Ciudades

Revista Oficial de la Cámara Inmobiliaria Uruguaya | año 14 - Nro. 53 | Junio 2015

SITUACIÓN ACTUAL DE LA VIVIENDA EN MONTEVIDEO

¿CUÁL ES EL PLAN DE VIVIENDA A IMPLEMENTAR DESDE LA INTENDENCIA?

Prof. Samy Borensztejn:
Comunicación y Negociación en Sintonía.

Dr. Alfredo Tortorella:
Nuevo libro: Manual-Enciclopedia de la Gestión Inmobiliaria.

Contribución Inmobiliaria:
Su análisis y la promesa de un nuevo fiscalazo.

¿BAÑO con JACUZZI?

Creer en algunas propuestas, tiene riesgos mayúsculos. Para los que son (o se creen) listos, la mejor decisión es entrar a cualquiera de las inmobiliarias de los socios CIU. La seriedad que los miembros de la **CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA** ofrecen a sus clientes, está basada en el respaldo de la preparación que brinda la mayor organización profesional del país.

www.ciu.org.uy

CIU

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

SUMARIO

2 Destacados
4 Editorial
6 Nota central. Situación Actual de la Vivienda en Montevideo
10 Libro "Manual - Enciclopedia de Gestión Inmobiliaria"
12 Dr. Ricardo Racheti. Los grandes desafíos de la nueva administración
15 Seminario "Aspectos Notariales del Negocio Inmobiliario"
16 Lic. Diego Borges. ¿La Carreta o Los Bueyes?
20 Prof. Samuel Borensztejn. Comunicación y Negociación en Sintonía
22 Ing. Daniel Martínez. Montevideo puede innovar como ciudad inteligente en la región
24 Dr. Alfredo Tortorella. Falta aún la regulación legal de la actividad inmobiliaria
28 Dr. Esc. Juan Manuel Garino. Contribución Inmobiliaria Su análisis y la promesa de un nuevo fiscalazo
30 CNCS. Resúmen encuesta de actividad comercio y servicios primer trimestre 2015
34 Arq. Aldo Lamorte. Uruguay en Milan Expo 2015
38 Cr. Fabián A. Biasco. Novedades sobre la Ley de Inclusión FInanciera
40 José Luis Pérez Collazo. Mejoras en Rentabilidad
42 HSBC. El techo del dólar
46 Dr. Leando Mestre. El MEF Prorrogó la entrada en Vigencia de algunas disposiciones De la Ley de Inclusión Financiera

CIU

Presidente: Gabriel Conde
Vicepresidente: Luis Silveira
Secretario: Juan Pedro Molla
Prosecretario: Marcelo Nieto
Tesorero: Juan José Roisecco
Protesorero: Walter Garré
Directivos:
Juan F. Bistiancic
Esc. Graciela Bonomi
Alejandro Foti
Eduardo Gutiérrez Larre
Ramón Villeneau

COMISIÓN FISCAL
Presidente: Benigno Carballido
Daniel Biassini
Richard Brunelli
Luis Gómez
Carlos Olivera

Av Uruguay 820, CP 11100
2901 0485
2902 8266
ciu@ciu.org.uy
www.ciu.org.uy

STAFF

Los artículos firmados son de entera responsabilidad del autor.

Imp. en El País. D.L. No. 331 068

Dirección: Cámara Inmobiliaria Uruguaya
Redactor responsable: Fernando Vilar
Realización: V&B Comunicación
info@vybcomunicacioninteligente.com
www.vybcomunicacioninteligente.com
Asesor en comunicación: Lic. Ramón Borges
Diseño y diagramación: Lic. Federico Boix

DESTACADOS

6 ING. DANIEL MARTÍNEZ
Montevideo puede innovar como ciudad inteligente en la región

20 PROF. SAMY BORENSZTEJN
Comunicación y Negociación en Sintonía

10 DR. ALFREDO TORTORELLA
Nuevo libro: Manual-Enciclopedia de Gestión Inmobiliaria

28 DR. ESC. JUAN MANUEL GARINO
Contribución Inmobiliaria. Análisis y la Promesa de un nuevo fiscalazo

12 DR. RICARDO RACHETTI
Los grandes desafíos de la nueva administración

38 CR. FABIÁN BIASCO
Novedades sobre la ley de inclusión financiera

16 LIC. DIEGO BORGES
¿La Carreta o los Bueyes?

40 JOSÉ LUIS PÉREZ COLLAZO
Mejoras en Rentabilidad

• Ofertas Exclusivas Destacadas •

Boceto a modo ilustrativo (8 fotos con el código web)

Beneficios especiales para socios CIU

Consulte su asesor o llame al 131

Audiencia:

+ de 200.000 lecturas por Domingo
+ de 800.000 lecturas mensuales.

READERSHIP
Cada ejemplar tiene un promedio de 2.8 lecturas

AUDIENCIA - GALLITO.COM / INMUEBLES
Edición impresa: 1.000.000 de lecturas mensuales

EDICIÓN DIGITAL:
Visitas: 400.000 visitas mensuales
Pág. vistas: 8.000.000 de páginas vistas al mes.

más audiencia, mejores resultados.

gallito.com
Avisos nuevos todos los días

EL PAIS
PRIMERO SIEMPRE

EL MERCADO INMOBILIARIO A SOL Y SOMBRA

Gabriel Conde
Presidente CIU 2014 - 2017

Hace poco me pidieron escribir un artículo para la revista En Obra de APCCU, como ustedes sabrán no es mi costumbre repetir artículos, pero dado que las fechas de publicación serán muy similares y que el tema en mi opinión lo merece, haremos una excepción. Cuando el Sr. Aníbal Durán me pidió que escribiese un breve pantallazo, sobre la realidad del mercado inmobiliario en los primeros meses del año, debo reconocer que a priori parece algo más sencillo de lo que en realidad es.
Uno por estar todos los días inmerso en la actividad inmobiliaria, tiene una idea posiblemente bastante precisa de cómo van las cosas. Algo que seguramente les pasará a muchos de los lectores de esta revista, por la actividad que desarrollan, por estar allegados al mercado, etc.

Más allá de eso, por lo menos en mi caso, cuando tengo que escribir un artículo o dar una entrevista, trato siempre de cotejar esas sensaciones, o percepciones que uno tiene sobre el mercado inmobiliario. Nada del otro mundo, lo que hacen o harían muchos de ustedes en mi lugar.

El gran tema al que solemos enfrentarnos cuando uno quiere buscar datos concretos, que de alguna manera traduzcan o reflejen ese conocimiento empírico, es que no es tan sencillo. No es tan fácil acceder a la información oficial en la materia, sea porque está dispersa, sea porque es fragmentada, o porque sea difícil acceder a ella, o porque se publique fuera de tiempo. Esta semana me volvieron varias cosas que movieron el piso con este tema, la primera es recordar haber leído el mes pasado un artículo en El Observador sobre la transparencia en el mercado inmobiliario, en el cual ubican a Uruguay en el puesto 77 de un total de 102 países contemplados.

El artículo decía que Uruguay solo se ubica por encima de Venezuela en Sudamérica y que estamos por debajo de algunos países africanos, por ejemplo Sudáfrica o Zambia.

La segunda es haberme enterado que se publicó hace poco un trabajo del INE. No sé si todos estarán al tanto, que el INE (Instituto Nacional de Estadística) publica una especie de anuario (estadístico), muy bien hecho y bastante completo sobre la actividad inmobiliaria en nuestro país.

No será perfecto, quizás la mayor crítica que uno puede hacerle es que la información es detallada solo sobre Montevideo y Maldonado, pero para el que le gustan los datos y sabe cómo interpretarlos contiene información muy valiosa.

Ahora, el asunto es que el INE acaba de publicar, en Abril de 2015, la edición que contiene los datos sobre 2013, leyeron bien 2013. El último comunicado de prensa que hay publicado sobre Índices de Actividad Inmobiliaria (o al menos que puede encontrar), es también sobre el último trimestre del años 2013, publicado en Noviembre de 2014.

No tengo dudas que el mercado inmobiliario de Uruguay en su conjunto es mucho más transparente que el de la gran mayoría de los países de la región, y también que Zambia, con todo respeto por los zambianos.

Lo cierto es que sí, el estudio hablaba, sobre la existencia de información oficial y el acceso a ella, entonces uno capas que sin compartir el puesto, empieza a entender dónde están los errores y las falencias.

Que seamos confiables y seguros para invertir, que tengamos un sistema jurídico sano, que los registros sean casi perfectos, que seamos creíbles y serios para recoger los datos y elaborar los informes; no quiere decir que estemos publicando correctamente la información, ni que esté completa, ni que sea accesible en tiempo y forma.

Uno tiende a pensar que en un país como el nuestro, donde se hacen esfuerzos muy serios por cumplir con normas internacionales de transparencia en materia económica; debería hacer un esfuerzo consiente en materia de dar a conocer de manera regular, completa, periódica y accesible la información que recaba el estado sobre la actividad.

Está muy bien que haya empresas privadas de investigación de mercado que hagan y difundan informes, pero eso de ninguna manera debe sustituir a la información oficial, de hecho pienso que dada la importancia que la actividad inmobiliaria tiene para nuestro país, debería haber una especie de observatorio del mercado inmobiliario. Un organismo que sea estatal, que se encargue de medir, recabar, ordenar y difundir las cifras de manera periódica e imparcial.

A todo esto, es casi anecdótico decir que los precios de los inmuebles urbanos han experimentado un ascenso cercano al 4% en los últimos meses, que la baja en inversores extranjeros en el mercado es pronunciada y que las unidades bajo el régimen de promoción de la Vivienda de Interés Social continúan siendo el gran dinamizador del mercado inmobiliario.

Gabriel Conde.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA VIVIENDA EN **MONTEVIDEO**

Revista “Ciudades” entrevistó al Intendente electo de Montevideo Daniel Martínez Villamil.

Nació en Montevideo y también posee nacionalidad francesa.

Ingeniero Industrial Mecánico- Egresado de la Universidad de la República. Entre 1997 y 2005 fue Vicepresidente de la Asociación de Ingenieros del Uruguay.Su militancia en el Partido Socialista comenzó en el año 1973. Actualmente es Senador de la República por el Partido Socialista-Frente Amplio.Trabajó en ANCAP durante 14 años, llegando a ser Presiente del mismo. Posteriormente fue Ministro de Industria y Energía.

¿En qué situación considera que está la Vivienda de los montevideanos?

¿Qué medidas puede tomar la Intendencia para mejorar esta situación?

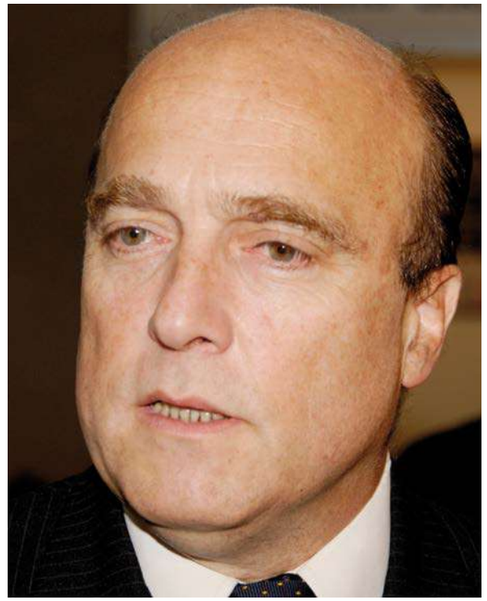
Con respecto a los lugares tugurizados ¿Hay soluciones definitivas?

¿Cuál es su opinión –a grandes rasgos- sobre la situación de la vivienda de los montevideanos?

Es una pregunta difícil de responder “a grandes rasgos” ya que la situación de vivienda de los montevideanos, como sucede en muchas capitales del mundo responde a una gran variedad de factores. Las ciudades tienden a reproducir en su entramado urbano la desigualdad que existe en la sociedad.

