuebles en lotes a plazos .....	277
1. Antecedentes de la ley .....	277
2. Contenido de regulación .....	280
V. Locación inmobiliaria .....	282
1. Referencias conceptuales .....	282
2. Elementos del contrato. Generalidades .....	285
3. Leasing .....	294

<b>CAPÍTULO QUINTO. Modalidades actuales para inversiones inmobiliarias</b> .....	301
<b>I. Proyecto de inversión inmobiliaria</b> .....	301
1. Conceptualización del proyecto de inversión .....	301
2. Tipos de proyectos .....	306
3. Acción metodológica del proyecto de inversión .....	310
a) Estudio socio-económico .....	311
b) Estudio técnico-jurídico .....	314
c) Estudio de la organización .....	315
d) Estudio financiero .....	318
4. Vista en general del proyecto .....	319
<b>II. Fideicomiso inmobiliario</b> .....	323
1. Consideraciones generales de su concepto .....	323
2. Partes que conforman y marco normativo del contrato de fideicomiso .....	326
3. Aspectos generales del fideicomiso inmobiliario .....	327
4. Elementos y ventajas .....	331
5. Planteos comunes en torno a la temática .....	332
<b>CAPÍTULO SEXTO. Administración de propiedades</b> .....	341
<b>I. La administración</b> .....	341
1. Concepto en sentido genérico .....	341
2. Características de la administración .....	345
3. Algunos antecedentes históricos de Administración .....	347
<b>II. La administración inmobiliaria</b> .....	352
<b>III. Pautas para el corredor en función de administrador inmobiliario</b> .....	354
1. Función precisa o estricta y función amplia .....	359
2. Consideraciones para el servicio de administración de propiedades inmuebles .....	361
<b>IV. La renta, elemento que se administra</b> .....	365
<b>V. Autorización para administrar la propiedad</b> .....	368

## Cuarta parte COMUNICACIÓN SOCIAL DEL PROFESIONAL

<b>CAPÍTULO SÉPTIMO. Aspectos generales de la comunicación</b> .....	373
<b>I. La comunicación. Concepto</b> .....	373
<b>II. Objetivos, propósitos y elementos de la comunicación</b> .....	375
<b>III. Comunicación organizacional</b> .....	382
<b>IV. Relaciones comunicacionales</b> .....	383
1. Importancia .....	383
2. Relaciones humanas y relaciones públicas .....	385
<b>V. Los corredores públicos inmobiliarios en el ámbito de las relaciones públicas virtuales</b> .....	387
<b>Bibliografía</b> .....	393