La ausencia de políticas sociales en los noventa y los efectos de la crisis del 2002 generaron mayores fracturas en la sociedad y se reflejaron en la situación habitacional de miles de montevideanos, con un aumento de la precarización. Los gobiernos nacionales del Frente Amplio han hecho mucho para revertir esta situación a través de diferentes planes de vivienda articulados con las diferentes políticas sociales. He recorrido mucho los barrios en estos años, y puedo decir con propiedad, que incluso en las zonas más críticas se ve otra dignidad, incluso en los materiales utilizados. En el último período se desarrolló el Plan Quinquenal de Vivienda con énfasis en el acceso a la población más carenciada. Queremos una ciudad más integrada, con oportunidades para todos.

Pensar la vivienda en clave de izquierda que no es sólo pensar la solución habitacional, sino el entorno socio espacial, la viabilidad económica en la mantención de la vivienda, la accesibilidad, el acceso a los servicios, su vínculo con la comunidad. Por eso desde el Gobierno Nacional y nosotros desde el Gobierno Departamental no pensamos solamente el concepto de vivienda como lugar físico sino como hábitat que es un término más complejo. Va más allá que la vivienda, refiere también a lo que representa para quien o quienes la habitan, las posibilidades que ofrece de integración social.



¿Quiere decir que está todo hecho?

Por supuesto que no, queda mucho por hacer y se necesita no sólo la acción de quienes gobernamos, sino de la solidaridad de toda la sociedad.

¿Hay alguna medida que se pueda implementar desde la Intendencia?

Lo primero es que tenemos que seguir avanzando en la coordinación con el Gobierno Nacional, con el MVOTMA y el Mides. La clave de las soluciones es dar respuesta al cómo podemos confluir todos los actores en el territorio para generar estrategias efectivas. La Intendencia ha hecho mucho en la regularización de los asentamientos, en la política de realojos y el trabajo con fincas ocupadas en áreas centrales. Estas son adjudicadas a través de la car-

tera de tierras a cooperativas de vivienda y es una acción que tiene un doble valor de revalorización de la ciudad y de generación de oportunidades. Desde la Intendencia, a través del Plan de Ordenamiento Territorial profundizaremos las políticas habitacionales que aseguren la calidad ambiental y el acceso al suelo con infraestructura y servicios. La apuesta es a densificar las áreas centrales y consolidadas de la ciudad, desarrollando soluciones adecuadas a las características de las personas y las familias.

Como dijimos durante la campaña, la "Ley de viviendas desocupadas" que se encuentra en proceso de elaboración en el Parlamento puede ser un buen instrumento para generar soluciones habitacionales a partir de viviendas que hoy se encuentran ociosas. Tenemos que trabajar con lo que tenemos hasta ahora, lo que implica, entre otras cosas, continuar trabajando en la regularización de los asentamientos y la relocalización de las familias que viven en zonas inundables o contaminadas. Existen dos herramientas importantes de la Intendencia que hay que continuar perfeccionando que son el "Plan Lote", que permite el acceso a terrenos para la autoconstrucción y la apuesta a potenciar el "Banco de Materiales" en coordinación con los municipios. En el marco de un proceso de mejora de la gestión, pretendemos acelerar los procesos burocráticos para que las cooperativas de vivienda realicen las obras en menos tiempo, pudiendo contar con asistencia técnica.

¿Qué soluciones se pueden encontrar para solucionar definitivamente aquellos lugares tugurizados?

En una sociedad tan cambiante y con tantos factores internacionales actuando es difícil hablar de soluciones definitivas. Sí estamos convencidos que podemos construir una ciudad cada vez más inclusiva, no se logra de un día para otro y es posible si se piensa en función de una serie de cambios más estructurales.

En la propuesta que tenemos de transformación integral de Montevideo apostamos a que los espacios públicos integradores, las iniciativas en la movilidad y la vialidad, la mejora del sistema del transporte, la apuesta al desarrollo productivo colaborando con políticas de empleo, la valorización de los diferentes espacios de la ciudad generando identidad local, la democratización de la cultura, el desarrollo de servicios en zonas en que todavía existen carencias, todo colabora en la disminución de las situaciones de mayor precariedad.

Es lo que decía recién, la política de vivienda no se puede pensar solamente desde la solución física, el techo, sino de la transformación del entorno con participación ciudadana y el fomento de las identidades locales. Montevideo tiene mucho para aportar al desarrollo del proyecto nación e implica la profundización de la apuesta a la inclusión desde las distintas políticas del Estado.

¿En cuántos años Montevideo puede erradicar los asentamientos?

Sería irresponsable de mí parte decir que "vamos a erradicar" los asentamientos en tal período de tiempo. En primer lugar es una tarea que compete principalmente al Gobierno Nacional, la Intendencia es un poderoso instrumento para complementar las políticas nacionales de vivienda y fomentar los procesos de integración territorial. Realmente en la regularización de asentamientos y la política de realojos la Intendencia ha colaborado mucho y tendremos que seguir trabajando en esta línea en el quinquenio, buscando la complementariedad.

Como persona de izquierda no puedo dejar de pensar en alcanzar una ciudad que no tenga personas que vivan en condiciones de precariedad. Ahora, les puedo asegurar que vamos a seguir trabajando con nuestra Fuerza Política tras ese objetivo.

GARANTÍA DE ALQUILER

PORTO SEGURO SEGUROS

EN 48 HORAS
CASA Y APARTAMENTO

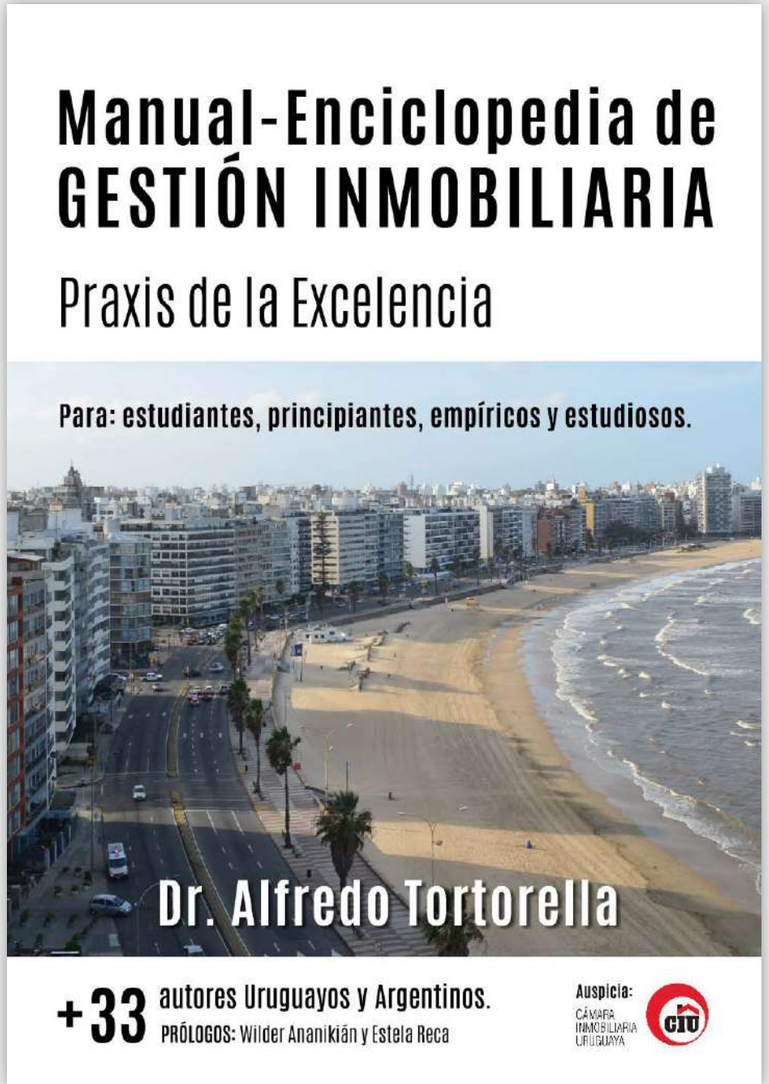
SIN DEPÓSITO
PARA EMPRESAS

- Tramitación rápida y sencilla.
- Sin costo para el propietario, y con costos convenientes para el inquilino con financiación de hasta 12 cuotas y sin necesidad de realizar depósitos.
- Cobro inmediato del alquiler en fecha frente a incumplimiento del inquilino.
- Cuenta con cobertura de alquiler y adicionales (gastos comunes, impuesto de puerta, tasa de saneamiento, UTE, OSE, gas por cañería, y adicional mercantil).
- Cobertura de daños al inmueble.
- Proceso judicial en caso de incumplimiento con costas judiciales y honorarios de abogados cubiertos por la Compañía.
- Asesoramiento jurídico sin costo para situaciones especiales.

CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA CORPORATIVA

ESCRÍBANOS A
equipoportoalquiler@portoseguro.com.uy
TEL. 2709 3333
WWW.PORTOSEGURO.COM.UY

Dr. Alfredo Tortorella
Director académico del ICIU
altorto@hotmail.com



AUSPICIO OFICIAL DE LA CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA (C.I.U.)

Al igual que su libro anterior "Venta Inmobiliaria Profesional" (2011), este Manual Práctico del Dr. TORTORELLA, cuenta con nuestro AUSPICIO, por considerarlo un indispensable aporte para el proceso de Profesionalización del sector, por el cual venimos apostando y trabajando, desde siempre. Y él ha sido protagonista desde la dirección del área académica y como docente.

Felicitamos al Autor: buen colega, directivo y socio fundador. Este nuevo esfuerzo, se ha visto más enriquecido, por la generosa colaboración de más de 30 ilustres autores rioplatenses.

Seguramente, será también otra valiosa herramienta, para tecnificar y perfeccionar nuestra gestión, propiciando así la consagración definitiva de la necesaria "PRÁXIS de la EXCELENCIA".

GABRIEL CONDE, Presidente (período: 2014-17).

AUTORES RIOPLATENSES QUE PARTICIPAN

INVITADOS URUGUAYOS:

BARRIOS SALA, Gustavo
BORENSZTEJN, Samy
CADENAZZI, Carlos
CALCAGNO, Marcelo
CAMPIGLIA, Eduardo
CARNELLI, Santiago
CASTRO, Darío
CONDE, Gabriel
DURÁN HONTOU, Aníbal
FERNÁNDEZ, Mateo
FLORENZA, Carlos
FORTEZA, Rosario
GANDOLFO, Alvaro
GARCÍA SANTOS, Carlos
GARRÉ, Walter
MELLONI, Claudio
PASSADORE, Alejandro
PUPPO, Alberto
ROBAINA, Tania
SANTURIO, Wilson
SOSA DIAZ, Gabriel
VILLAMIDE, Julio

INVITADOS ARGENTINOS:

ALONSO, Jorge
BOVERI, Daniel
GOMEZ, Mario
IPUCHE, Carlos Ma.
LA TORRE, Jorge
LOPEZ SALTERI, Alfredo
PEPE, Armando
PICASSO, Jorge
SACCO, Teresa
SATULOVSKY, Marcelo
VALENTE, Julio

Dr. Ricardo Rachetti
Candidato a Intendente, Partido Colorado

LOS GRANDES DESAFÍOS DE LA NUEVA ADMINISTRACIÓN

Los ciudadanos de Montevideo se han pronunciado y la fuerza política que gobernó los últimos 25 años, volverá a hacerlo en el próximo quinquenio y quien comandará la Intendencia será el ingeniero Daniel Martínez.

Se pueden hacer los más variados análisis y especulaciones acerca las causas del resultado electoral, pero yo no lo haré, se lo dejo a gente con más credenciales que yo en ese terreno. El hecho inobjetable es el que señalé al principio y al mismo me allano sin quejas.

Grandes son los desafíos que tiene por delante el futuro Intendente Martínez. Desafíos de gestión y, estrechamente vinculados a éstos, desafíos de orden político. Martínez —intuyo— sabe que está obligado a hacer una diferencia, que no puede darse el lujo de hacer la plancha, como hicieron varios de sus predecesores, pese al buen resultado electoral.

En primer lugar, por las expectativas que sus electores y también muchos que no lo votaron han proyectado en él. Si aspira, como sería razonable hacerlo, a mantener —y eventualmente acrecentar— ese capital político personal, Martínez tiene que exhibir que él es diferente y que todo lo que se dijo en la campaña electoral acerca del cambio y que no habría continuismo se haga realidad. Por poner un ejemplo, Martínez no se puede dar el lujo de cometer un error de la magnitud del corredor Garzón. Políticamente él no puede.

En segundo lugar, porque Martínez sabe que tendrá a una oposición más articulada que antes, que no le va a perdonar nada (ni tiene por qué hacerlo). Una oposición con la que deberá dialogar sin exclusiones pero que, sin perjuicio de ese diálogo, estará atenta y ejercerá como se debe el rol que la ciudadanía le asignó.

Y en tercer lugar, porque Martínez sabe que no puede engañarse con el resultado electoral y pensar que los votantes son cautivos. Quiero creer que el futuro Intendente, que es un hombre inteligente, tiene más que claro que el electorado fluctúa y que una nueva decepción ciudadana pondría en grave riesgo la continuidad del Frente Amplio en la Intendencia porque la Concertación, que llegó para quedarse, es objetivamente una alternativa real. Y dentro de cinco años lo será aún más.

Montevideo, como lo señalé a lo largo de la breve pero intensa campaña electoral departamental, enfrenta graves problemas por 25 años de paupérrima gestión. El tránsito, por ejemplo, es uno de los temas que la nueva administración deberá abordar con decisión. En lo inmediato, se puede apelar a medidas paliativas, de bajo costo, como el flechamiento de calles (Por ejemplo Rambla en horas pico) y avenidas (San Martín y General Flores) mientras se planifica, con cuidado y escuchando a todos los actores sociales relevantes, las obras necesarias para descongestionar el tránsito y ordenarlo.

El transporte colectivo es otro tema que está en el debe. Ya se sabe que es caro, lento y carente de confort. La nueva administración tiene la obligación cívica de abordar este tema sin miedo, teniendo en mente que el centro del sistema deben ser los usuarios y no las empresas. Éstas son un instrumento que debe estar al servicio de un sistema en cuyo centro esté el usuario. No tenga miedo, Martínez, la inmensa mayoría de los montevideanos estará de su lado.

Además, hay que animarse a pensar en grande, a tener sueños y trabajar para realizarlos porque

Montevideo ha tenido escasas transformaciones en los últimos 25 años. Ya se sabe que el margen para emprender grandes transformaciones financiadas por la propia Intendencia es muy escaso. Por lo tanto, hay que pensar en la financiación privada. Confío en que Daniel Martínez, que ha pasado por el sector privado e incluso fue empresario, no tendrá prejuicios ideológicos para asociarse con el sector privado. Y no sólo para lograr financiación sino para recibir iniciativas. Hay que confiar en el emprendurismo y en la imaginación de los inversores privados.

Nosotros presentamos algunas ideas durante la campaña; el Intendente puede recogerlas y si no son esas podrán ser muchas otras, porque margen para transformar Montevideo hay y mucho. Lo importante es sacar a la capital del virtual freezer en el que ha quedado, que contrasta con las grandes transformaciones que otras ciudades de la región han registrado en la última década.

En lo que hace la gestión en sí, debe reordenarse y apostarse de verdad a la transparencia. Todos los contribuyentes de Montevideo tenemos derecho a saber cómo gastan cada peso la Intendencia y el tercer nivel de gobierno. La transparencia, además, obliga a las autoridades a ordenar sus propias cuentas, así que éstas también se verán directamente beneficiadas por el esfuerzo.

Hay que apelar a los mejores, también. El futuro Intendente prometió hacerlo durante la campaña, terminando con las cuotas partidarias, así como reducir los cargos de confianza política. Ojalá pueda. En el intento seguramente entre en conflicto con sus propios compañeros y es uno de los grandes desafíos de orden político que deberá enfrentar.

Mi actitud es cooperativa, sin perjuicio de ejercer el rol opositor que nos ha atribuido el electorado. Estoy seguro que todo el Partido Colorado comparte ese espíritu. Ponemos a disposición de las nuevas autoridades nuestra capacidad de diálogo. Y —desde ya— también ponemos a su disposición nuestro programa de gobierno. Estoy seguro que, sin alterar en absoluto su orientación ideológica, el futuro Intendente Martínez y su equipo podrán encontrar allí muchas medidas positivas para Montevideo y sería inteligente de su parte llevarlas a cabo. Poco importa la autoría de las iniciativas sino que éstas se lleven a cabo.

Le deseamos el mayor de los éxitos las nuevas autoridades de la Intendencia, cosa que ya hice personalmente la noche misma de la elección. Su éxito será el de todos los montevideanos. Admito que es un lugar común, pero es el espíritu que genuinamente me anima porque lo que importa es Montevideo.

ICIU

SEMINARIO “ASPECTOS NOTARIALES DEL NEGOCIO INMOBILIARIO”

La Cámara Inmobiliaria Uruguaya (CIU) y el Instituto de Capacitación Inmobiliario Uruguayo (ICIU) realizaron un seminario titulado “Aspectos Notariales del Negocio Inmobiliario”. La exposición estuvo a cargo del Esc. Antonio Sarachu Presidente de la Asociación de Escribanos del Uruguay.

La misma contó con el apoyo del Libro de los Clasificados del Diario El País.

¿LA CARRETA O LOS BUEYES?

Hace casi 20 años que trabajo para empresas de todo sector en las áreas de marketing, incluyendo su planificación publicitaria y, desde que surgieron Google y las Redes Sociales me vengo haciendo la siguiente pregunta: ¿Cuándo llegará el día en que los medios de internet sean tan importantes como los medios tradicionales, especialmente la TV? Bueno, parece que ese día está a la vuelta de la esquina y en algunos mercados incluso, ese día es HOY.

Lic. Diego Borges

Licenciado en Marketing por la UDE
Director de Consultora
De la Bahía Inteligencia Comercial.
Asesor de empresas en la región e investigador de mercado.

Según el estudio "Internet Versus Television Advertising: A Brand-Building Comparison" realizado por la prestigiosa Universidad de Stanford en asociación con varias empresas privadas (incluidos los principales anunciantes de los Estados Unidos) y difundido en el Journal of Marketing de la American Marketing Association, las campañas de internet puras, tienen tanto impacto en la construcción de marca como las campañas de televisión, en el país del norte.

Así como lo leen:
TV vs INTERNET = MISMO IMPACTO

Al referirnos al impacto de las campañas, el estudio se concentra en los efectos sobre la marca, su reconocimiento y preferencia, así como la capacidad de asociar los avisos en sí con la marca a la que representan.

En todas las medidas anteriormente mencionadas, el estudio es concluyente en determinar que, para marcas que no tienen presencia publicitaria previa, los dos medios producen los mismos niveles de respuesta.

Claro que esto es así en los Estados Unidos, donde adicionalmente se registran fenómenos tales como la caída de un 1% anual de los hogares con televisores año a año, ya que los consumidores utilizan cada vez más sus celulares, tablets y computadoras portátiles o de escritorio para buscar información y entretenimiento.

La pregunta clave es: ¿Es esto aplicable en nuestro medio? ¿Son válidas estas conclusiones para Uruguay y su mercado regional? Me aventuro a responder que no lo es hoy, pero lo será en breve. Todas las estadísticas así lo indican.

Implicancias

Para quien tiene que decidir o asesorar sobre las inversiones publicitarias, este fenómeno que considero estructural, en el cual el impacto de ciertos medios (INTERNET: Buscadores, Redes Sociales, Portales, etc.) asciende, mientras el de otros (TV en particular) desciende o al menos se mantiene en una aparentemente eterna meseta, las implicancias son muy importantes.

Estamos acostumbrados a comenzar las líneas del presupuesto publicitario por los medios más tradicionales y dejar para el final los medios "alternativos", que terminan, al ocupar las últimas líneas del Budget, por llevarse también, las sobras del dinero a invertir. Esto, con la tendencia actual, es poner la carreta delante de los bueyes, porque no son los bueyes (medios tradicionales) los que tendrán la

potencia y empuje para construir marcas.

No me interesa introducir el tema del costo comparativo de los medios, porque se deberían comparar inversiones similares, lo cual se podría hacer haciendo pruebas en determinados productos o promociones.

Lo cierto es que algunas marcas, audaces para el Uruguay, se animan a realizar apuestas de este tipo, siempre con la búsqueda de la viralización y la socialización de sus contenidos, asociados a una respuesta más inmediata (por la interactividad e interrelación de los diferentes medios disponibles en internet).

El informe no induce a una conclusión de deterioro del medio TV, sino a una consideración comprobada de un emparejamiento de la fuerza de los medios. Está en la tapa del libro no tentarnos por la sustitución, sino creer en la permanente integración, compensada, de unos medios con otros.

medio. Analice luego un sin fin de opciones que este mundo le ofrece. No se deje estar, el mundo de los medios está cambiando mucho más rápido de lo que creemos. Súbase a la ola, porque es mucho mejor que verla pasar o dejar que le caiga encima.

Para profundizar: Internet Versus Television Advertising: A Brand-Building Comparison
MICHAELA DRAGANSKA, WESLEY R. HARTMANN, and GENA STANGLEIN
Journal of Marketing – American Marketing Associacion
Vol. LI (October 2014), 578–590

Lic. Diego Borges
Director
Consultora De la Bahía
dborges@delabahia.com.uy
www.delabahia.com.uy

Mercado Inmobiliario

Para el mercado inmobiliario, estas observaciones y comprobaciones, que se puede prever se apliquen para el Uruguay antes de terminar el decenio, son particularmente importantes, porque nos encontramos ante dos situaciones de mercado bien interesantes: un aquietamiento de la demanda, que responde a múltiples factores y tiene mayor o menor profundidad según la región del País en la que se trabaje; un déficit estructural de viviendas, en el cual los consumidores buscan alternativas factibles (dejando de lado tal vez, las tradiciones constructivas, la calidad y durabilidad de la solución habitacional).

Si ya dijimos hace algún tiempo que su empresa debe dejarse encontrar en Internet, es momento ya de sugerirle que su empresa debe mostrarse y con ganas en estos medios. Comience por lo básico: Google y Facebook, las dos redes más expandidas en nuestro

COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN EN SINTONÍA

En NEGOCIACIÓN (acuerdo de voluntades), como en las demás situaciones de la vida, no hay recetas, no hay pastillas mágicas. Hay mapas, y el mapa no es el viaje, el viaje es individual y único, un día a la vez, un proceso, un evento, una elección, un pensamiento, una emoción, una nota de vida.

Prof. Samuel Borensztejn
Acuerdos Negociados,
Negociación & Mediación
www.derechosysucesiones.com

El mapa no es el territorio, sino una representación de él.

A través del tiempo hemos puesto enormes cantidades de energía, pienso y trabajo en la diagramación de distintos mapas, los diversos desmenuzamientos de los procesos, análisis de casos, situaciones, estudio pormenorizado del hombre, sus móviles e intereses, el lenguaje no verbal, los equipos de trabajo, por nombrar sólo algunos. Es así que llegamos a distintos tipos de clasificaciones y enumeración de enunciados proféticos, que a la hora de su aplicación, ciertamente algo aportan y tienen un valor; lo que no contienen, es la tan buscada **"pastilla del Éxito".**

Creo en lo simple, lo sencillo, capaz que acordarse de los cinco pasos, las quince máximas, las diez claves, sea un pedido que no contempla nuestra naturaleza.

Me gustaría plantear algunos conceptos que contemplen a los ACTORES, al ESCENARIO y al PROCESO.

El ser humano no puede tener una serie de axiomas presentes a la hora de transitar una situación, sino que apenas algunos pocos ítems, y son aquellos que hemos entrenado, practicado, pensado, leído; en fin, aquellas cosas que han sido internalizadas de alguna manera y hemos incorporado y practicado. Ciertamente son axiomas en los que confiamos y sabemos que nos hacen bien.

Actor, es todo aquel individuo que de una forma o de otra, juega un rol en el proceso que estamos viviendo, puede ser un rol sostenido en el tiempo, o un rol puntual.

Veamos quienes son los ACTORES, en primer lugar:

Pueden participar de los procesos: adultos, niños, y hasta mascotas; tenemos a su vez, actores visibles y actores invisibles.

El actor visible y permanente, suele ser (o no) nuestro interlocutor, porque, a veces no es el que toma la decisión final.

Los seres humanos, son el 99% de los actores en los procesos de negociación, así que es bueno considerar qué es y qué implica ser un humano. Veremos que hay decenas o cientos de definiciones que involucran distintas miradas, puntos de abordaje y distintos elementos. **Me gusta definir al ser humano, como un mamífero "deseante de amor".**

Al observar al ser humano e intentar definir el concepto, debemos considerar primero que el ser humano, no es, sino que **"es, siendo".**

Podemos sacar una foto del instante presente, pero no podemos mantener esa foto sosteniéndola en el tiempo; el ser humano es siendo, en un viaje permanente e incesante, que sólo se detiene con la última exhalación.

Hoy tenemos frente a nosotros a un futuro ex fumador, para poner un ejemplo sencillo, quien deseaba una casa con un entorno propicio al deporte, etc. Mañana, puede pasar a amar el cine, y olvidar la actividad física. El hombre es un ser siendo, incorporando nueva información, aprendiendo, cambiando, tejiendo la trama de relacionamiento interpersonal y en permanente transformación. **Éso es la vida: la posibilidad infinita de cambio.**

Si podemos decir que el ser humano es un mamífero, entonces aceptamos que influyen en él las cargas genéticas, información generacional, y además: que en su más profundo lugar, el mamífero **lo quiere todo,** quiere el poder personal del otro, los objetos materiales, la atención, la aceptación y por ultimo desea el amor del otro, más que nada en el mundo.

El hombre, entonces, es un ser **deseante**, un ser deseante de ser otra cosa que él mismo. Y habitan en él, distintos personajes que interactúan y se han representado desde tiempos remotos de distinta forma, a veces con un angelito hablándole a un oído y un diablito hablándole al otro oído… Creo que todos hemos visto esta caricatura y todos hemos sostenido conversaciones con nosotros mismos, y si esto es así, entonces podemos aceptar la **pluralidad de interlocutores interiores.**

Esta pluralidad de voces internas noS permitirá elegir al **O.I.O.**, observador interno óptimo, para abordar este asunto.

Algunos sostienen que negociamos con nosotros mismos, desde la cantidad de pasta dental que ponemos en el cepillo, o la porción de torta que comeremos de postre.

Ver bien quiénes somos, es el primer paso para abordar un asunto; identificar mi ser, mi lugar, mi deseo, mi objetivo y mi actitud, serán el primer paso para poder desandar el proceso de acción/reacción, e ir transformándolo en impacto/elección… Ése es el camino y método.

Ing. Daniel Martínez
Intendente de Montevideo

MONTEVIDEO PUEDE INNOVAR COMO CIUDAD INTELIGENTE EN LA REGIÓN

Las nuevas tecnologías de la comunicación llegaron para quedarse y se han transformado en herramienta importante en los procesos de participación. Montevideo está llamado en esta etapa a ser un eslabón estratégico en el proceso de desarrollo nación tanto en el área de infraestructura: la movilidad, la vialidad, la logística como en la democratización de la información en manos de las montevideanas y montevideanos.

Hace pocos días se difundió que la Intendencia de Montevideo es el organismo del Estado que recibe más entradas en su web. Este proceso de transformación que tenemos que profundizar significa una gran ventana de oportunidad. Por eso apostaremos a ser una ciudad referente en la región en el uso eficiente de los procesos administrativos y de las herramientas tecnológicas al servicio de los ciudadanos.

Desarrollaremos aplicaciones que potenciarán el vínculo de los ciudadanos con la Intendencia y los municipios, fomentando la participación de los montevideanos a través de la realización de propuestas para los barrios, votando, pero también actuando a través del monitoreo y el control ciudadano de la gestión en temas clave como el medio ambiente, la movilidad, el transporte, y la profundización de derechos del consumidor. La apuesta a la información es una apuesta a la transparencia.

Nuestros equipos se encuentran desarrollando una serie de aplicaciones que tienen como finalidad mejorar la difusión y la apropiación de la información por parte de la ciudadanía. A modo de ejemplo, tenemos que reponer parcialmente el arbolado público, retirando los árboles añosos y sustituyéndolos por árboles jóvenes. Por eso las aplicaciones virtuales permitirán que los vecinos voten para seleccionar las especies que serán plantadas a partir de una lista de especies ofrecidas.

La apuesta a la innovación se aplicará también en la gestión del tránsito. Por eso propusimos implementar la primera etapa del Centro de Gestión de Movilidad. Este incluirá el control centralizado del 65% de los semáforos de Montevideo (aprox. 400 cruces) y el control de los ómnibus a través del sistema GPS ya instalado. Estos dispositivos nos permitan mejorar la información de frecuencias, recorridos, horarios de llegada a las paradas y que a su vez los ciudadanos realicen propuestas para la mejora de los servicios.

En el ámbito de la cultura, en el marco del Plan de Valorización de Ciudad Vieja y Centro apostaremos a la mejora de los servicios hacia el turismo interno como el que viene del exterior a través de la consulta por medios virtuales sobre los posibles recorridos turísticos, explicaciones de los estilos históricos, información sobre espectáculos. También podrán contar sus experiencias en la ciudad y realizar propuestas de mejoras en los rubros que atienden la actividad turística.

Un Montevideo innovador, dinámico, con nuevas formas de participación y control de los ciudadanos de las tareas desarrolladas desde la Intendencia y los municipios significa un gran desafío. Existen experiencias exitosas en el mundo que podemos tomar como ejemplo para adaptarlas a la medida de nuestro querido Departamento. Por dicha razón, en conjunto con integrantes del equipo de trabajo estamos proyectando la visita a ciudades que son modelo como ciudades inteligentes.

Adaptar Montevideo pensando en el siglo XXI será tarea de todos, de quienes tendremos que cumplir funciones de gobierno pero también de los y las montevideanas que tienen mucho para aportar en lograr una ciudad que sea referencia de creatividad, innovación y posibilidades en la región.

Cuando el lector reciba esta Revista, ya estará editado este gran "MANUAL-ENCICLOPEDIA" de más de 600 páginas, con 130 TEMAS en sus diversos Capítulos, considerando también los aportes de los 33 autores rioplatenses invitados, cuya lista completa luce en la página 10 (más los dos Prologuistas).
De su Capítulo 14, titulado:
"LA (TRISTE) REALIDAD DEL MERCADO INMOBILIARIO URUGUAYO", extraemos este breve pasaje:

FALTA AÚN LA REGULACIÓN LEGAL DE LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA

Dr. Alfredo Tortorella
Director académico del ICIU
altorto@hotmail.com

Sin perjuicio de haber hablado ya sobre este tema, y de ser el principal foco del EPILOGO de este Manual-Enciclopedia, debo insistir en el desprolijo CAOS que reina en este Mercado, respecto al cual, pocos parecen interesarse por ponerle algún coto, y menos, combatirlo eficazmente (hablo fundamentalmente, de los legisladores pretéritos)! … Entonces, si no se combate bien, el caos se multiplica!

Pero, debo ser necesariamente breve, por razones pragmáticas, ya que, quizás (si Dios y los Legisladores actuales quieren), cuando el lector lea este libro, ya haya una bendita Ley aprobada… OJALÁ!

No tener una Ley regulatoria, que exija e imponga la Matriculación obligatoria para ejercer esta Profesión, provoca una sensación de desamparo para nosotros (y de desprolijidad, para el Mercado). En efecto, hoy al año 2015, cualquiera puede ejercer libremente la actividad o gestión inmobiliaria…y lo que es peor aún): sea INFORMAL, como FORMALMENTE!

Y para analizar bien este tema y sus causas generadoras, tenemos que dividirlo en partes. Y así apreciar el diverso grado de responsabilidad (o mejor dicho CULPABILIDAD) que le compete a cada uno. Y que el lector, luego juzgue (si es que ya no la tiene clara!):

A) AGENTES IMPROVISADOS:

Hoy se puede estimar que, más del 60% de los operadores, son improvisados y en varios casos, advenedizos y oportunistas "inter-mediarios", que poco tienen (como ya se ha visto a lo largo de este Manual) de Profesionales. Y cualquiera que disponga diariamente de algunas horas libres, lo toma como una "changa" o complemento a su actividad principal (funcionarios públicos, bancarios, docentes, etc.). Incluyendo, por supuesto a ciertos Profesionales Universitarios, más o menos afines a esta actividad… y demás "desocupados parciales", que no viene al caso (y no es necesario) enumerar aquí, porque todos ya los conocemos (y los padecemos)!... Ellos son los primeros en distorsionar el Mercado, ya que no tienen la formación necesaria, conocimientos suficientes (y a veces, ni siquiera básicos), y hasta poca (o viscosa) pulcritud ética… Pero, claro: algunos, tienen "mucha experiencia"! …Por ejemplo: ellos no TASAN (no saben hacerlo) y entonces, salen al mercado ofreciendo las propiedades al precio que les manda pedir el propietario-comitente, creando una descomunal "torre de babel" respecto a los valores que se suelen manejar. En el mejor de los casos, aplican burdamente la analogía, con el valor de UN pretendido "metro cuadrado (edificado)", que valdría una propiedad en esa zona, tal como escucharon o leyeron por ahí*… Y ni hablemos de conocimientos en áreas también vitales como lo son: jurídico-notarial, arquitectónico, contable-fiscal, etc. A estos improvisados, que no pagan impuestos, ni suelen tener ningún tipo de presupuesto operativo, les resulta muy fácil ser generosos con los Honorarios o comisiones que le ofrecen cobrar a los clientes de turno… Y éstos, a primera vista, no valoran que, tarde o temprano, "lo barato, les terminará saliendo caro"!... Acá cabe una distinción esencial: no molestan por ser "informales", sino por ser "INCOMPETENTES" (IMPROVISADOS); es decir: no interesa mucho a las inmobiliarias establecidas (ni al mercado de consumidores) que sean "informales", porque esta cualidad o categoría, es relevante sólo para el Estado-Fisco recaudador (llámese: DGI, BPS, Banco de Seguros, Ministerio de Trabajo, etc.).

*Tema central y fundamental, que será analizado crítica y profusamente, en el Capítulo 19 (Tasación realista y profesional).

B) CLIENTES GARRONEROS, Y/O INGENUOS Y/O MEZQUINOS:

El segundo lugar lo ocupa esta franja del zoológico humano. El que quiere aprovecharse del informalismo, y entonces, le echa más leña al fuego: evasores fiscales, gente que desprecia el trabajo ajeno, oportunistas, y otras especies despreciables de los representantes más fieros de la triste "viveza criolla"!... Discuten y no quieren pagar los impuestos, discuten y desconocen el quántum que marca los Aranceles, tratan de "jopearnos" la Comisión (mejor dicho Honorarios), tomando nuestra labor como una simple intermediación y no como una compleja actividad Profesional. Entonces, para ellos, nosotros somos vistos como saqueadores, como rapiñeros, siendo que en realidad, ellos lo son!... Y por eso, se disfrazan, mienten los nombres y los números de Cédula o de teléfonos, inventan la participación de algún amigo que se haga pasar por un Colega nuestro (falso), para "compartir" con nosotros el negocio; se niegan a firmar nuestra documentación, sea la autorización de venta, como las órdenes de visitas (dos de los documentos vitales que serán analizados en el Capítulo 16), etc.… Y algunos, son tan cretinos que invocan una "costumbre familiar", como en este ejemplo (que, lamentablemente no es solitario): "Yo no pago más del 1 % de comisión, porque he hecho ya muchos negocios así, y con varias Inmobiliarias y nunca llegamos a pagar más que eso!"!... y otras cosas por el estilo. Ante esto, nos vemos expuestos a soportar (a veces, impotentes) este manoseo, precisamente, por carecer de una justa Ley que nos ampare!... Y no quiero aquí abrumar, con más ejemplos de esta despreciable especie (la cual, será abordada exhaustivamente, al final

de este Capítulo, literal E: "clientes especímenes" *)!

*Quienes tengan algunos años de experiencia, podrán corroborar que pululan por doquier estos especímenes, y no es invento literario mío. Al final de este mismo Capítulo, literal E, encontrarán una "lista negra" de clientes "especímenes"… Y también de malos colegas (literal D).

C) LOS RENUENTES E INSENSIBLES LEGISLADORES:

Estos actores, con su negligencia, nos vienen despreciando (hasta ahora), por no querer entender un cúmulo de argumentos que le hemos venido dando en el último cuarto de siglo (pasaron los Partidos políticos de todos los colores!). Nos han relegado o "ninguneado", cometiendo con su desidia una aberrante ofensa, por omisión. No han querido entender que una cosa es la LIBERTAD, y otra bien diferente es el LIBERTINAJE!... Ejemplo: en el año 2000, se ha dictado la Ley N° 17.250 llamada, ampulosamente, de "Relaciones de Consumo", y conocida en la jerga como de "Defensa al Consumidor"… ¿De qué defensa me hablan, cuando permiten con su desidia que cualquiera actúe en el mercado inmobiliario, dejando el tendal, a diestra y siniestra y perjudicando a múltiples actores, casi a diario?... Entonces, así, "borran con el codo (del silencio) lo que han escrito con las manos…Y por si eso fuera poco, el Estado pierde muchos millones de Dólares anuales por ver reducida su recaudación Fiscal!... Y ni siquiera esa "ley del artillero" los ha logrado cambiar de opinión y de actitud. Pero, además, se han olvidado groseramente de 16 generaciones de estudiosos (ya vimos que son casi 1.500 a esta altura), que se han sacrificado en grado sumo, para egresar de una Carrera Terciaria de dos años, y que ven tristemente como nos les sirve para mucho todo lo que estudiaron, ya que, a su alrededor, pululan los falsos agentes e improvisados operadores, "vivitos y coleando", trabajando a la par de ellos (y obviamente, compitiendo deslealmente)!... Y cuando los Profesionales (Operadores Inmobiliarios egresados) deberían ser los portadores de la más alta dignidad, reciben por castigo una terrible decepción y frustración!... Algunos de los egresados de los Carreras, se quejan indignados (con razón!), por no comprender esa "parsimonia permisiva" o reiterada desidia… Algunos hasta me han preguntado: "¿no habrá una complicidad latente?... Porque, seamos sinceros: ¿a quién beneficia este caos que venimos arrastrando?".. (Cada cual, sabrá sacar sus propias conclusiones)!

Como ya adelanté, en el EPÍLOGO (al final de este libro) podrán ver, resumidos, algunos de los principios o argumentos, que ya están, desde hace años, en poder y conocimiento de los sucesivos legisladores de las Comisiones de Legislación y Códigos, pero, igualmente, siguen "cajoneados" y vienen tornándose amarillentos!... También hemos hecho referencia a sabias leyes, argentinas y brasileras, que desde hace décadas, están vigentes en estos países vecinos, con los cuales, deberíamos igualarnos, "hacia arriba", por supuesto!

No alcanza pues, con tener razón…

Ésta, lamentablemente, si está sola, no tiene fuerza; es mirada como una "ingenua debilidad" (o como una esperanza vana). Entonces, debemos lograr convencer a quienes tienen el sartén por el mango (y hasta ahora), vienen aplicando sólo la razón de la fuerza, o como sucede en este caso, del olvido!

CONFÍO obviamente en el buen tino, sensibilidad y responsabilidad de los flamantes Legisladores que acaban de asumir, en cuyas manos, ahora estamos…

Esperemos que, como dice la parte final de nuestro Himno Nacional: "SEPAN CUMPLIR"!

Dr. Alfredo Tortorella
Director del I.C.I.U.

CONTRIBUCIÓN INMOBILIARIA
SU ANÁLISIS Y LA PROMESA DE UN NUEVO FISCALAZO

Dr. Esc. Juan Manuel Garino

Dicho impuesto resulta el más gravoso para todos los montevideanos y se ha vuelto un tema de gran repercusión durante la presente campaña por la elección departamental. Es fijado por el Estado a través de la Dirección Nacional de Catastro y sirve como base de cálculo para los impuestos que gravan la propiedad inmueble como la Contribución Inmobiliaria, Primaria, Impuesto a la Transmisiones Patrimoniales y Patrimonio. A estos además hay que agregarle otros tributos que afectan la vivienda: el IRPF a los alquileres, gastos comunes, Impuesto de Puerta, entre otros.

Los departamentos se remiten a la tasación que hace Catastro para fijar la base de cálculo de la Contribución Inmobiliaria. A la hora de fijar las tasas los municipios toman en cuenta que el Valor Real de Catastro es inferior al valor de mercado. Pero ello está por cambiar.

Me propuse estudiar qué dicen y qué han hecho desde el gobierno Departamental y Nacional con la Contribución Inmobiliaria. En el programa común de Martínez y Topolansky se destinan dos líneas que transcribimos: "CATASTRO / POLÍTICA TRIBUTARIA.- La Intendencia Departamental lleva adelante una política de justicia tributaria con ¬el criterio "que pague más el que tiene más". Si bien no hay una normativa que obligue a la Intendencia a regirse por el catastro, por su uso, por ser consuetudinario, ocurre así de hecho. Proponemos aprobar una normativa clara, que permita ejercer plenamente la potestad autonómica departamental para adecuar el valor de la propiedad de inmuebles tomando como referencia el valor del mercado inmobiliario."

O sea que se quiere llevar el valor Catastral (es un valor fiscal, no de mercado) a valores de mercado. Usted ciudadano puede ingresar a la web de catastro y se va a dar cuenta que el valor catastral de su casa hoy es menor que el de mercado, y de ganar el Frente Amplio va a ser aumentar en dos o tres veces, y, automáticamente le van a aumentar los impuestos que toman como base de cálculo dicho valor (Contribución Inmobiliaria, Primaria, Patrimonio e ITP).

Tener en cuenta que la propuesta del Frente Amplio no incluye cómo bajar el valor real si el mercado inmobiliario cae, y sólo se promete multiplicar por varias veces el monto del valor real. Créame si le digo que ésta va a aumentar y por encima de la media de los ingresos. La meta es clara: duplicar o triplicar el valor catastral. ¿Cómo? ¿De qué forma? Ya lo hicieron en el 2006 por medio de "un convenio". De la propia web de Catastro surge que esto ya se hizo por acuerdo entre la IMM y Catastro: "2006.- En materia de uniformización de valores, mediante un convenio celebrado con la Intendencia Municipal de Montevideo, se actualizaron y uniformizaron la totalidad de los valores reales de la tierra alcanzando 200.000 padrones urbanos.

De la misma forma que ya lo hicieron lo harán nuevamente. En aquella oportunidad operó un aumento ilegal, con sentencias desfavorables en el TCA anulando dichos aumentos los cuales habían superado en algunos casos el 300 y 400% el Valor Real y, por ende, resultaron desproporcionados, excesivos e ilegales.

Reitero que la propia Justicia anuló dicha tasación por acuerdo entre la Intendencia y Catastro para quienes accionaron por no respetar lo dispuesto por las leyes 12.804 y 13.782, así como violentar el principio de certeza jurídica del Administrado frente a los tributos que debe pagar y carecer de motivación suficiente. La motivación en el Derecho Administrativo consiste en un conjunto de elementos democráticos como el conocimiento de lo resuelto por el Estado hasta el respeto del ordenamiento jurídico nacional, incluidos los principios de Derecho que rigen en la materia (sentencia 776/2010 del T.C.A.).

Nadie puede gravar la vivienda duplicando o triplicando la Contribución Inmobiliaria de un año para otro, sorprendiendo a los vecinos buenos pagadores. Siempre los sorprendidos son los buenos pagadores.

Como se dijo, el aumento desproporcionado e ilegal ya ocurrió en 2006. Operaron aumentos catastrales de forma desproporcionada y hoy se anuncia en el programa de gobierno actual del Frente Amplio para Montevideo como se citó. Por eso, cuando la oposición advierte que ello va a pasar, sepa ciudadano que el aumento de Contribución Inmobiliaria se promete hacer hoy por escrito y que ya se hizo.

Departamento de Estudios Económicos

RESÚMEN ENCUESTA DE ACTIVIDAD COMERCIO Y SERVICIOS

PRIMER TRIMESTRE 2015

1. Según los datos obtenidos en el marco de la realización de la Encuesta de Actividad del Sector Comercio y Servicios, en el primer trimestre del año la actividad comercial registró un crecimiento menor respecto al año anterior, en la mayoría de los sectores considerados.

2. Durante estos primeros meses del año, el efecto más notorio, ha sido la apreciación del dólar. Aquellas actividades con un componente fuerte de bienes transables sufrieron de manera más profunda este aspecto, el cual tiene sus efectos negativos en los niveles de demanda y por lo tanto en el resultado de la actividad comercial.

3. En efecto, las importaciones de artículos duraderos se ha reducido en este período en la casi totalidad de los sectores, respondiendo a la estrategia de las empresas de realizar ajustes en los niveles de stock de la mercadería.

4. Al mismo tiempo, en algunos rubros la evolución de los precios en el mercado interno no ha reflejado el encarecimiento que han tenido los artículos importados en moneda local. Esto responde a la estrategia seguida por muchas empresas de no trasladar a precios los mayores costos de reposición de la mercadería, de forma de no afectar negativamente aún más el nivel de demanda del mercado interno.

5. Por otra parte, el incremento de los costos por encima del precio de venta significa un sacrificio en términos de rentabilidad por parte del sector empresarial, lo que ha llevado a revisar con mayor detenimiento la estructura de costos y en algunos casos realizar ajustes o postergar inversiones.

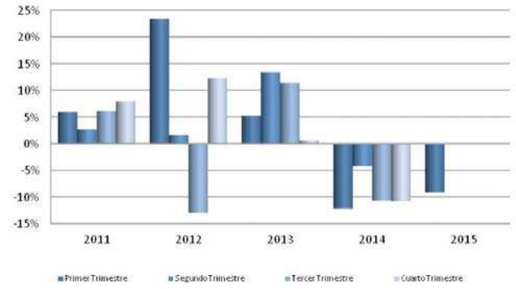
6. Bajo este contexto, los rubros que mostraron un comportamiento más adverso son nuevamente los relacionados con los bienes duraderos de carácter importado, en particular, electrodomésticos, ferreterías mayoristas, maquinaria agrícola, y vehículos, en especial camiones y ómnibus.

7. Asimismo, se constató nuevamente un deterioro en los servicios del sector hotelero producto de la profundización del entorno regional negativo.

8. Las ventas en Supermercados por su parte, no registraron variaciones respecto al año anterior en términos reales, es decir que se encuentran estancadas. De esta forma, la tendencia iniciada a partir de 2013 donde comenzó a observarse una desaceleración en las ventas, que incluso llegó a tomar valores negativos en algunos períodos se ha mantenido en el comienzo de 2015.

9. En relación a la venta de electrodomésticos, las ventas en términos reales en las casas especializadas en este tipo de artículos continuaron cayendo en el primer trimestre de 2015 (-9,2%), manteniendo así la tendencia observada a lo largo del año pasado. El encarecimiento relativo de este tipo de artículos ha tenido un notorio efecto negativo en el resultado de las ventas reales. En contraste con lo ocurrido en un escenario de "dólar barato", donde se produjo un boom importante en la venta de electrodomésticos y un fuerte recambio tecnológico en los hogares, se aprecia actualmente una moderación importante en los niveles de venta respecto a períodos previos, de acuerdo a las opiniones recogidas.

Variación real de ventas en Casas de Electrodomésticos



10. En el caso de la venta de electrodomésticos en Supermercados, los datos muestran la misma tendencia, es decir una contracción en las ventas de -18,1% en el primer trimestre, que a su vez se profundiza respecto al último trimestre del año anterior.

11. El sector Vestimenta, concretamente las ventas de Vestimenta para Dama, continuaron en el inicio de 2015 mostrando signos de recuperación (crecimiento de 6,0%) luego de un mal año 2013, donde incidió en forma notoria el turismo de compras hacia Argentina. La Vestimenta Masculina por su parte, también mostró un mejor desempeño sobre fines de 2014 y en el comienzo del año 2015, tasas de crecimiento del 3,9% y 2,7%, respectivamente. Por su parte el sector Calzado, en las casas especializadas, también mostró en el primer trimestre signos de recuperación luego de la caída mostrada a lo largo del año 2014, alcanzando un crecimiento moderado al inicio de este año del orden del 3,0%.

12. A nivel global de la economía uruguaya se ha venido observando una reducción en los niveles de inversión del sector privado, hecho que repercute en forma negativa aunque con cierto rezago en las ventas de los diferentes comercios vinculados con el sector de la Construcción. Concretamente, las ventas de las Ferreterías Mayoristas mostraron una tendencia a la baja en el comienzo del año luego de

un crecimiento moderado en el 2014, en el primer trimestre del año sus ventas reales cayeron -4,1%.

13. En el mismo sentido han evolucionado las ventas en Ferreterías y Pinturerías minoristas, que a pesar de mostrar un crecimiento moderado mantienen una tendencia a la baja. Mientras que en el cuarto trimestre de 2014 habían crecido un 4,0%, comienzan este año con un magro crecimiento de 1,7%. Esto se percibe en particular en lo que tiene que ver con las ventas en mostrador, lo cual reduce el flujo de caja de las empresas.

14. La reducción en los niveles de inversión del sector privado, afecta también en gran medida el ramo de las Ferreterías Industriales, que presentan trimestre a trimestre caída en sus niveles de venta. En concreto, de acuerdo a lo informado por los empresarios consultados, se ve con preocupación las dificultades que están atravesando algunas empresas constructoras para finalizar sus proyectos y por lo tanto los efectos que tiene esto en los niveles de demanda.

15. Por último, en lo que tiene que ver con el comportamiento de los servicios se destaca el resultado de las ventas por servicios de alojamiento en el conjunto de Hoteles tres y cuatro estrellas, las cuales mostraron una contracción en el primer trimestre. Esto refleja las dificultades que atraviesa el sector como consecuencia de la situación regional adversa que se ha profundizado especialmente a partir de la segunda mitad del año pasado.

16. Si bien en años anteriores la menor afluencia de turistas argentinos había sido parcialmente amortiguada por la llegada de público brasileño, la situación económica de aquel país se ha deteriorado, produciendo un efecto negativo notorio para Uruguay en materia de servicios. En particular, empresarios consultados han informado sobre numerosas cancelaciones de reservas hoteleras provenientes de Brasil para los próximos meses.

17. A continuación se presenta el cuadro resumen de las tasas de variación de las ventas en términos reales para todos los rubros considerados:

Tasas de Variación Interanual de las Ventas en términos reales, en Montevideo

Sectores	Primer Trimestre 2015
Art. de Bazar	
En Bazares	-4,4%
En Sup. Y Coop.	-2,6%
Confiterías	-1,8%
Electrodomésticos	
Casas de electrodom.	-9,2%
En Sup. y Coop.	-18,1%
Ferreterías Mayoristas	-4,1%
Ferret. Y Pinturerías	1,7%
Ferreterías Industriales	-0,8%
Pinturerías	1,3%
Ópticas	5,3%
Jugueterías	7,7%
Supermerc. y Coop.	0,0%
Vestimenta en Gral.	
Vestimenta Dama	6,0%
Vestimenta Caballero	2,7%
Calzado	3,0%
Autos y Camionetas*	-0,4%
Camiones y Ómnibus*	-23,4%
Ciclomotor hasta 50cc	96,0%
Motocicletas hasta 125cc	18,0%
Barracas	-3,1%
Repuestos Automotrices	0,2%
Maquinaria Agrícola*	-24,1%
Agencias de Viaje	-4,4%
Hoteles 3 estrellas	-4,1%
Hoteles 4 estrellas	-2,8%
Servicios Informáticos	2,3%
Software	39,7%
Hardware	4,3%

18. A modo de conclusión es posible establecer que la actividad comercial continúa atravesando, un proceso de desaceleración, convergiendo a tasas de crecimiento cada vez más pequeñas y en algunos sectores resultando incluso negativas, tal como se ha comentado en informes anteriores.

19. Si bien las variables relevantes para la demanda de bienes de consumo por parte de las familias, en particular, el ingreso real de los hogares y los niveles de empleo permanecen estables, la predisposición a su compra se ha deteriorado, principalmente sobre los bienes duraderos.

20. De esta forma los empresarios han revisado sus expectativas adaptándose a las nuevas condiciones que se presentan más inciertas: menor dinamismo de la demanda del sector privado, mientras que a nivel del sector público el gasto del gobierno tendrá que procesar un ajuste en el mismo sentido evitando deteriorar aún más el resultado de las cuentas públicas.

21. Si bien algunos sectores de actividad relevados por la encuesta aún mantienen niveles positivos en la variación de sus ventas en términos reales, en la casi totalidad de ellos se ha producido un deterioro en términos de rentabilidad, reflejando que la evolución de precios no incorpora cabalmente la ecuación de costos, lo que está llevando a las empresas a realizar determinados ajustes para amortiguar dicho efecto negativo sobre los niveles de rentabilidad.

22. Bajo este contexto, el aumento de los costos laborales se presenta como una de las principales preocupaciones del sector empresarial. A su vez, al costo salarial deben sumársele el costo tributario, las tarifas públicas y los costos asociados al proceso de comercialización, los cuales en un contexto de menor dinamismo de la actividad comercial se hacen cada vez más pesados y difíciles de enfrentar.

23. Los sectores comerciales que se presentaron más sensibles a este escenario de menor actividad económica son los relacionados con la venta de bienes duraderos, y de inversión, maquinaria, herramientas, vehículos y artículos para la construcción. Queda en evidencia que la actividad comercial continúa presentado signos de debilitamiento que se condicen con la evolución de la economía en su conjunto.

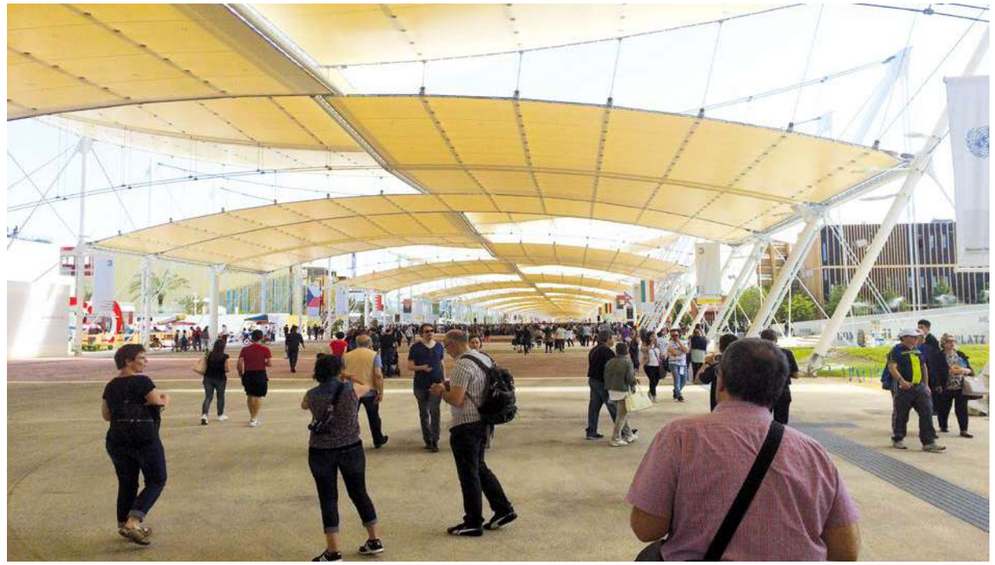
24. Para el año 2015, se deberá seguir de cerca el desarrollo de los acontecimientos que se están dando a nivel internacional: fortalecimiento del valor del dólar, caída en los precios de los commodities, menores niveles de actividad económica y depreciación de las monedas de las principales economías emergentes.

25. A su vez a nivel de la región, Brasil se transforma en una pieza clave, no sólo por ser el segundo principal socio comercial de Uruguay sino también por un ambiente de negocios tenso y de preocupación que se genera en la región y que afecta negativamente las decisiones de consumo y de invertir por parte de los agentes privados.

Montevideo, 19 de mayo de 2015.

URUGUAY EN MILAN EXPO 2015

La actual Expo de Milán es impresionante , tuve la oportunidad de visitarla días pasados en el mes de Mayo, me encontraba en Roma y por supuesto con otros compañeros de america latina que estábamos trabajando en el Palazzo Montecitorio preparando un encuentro entre legisladores Italianos y latinoamericanos junto al Senador Claudio Zin y el onorevole Ricardo Merlo nos planteamos que aunque sea por unas horas teníamos que ir. Por supuesto que acompañados de Brasileros y Argentinos , cada uno con la expectativa además de ver en general algo de la exposición universal , sacando pecho de cual de los pabellones nacionales seria el más representativo, el más interesante.

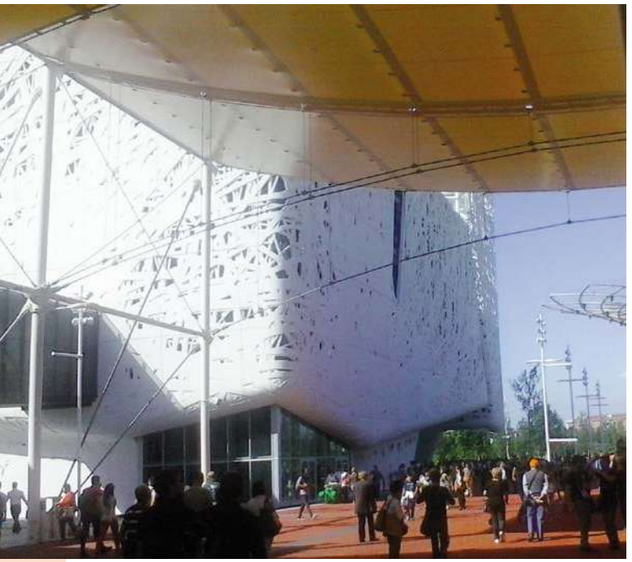


Arq. Aldo Lamorte

La actual Expo de Milán es impresionante , tuve la oportunidad de visitarla días pasados en el mes de Mayo, me encontraba en Roma y por supuesto con otros compañeros de america latina que estábamos trabajando en el Palazzo Montecitorio preparando un encuentro entre legisladores Italianos y latinoamericanos junto al Senador Claudio Zin y el onorevole Ricardo Merlo nos planteamos que aunque sea por unas horas teníamos que ir. Por supuesto que acompañados de Brasileros y Argentinos, cada uno con la expectativa además de ver en general algo de la exposición universal , sacando pecho de cual de los pabellones nacionales seria el más representativo, el más interesante.

Las exposiciones Universales siempre generan un espacio de difusión de identidades de los distintos países que la componen, a través de los años han marcado historia y a veces son el comienzo de tecnologías que luego se aplicaran en la realidad arquitectónica de muchas ciudades, también son el espacio y tiempo para emprender y proyectar productos, empresas, sistemas así como posicionar países expositores , marca País como a nosotros nos gusta muchas veces utilizar .

La exposición es extraordinaria , tecnología de punta y mucha inversión para mostrar lo mejor de cada país,el pabellón del país anfitrión Italia desbordante de diseño arquitectónico con una malla de hormigón prefabricado interactuando con vanos de cristales de alta tecnología , pero también llaman la atención la presencia de pabellones de países muy pobres que



hicieron una apuesta muy fuerte como Angola por ejemplo.

Una organización espacial en general de la Fiera muy buena con un corredor central con lonas tensadas de ultima generación, donde se van sucediendo los distintos stands. A esto se suma un colorido especial de artistas , de representaciones, de música en vivo todo dando un colorido muy especial. A su vez mucha gente nosotros llegamos en un tren de alta velocidad a Milan y luego nos trasladamos en metro que nos dejo justo en la Fiera .

Todo pensado para llamar la atención y cada stand compitiendo en captar la mayor cantidad de visitantes posibles para mostrar sus bellezas, cualidades, productos. Como el stand de Uruguay quedaba mas al fondo, visitamos primero el de Brasil , por supuesto espectacular, abierto con vegetación un gran contenedor en acero oxidado , con una malla que generaba algo lúdico donde cientos de visitantes entraban y desarrollaban una experiencia compartida desplazándose dentro del espacio y visualizando productos y vegetación con lugares específicos de exposición y mucha alegría brasilera. Insistí en visitar el de Uruguay y allí nos trasladamos.

La expectativa se basaba en las informaciones que se habían brindado del stand donde se comunico que para su construcción, mantenimiento y desmontaje, en agosto de 2014 se lanzó una licitación pública internacional. La empresa Campana Costruzioni, reconocida firma de Brescia, fue seleccionada para llevar a cabo la construcción y La dirección técnica, responsabilidad de arquitectos e ingenieros de la empresa MSC Associati de Milán

A su vez se nos decía que El pabellón uruguayo cuenta con diversos espacios interpretativos que ofrecen al visitante una experiencia – país multi sensorial.

Tambien se comento que el recorrido inicia en el jardín del pabellón, donde el público tiene un primer encuentro con la información acerca de Uruguay. Las personas ingresan luego a una rampa sonora, donde podrán vivir una experiencia sensorial atravesando distintos paisajes del Uruguay.

Los visitantes ingresan entonces a una sala donde se sumergen en un corto cinematográfico proyectado sobre pantallas de brazos robóticos que rodean al público. Se trata de una producción original, filmada

en 4K, cuyo guion refleja, desde un diálogo entre generaciones, la tradición del Uruguay, los avances del país en materia de producción agrointeligente, trazabilidad, energías renovables, tecnología aplicada a la educación en el Plan Ceibal, y pinceladas de nuestros paisajes, nuestra identidad y cultura.

El recorrido finaliza en el espacio gastronómico donde las personas podrán degustar las bondades de la mejor cocina y parrilla tradicional uruguaya.

Esto es lo que se nos dijo y creo la expectativa natural.

La experiencia real fue que al llegar con las ansias del viaje y la competencia casi futbolera con argentinos y brasileros el primer impulso fue sumergir a nuestros compañeros de viaje en el stand, a lo cual fuimos interrumpidos abruptamente por una señorita que al sentir el español nos dijo fuertemente

Un momento Señor ….saque numero!!! Nuestra sorpresa mayúscula viendo que casi no había gente , va no había gente entrando . Su mano se extiende y nos señala en la otra punta un escritorio con una muchacha que en una pantalla administraba números para distintas horas porque solo entraban 40 por turno , a lo cual debíamos esperar casi media hora. Si uruguayos era el stand de Uruguay no vaya a ser cosa de ser fácil o ameno se debe cumplir con algo administrativo y burocrático por supuesto nuestra identidad bien presente.

Nuestra sorpresa y desaire frente a nuestros compañeros fue clara. Por suerte nuestro hermano argentino hablo con la señorita de la entrada y conseguimos entrar antes a ver el spot publicitario, el stand no presenta nada en su interior sin identidad mientras que no se pasa el spot no hay nada para ver…increíble. Imaginemos solo 40 personas cada media hora.

Realmente impensable para el esfuerzo que se esta haciendo de inversión , acotar deliberadamente la entrada no tiene sentido alguno.Nos quedaba la esperanza que el spot fuese sustancial, lamentablemente otra decepción . Un spot melancolico , mirando mas al pasado que realmente no representa a Uruguay, algunos toques de agro uruguayo no muy vendedores, alguna referencia gay de los uruguayos(inaceptable) y referencias muy pobres , muy pobres de turismo. Lo pueden ver en you toube o +info: www.expo2015uy.com

El esfuerzo de inversión no se ve reflejado en un resultado vendedor, atractivo y menos que menos convocante, una lastima , creo que estamos a tiempo de corregir cosas.

NOVEDADES SOBRE LA LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA

El pasado 16/04/2015 tuvo lugar una charla sobre el proceso de inclusión que impulsa la referida Ley .En dicha oportunidad, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), en la figura del Ec. Martín Vallcorba, evaluó dicho proceso y dio a conocer novedades al respecto.

Cr. Fabián A. Biasco
Master en Derecho y Técnica Tributaria
Asesor Fiscal – Docente Universitario
contadorbiasco@gmail.com

Por el presente artículo, me permito realizar un resumen de los comentarios allí efectuados.

1. Arrendamiento, subarrendamientos y créditos de uso de inmuebles

Como Ustedes recordaran, el pago de alquileres y similares, superiores a 40 Bases de Prestaciones y Contribuciones (BPC) anuales, aproximadamente $ 113.000, debía comenzar a efectuarse por medio de acreditación en una cuenta abierta de una Institución de Intermediación Financiera (IIF) desde el 1° de diciembre de 2014. Esta medida sería postergada hasta el 1° de diciembre del 2015.

Asimismo, se prorrogaría hasta el 1° de setiembre del corriente la notificación de la aludida cuenta en donde deben acreditarse los pagos de referencia.

Téngase presente que los arrendadores y similares que acepten pagos en efectivo, que no identifiquen correctamente las cuentas en los contratos, o que acuerden un medio de pago distinto al previsto, serán multados con tres veces el precio mensual pactado en el contrato.

2. Compraventas de inmuebles, autos y grandes operaciones

Dichas operaciones que impliquen el traspaso de montos superiores a 40.000 Unidades Indexadas (US$ 5.000 aproximadamente), en el caso de que una de las partes sea persona jurídica, y en todas las operaciones superiores a 160.000 Unidades Indexadas (US$ 20.000 aproximadamente), debían efectuarse en medios de pago electrónico, cheques certificados cruzados no a la orden o letra de cambio cruzadas a nombre del comprador desde el 1° de junio de 2015.

Al igual que en el caso de los arrendamientos y similares, la vigencia se postergaría hasta el 1° de diciembre de 2015.

La multa para este caso equivale al 25% del monto abonado en efectivo, siendo solidariamente responsable quien realiza y quien recibe el pago.

3. Pago de tributos y a proveedores del Estado

El texto del artículo 43 de la Ley, dispone la obligación en relación al pago de tributos nacionales mediante medios de pago electrónico, certificado de crédito emitidos por la DGI o cheques diferidos cruzados no a la orden.

Dicha obligación no aplica para pagos cuyo importe sea inferior a 10.000 Unidades Indexadas (aproximadamente $ 30.000).

La fecha prevista para la entrada en vigencia es el 1° de junio de 2015, no se prevé su postergación, sin perjuicio de lo cual, en la charla no se brindaron mayores detalles al respecto.

Por otra parte, el 1° de julio entrará en vigencia el pago a proveedores del Estado , en tanto y en cuanto, los valores sean superiores a $ 6.000 (aproximadamente) por medio de acreditación en cuenta de una IIF. Su plazo original era el 1° de diciembre de 2014.

4. Cronograma

Puede observase en la siguiente representación el cronograma de las postergaciones elaborado por el MEF.

5. Otras consideraciones

La segunda etapa del proceso de inclusión, que abarca al pago por medio de transferencias bancarias o dinero electrónico de salarios, beneficios sociales, jubilaciones, tiques alimentación y de servicios profesionales, aguarda por la autorización del Banco Central del Uruguay (BCU).

Asimismo, una vez aprobado el correspondiente decreto reglamentario, los trabajadores que hoy cobra en efectivo accederían a una cuenta bancaria sin costo y cobrarían su salario por medio de una tarjeta de débito.

MEJORAS EN RENTABILIDAD

Desde el año 2012 a la fecha, la demanda de alquileres en España se ha disparado un 42%.

José Luis Pérez Collazo
Corresponsal España

Luego de siete años de depresión, todo indica que la vivienda en el mercado residencial, vuelve a tomar impulso y se presenta como una buena inversión, sobre todo por la gran rentabilidad que ofrece hoy por hoy el alquiler. Los inversores que buscan rendimientos superiores a los de los depósitos y la deuda pública se han lanzado a la caza de inmuebles en localizaciones buenas y con demanda, para ponerlos en alquiler.

Los datos refrendan esta tendencia, ya que el alquiler de un inmueble residencial ofrece una rentabilidad bruta anual que ronda el 5,3%, tratándose del mayor porcentaje registrado desde junio de 2003.

Es un momento propicio para invertir en vivienda para alquilar, sobre todo para inversores pequeños. El precio de los pisos comienza a subir y el arrendamiento también, por lo que el mercado se encuentra en un impasse de rentabilidad elevada y sin mucho riesgo.

Vuelve a aumentar el porcentaje de clientes que prefiere arrendar a comprar, en el año 2001 era 11,4% y la tasa actual es del 19%. Sólo en los tres últimos años el mercado de alquiler ha sumado más de un millón de pisos y es un 42% más grande.

El precio de los inmuebles está comenzando a subir, en concreto un 2,65% en el primer trimestre del año. Esta tendencia del ladrillo hacia la estabilidad apunta a una moderación en las rentabilidades que ofrece el alquiler.

Siguen siendo las zonas prime de las grandes ciudades, las que ofrecen oportunidades más seguras, por su gran demanda, aunque sin rentabilidades desorbitadas.

En barrios como el distrito madrileño de Retiro, un piso puede tener una rentabilidad anual del 4,2% y en zonas de Goya (Madrid) rondaría el 4,7%. La constante en este mercado indica que las mejores ubicaciones son las más interesantes para alquilar. Por lo general siempre aumentan su precio y no hay riesgo de morosidad ni de demanda.

En otra área de inversión, siempre se sitúan los inmuebles que ofrecen rentabilidades mayores que la vivienda, como los locales comerciales. En ciudades como Madrid, su rendimiento es de 7,2% y las oficinas 6,7%.

Cr. Carlos Saccone
Senior Investment Advisor - HSBC Premier

EL TECHO DEL DÓLAR

El Equipo de Estrategia de Monedas de HSBC piensa que el vertiginoso avance en la cotización del dólar de las últimas semanas está llegando a su fin, si es que no ha terminado ya. Naturalmente, existen aún circunstancias en las cuales se podría repetir un episodio más de avance, pero es nuestra opinión que este momento representa el principio del fin para el avance en la moneda norteamericana. Las subas previstas ya se han materializado. A continuación un resumen de lo que está detrás de este razonamiento y cuánta de esta lógica aplica también al Uruguay.[1]

"Disfrute de la fiesta, pero baile cerca de la salida", afirma un dicho japonés.

Esta es una sugerencia que perfectamente podría ser aplicada al momento que está experimentando el dólar a nivel global. De acuerdo al consenso actual del mercado las subas del dólar parecen que no fueran a terminar nunca. Entendemos que sería prudente desafiar esta perspectiva complaciente y profundizar en las circunstancias que determinan tendencias recientes y porqué éstas condicionan un mayor avance: el dólar ya ha subido mucho, contra el euro aumentó más de 20% en un año, más de 30% contra el real, y cerca de 15% contra el peso Uruguayo. Al analizarlo contra una canasta de monedas conocida como DXY desde 1967 observamos que el avance ha sido rápido y material. Pensamos que las circunstancias son muy distintas a las que impulsaron las 2 "mega subas" que se observan en la Gráfica 1 y que esta vez, aspectos económicos estructurales en EEUU condicionan que se repita.

Grafico 1: evolución del dólar desde 1967 contra canasta de monedas. El recuadro rojo muestra la apreciación de los últimos meses. En la década de 1980 la tasa de interés de referencia en USD llegó a 20% y a fines del año 2000 estaba en 7%. No están dadas las condiciones para repetir tasas de interés de esa magnitud en el horizonte relevante para la toma de decisiones, lo que condiciona futura apreciación del dólar. (fuente: Bloomberg)

Otro aspecto fundamental es que las medidas de política monetaria que se tomarán a nivel de los principales bancos centrales, ya están "incorporadas en el precio". Esto es, muy pocos dudan que la Reserva Federal de los EEUU subirá la tasa de interés este año o a principios de 2016. Pueden existir diferencias en cuanto a si será en la reunión de setiembre, diciembre o enero próximo Pero prácticamente todo el mercado piensa que se producirá en los próximos meses. De esta forma las posiciones ya han sido construidas con este view en la mente. Una suba de tasas por parte de la Fed en 2015 o principios de 2016 y luego una suerte de monitoreo permanente de los datos económicos para ir evaluando de eventuales aumentos adicionales. En todo caso, ya está en el precio y lo que demanda el mercado es "DECIME ALGO QUE YO NO SEPA". Esta es otra razón para que el fortalecimiento del dólar se detenga en el corto plazo.

Adicionalmente, lo que demuestra la evidencia empírica es que una vez que la Reserva Federal comienza a subir tasas de interés el avance se "desinfla". Esto es lo que ha sucedido durante los 4 ciclos de subas de tasas de interés en los últimos 30 años.

La argumentación de HSBC contra más subas en el dólar descansa en que también se pueden encontrar motivos en otras áreas como ser:

1) la tolerancia de EEUU para un fortalecimiento de su moneda también tiene sus límites,

2) la tónica alcista del mercado parecería estar en todos lados, me hace acordar a un famoso operador de Wall Street que decía "Cuando todos piensan lo mismo, seguramente ocurra lo contrario".

3) Las valuaciones revelan un dólar caro medido a través de paridad de poderes de compra.

4) Esto sumado a la evidencia que indica que el dólar se debilita durante los primeros meses del ciclo de suba de tasas

¿Qué pasa en Uruguay?

Uruguay es un país pequeño y expuesto a la situación económica regional. Lo que muchas veces ocurre es que el primer impacto que recibimos es el que reciben otros países de nuestra región y luego, con cierto rezago, nos vemos influidos por las tendencias globales. Parte es mérito propio por medidas del gobierno que han reducido la volatilidad natural, y parte por nuestro tamaño.

El peso uruguayo se depreció cerca de 10% durante los últimos 2 meses cifra que al anualizarse resulta

en algo así como 80%, llegando a una cotización de 27 pesos por dólar en operaciones al público. Por otra parte, durante los últimos 2 años el dólar subió más de 40% en Uruguay, ajustándose apropiadamente al contexto internacional, aunque evitando la volatilidad propia de otras monedas como el real.

Es por esto que en ausencia de factores internos que puedan convertirse en disparadores de volatilidad y hacer que baje el peso más que suba el dólar, como sí lo experimentan nuestros vecinos al encontrar sus economías envueltas en recesión, corrupción, escándalos políticos, pensamos que en Uruguay también las mayores probabilidades indican que la serie de vertiginosas alzas del dólar podría estar llegando a su fin.

Es muy importante sin embargo continuar el camino iniciado que reduce la dependencia de nuestros vecinos. Buscar nuevos mercados y diversificar el destino de nuestras exportaciones reducirá nuestra vulnerabilidad a los países grandes de la región que, desafortunadamente, no aprenden las lecciones del pasado. La proyección de HSBC es la de un dólar a 27 pesos en Uruguay a fin de año.

Por supuesto que esto es dicho desde una perspectiva que asume que ningún disparador de aversión al riesgo global se produzca, como sí podría ser:

1) Un colapso del euro debido a miedo de fractura de la Eurozona

2) Nueva legislación de EEUU para forzar la repatriación de ganancias de compañías EEUU en el exterior

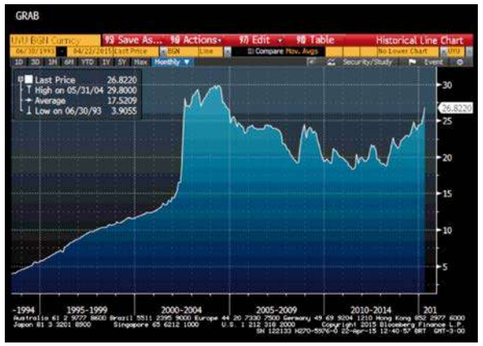
3) Incapacidad de países emergentes de administrar el fortalecimiento del dólar y posterior impacto en sus exportaciones

4) En la región, un default de Venezuela, peores desde Brasil o la continuidad del kirchnerismo radikal en Argentina.

Estos 4 puntos serían todas potenciales disparadores de aversión al riesgo y por ende generadores de potenciales momentos puntuales de aumento del dólar (¿oportunidades de venta?)

El mensaje aquí es que mayores avances del dólar contra nuestras monedas a esta altura sería más probable que sucediera por debilidades propias que por fortaleza ajena. Hasta ahora la depreciación de las monedas emergentes ha sido una combinación natural de entusiasmo por el dólar y dificultades locales. Para una profundización de estos eventos se necesitarían tasas a largo plazo también más altas.

En este momento con la tasa a 10 años cercana a 2% y las proyecciones de HSBC que dan una tasa de 2.50% para fin de 2015 no es este el escenario central. De forma tal que lo que debería dominar las cotizaciones, son los eventos locales. Uruguay está en una situación relativamente ventajosa con respecto a otras economías latinoamericanas por su prudente manejo macroeconómico, por lo que en las circunstancias actuales no parece mala idea ser vendedor de dólares a 27 pesos para colocarse en moneda local a corto plazo. En definitiva, las subas del dólar a nivel global están a punto de comenzar a perder su impulso.



Dólar en Uruguay. 1993 - 2015

TUCASAAQUI.com.uy
El sitio exclusivo para inmobiliarias.
Más de 17.000 propiedades publicadas todos los meses y con beneficios para los socios
Con este sistema podrás gestionar tus propiedades y publicarlas simultáneamente en:
gallito.com
El Libro de los Clasificados Tomo Inmuebles
2908 9999 int. 364 - info@tucasaaqui.com.uy
más audiencia, mejores resultados.
gallito.com
Avisos nuevos todos los días
EL PAIS
PRIMERO SIEMPRE

EL MEF PRORROGÓ LA ENTRADA EN VIGENCIA DE ALGUNAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Dr. Leandro Mestre
MFL Abogados
lmestre@mfl.com.uy

La Ley de inclusión financiera No. 19.210, tiene como objetivo central reducir la utilización del dinero en efectivo como medio de pago, para lo cual se creó la figura del "dinero electrónico", a los efectos de mejorar la seguridad de las transacciones y reducir la evasión fiscal, entre otros cometidos.

Como hacíamos referencia en entregas anteriores, las disposiciones de esta ley son de orden público, es decir, las partes en un negocio determinado no pueden ponerse de acuerdo para dejar sin efecto estas soluciones. Las sanciones en caso de incumplimiento van desde la declaración de nulidad de un negocio hasta la aplicación de sanciones económicas para los participantes.

Por decreto No. 168/2015 del pasado 26 de mayo, el Ministerio de Economía y Finanzas dispuso la prórroga de entrada en vigencia de algunos artículos de la ley.

En tal sentido, se prorrogó hasta el 1 de diciembre de este año la entrada en vigencia de los artículos 35, 36, 40 y 41 de la Ley, los cuales refieren a:

i. Pagos por enajenación de bienes y prestación de servicios por encima de 40.000 UI: no se podrá pagar ningún tipo de enajenaciones de bienes o prestación de servicios mayores a UI 40.000 en efectivo cuando al menos una de las partes del negocio sea una persona jurídica o titular de una empresa unipersonal, socio de una sociedad de hecho, sociedad irregular, sociedad civil o similar.

ii. Pagos por enajenación de bienes y prestación de servicios por encima de 160.000 UI: cuando se tratare de enajenaciones de bienes o prestación de servicios cuyo monto superare las UI 160.000, el pago de las mismas sólo podrá realizarse a través de medios de pago electrónicos o cheques diferidos cruzados no a la orden.

Sanciones Previstas: La sanción en caso de incumplimiento de estas disposiciones, será de una multa económica de hasta el 25% del monto abonado.

La responsabilidad será de las dos partes en forma solidaria, es decir: quien pague y quien reciba el pago en medios no admitidos.

iii. Pagos en arrendamientos, subarrendamientos y crédito de uso sobre inmuebles: los precios de arrendamientos, sub arrendamientos o créditos de uso que superen los 40 BPC anuales o su equivalente mensual, se deberán abonar por los medios electrónicos establecidos. Por tanto, resulta obligatorio pactar en los contratos respectivos la cuenta

Parque Termal
Agua Clara

Inmerso en la tranquilidad del Vacacional Daymán

www.serviciomutuo.org.uy
2902 5535 / 2901 7945

servicio mutuo
Servicio Mutuo de Bienestar Social
de Funcionarios y ex-Funcionarios de I.M.M

bancaria en la cual serán depositadas o transferidas las sumas correspondientes.

También se prorrogó el plazo para la comunicación al arrendatario de la cuenta del arrendador, hasta el 1 de setiembre de 2015.

SANCIÓN PREVISTA: La consecuencia de no pactarse en el contrato o no poder acreditar los pagos por esta forma, consiste en la imposibilidad de promover acciones judiciales, así como la imposición de una multa cuyo valor será de hasta 3 veces el precio mensual correspondiente.

iv. Enajenaciones y otros negocios sobre inmuebles: el pago del precio en dinero de toda transmisión de derechos sobre bienes inmuebles a través de cualquier negocio jurídico que constituya título hábil para transmitir el dominio (léase, venta, sucesión, entre otros) y los derechos reales menores (por ejemplo usufructo, uso), así como el de las cesiones de promesas de enajenación, de derechos hereditarios y de derechos posesorios sobre bienes inmuebles, cuyo importe total supere el equivalente a 40.000 UI deberá realizarse a través de medios de pago electrónicos, cheques certificados cruzados no, a la orden o letras de cambio cruzadas emitidas por una Institución de Intermediación Financiera a nombre del comprador.

Sanción Prevista: El incumplimiento, no solamente será sancionado con una multa de hasta el 25% del monto abonado, con la responsabilidad solidaria de los contratantes, sino que además implicará la nulidad del Contrato.

EL PAGO DE TRIBUTOS NACIONALES ENTRARÁ EN VIGENCIA EL 01/01/2016:

El pago de los tributos nacionales, así como las devoluciones que corresponda efectuar por parte de los organismos recaudadores, cuando superaren las UI 10.000 deberán pagarse mediante medios de pago electrónicos, certificados de crédito emitidos por la Dirección General Impositiva o cheques diferidos cruzados no a la orden. Esto alcanza a todos los organismos que recauden tributos, y no sólo a la DGI.

¿SEGURIDAD o RIESGO?

Investigaciones periodísticas con Asesores Financieros, sobre como invierten sus ahorros los futbolistas internacionales, confirmó lo que hace tiempo decimos: "Los inmuebles, no fallan". Indudablemente los miembros de la **CÁMARA INMOBILIARIA URUGUAYA**, la mayor organización profesional del país, son quienes dan las mejores garantías para comprar o vender propiedades.

www.ciu.org.uy

CIU

CAMARA INMOBILIARIA URUGUAYA

CÁMARA INMOBILIARIA DE ROCHA · CIS · CIC · CIR · CIS · APIPE · CIDEM

Volvieron los Préstamos Hipotecarios de HSBC

- **Hasta el 85% del valor del inmueble.**
- **El préstamo más conveniente.**
- **Cada USD 50.000 (en U.I.) 180 cuotas de $12.450.**

Atención al Cliente: 2915 1010
Visite nuestra web: www.hsbc.com.uy

HSBC

Promoción válida desde el 15 de mayo hasta el 31 de diciembre 2015. Producto sujeto a aprobación crediticia. TEA 7,5% en UI a 15 años. La cuota incluye seguro de vida sobre saldo deudor opcional. Valor de la UI 3.06. Valor de USD 26.50. El valor de la cuota cambiará dependiendo de las diferentes cotizaciones de la UI y del USD. Cuota meramente indicativa.
HSBC Bank (Uruguay) S.A se encuentra supervisado por el Banco Central del Uruguay. Por más información: www.bcu.gub.uy